

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN SAMOSIR

Yestiara Litna Br Barus¹, Regina Patrisia Harianja², Febrianti Sinaga³, Agista Nababan⁴, Natalia E. Sihombing⁵

^{1,2,3,4,5} Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen, Medan, Indonesia.

Email korespondensi: vestiara.litna@student.uhn.ac.id

Email : vestiara.litna@student.uhn.ac.id¹, regina.patrisna@student.uhn.ac.id²,
febrianti.sinaga@student.uhn.ac.id³, agista.bellina@student.uhn.ac.id⁴, natalia.sihombing@uhn.ac.id⁵

Diajukan : 22/12/2025
Direvisi : 29/12/2025
Diterima : 05/01/2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of digital marketing in enhancing tourism potential at the Department of Culture and Tourism of Samosir Regency. Samosir Regency as part of the Lake Toba area designated as a Super Priority Destination has great tourism potential, but the use of digital marketing as a promotional tool is still not optimal. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The results show that the implementation of digital marketing by the Department of Culture and Tourism of Samosir Regency is still constrained by limited human resources, unstructured content management, and the absence of a systematically integrated digital marketing strategy. Optimization of digital marketing through strengthening human resources, developing creative content, and collaborating with influencers is expected to increase the attractiveness and number of tourist visits to Samosir Regency sustainably.

Keywords: Digital Marketing, Tourism, Promotion, Samosir Regency, Lake Toba

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan digital marketing dalam meningkatkan potensi pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir. Kabupaten Samosir sebagai bagian dari kawasan Danau Toba yang ditetapkan sebagai Destinasi Super Prioritas memiliki potensi pariwisata yang besar, namun pemanfaatan digital marketing sebagai sarana promosi masih belum optimal. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan digital marketing oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir masih terkendala oleh keterbatasan SDM, pengelolaan konten yang belum terstruktur, serta belum adanya strategi pemasaran digital yang terintegrasi secara sistematis. Optimalisasi digital marketing melalui penguatan SDM, pengembangan konten kreatif, dan kolaborasi dengan influencer diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Samosir secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pariwisata, Promosi, Kabupaten Samosir, Danau Toba

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penting yang secara signifikan berkontribusi pada kemajuan pembangunan ekonomi daerah, peningkatan pendapatan lokal (PAD), dan generasi peluang kerja bagi penduduk. Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang cepat, metodologi yang digunakan untuk promosi dan pemasaran tujuan wisata mengalami evolusi substansif, transisi dari teknik tradisional ke kerangka digital-sentris. Pemasaran digital berfungsi sebagai alat penting untuk memperluas ruang lingkup kegiatan promosi, meningkatkan branding tujuan, dan meningkatkan posisi kompetitif kawasan wisata di platform nasional dan internasional.

Kabupaten Samosir, yang diakui sebagai tujuan utama di wilayah Danau Toba, memiliki potensi pariwisata yang signifikan, meliputi aspek keindahan alam, warisan budaya, dan kearifan adat masyarakat Batak. Kehadiran atraksi seperti kawasan Danau Toba, yang secara resmi diklasifikasikan sebagai Destinasi Super Prioritas oleh pemerintah nasional, semakin memperkuat peran penting Samosir dalam lanskap pariwisata Indonesia. Dalam hal ini, fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir sangat penting sebagai badan otoritatif yang bertanggung jawab atas perencanaan, administrasi, dan promosi potensi pariwisata daerah.

Dengan meningkatnya pemanfaatan Internet dan media sosial oleh masyarakat umum, metodologi pemasaran digital melalui platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, situs web resmi, dan berbagai saluran digital lainnya muncul sebagai mekanisme yang efektif untuk menyebarkan informasi, mendorong keterlibatan dengan wisatawan, dan menumbuhkan pengalaman digital yang mendalam. Pemasaran digital berfungsi tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi dua arah yang memfasilitasi interaksi langsung antara administrator tujuan dan calon wisatawan. Namun demikian, penerapan pemasaran digital dalam domain pariwisata regional terus menghadapi banyak tantangan, termasuk kelangkaan personel terampil di ranah digital, manajemen konten inovatif yang tidak optimal, dan tidak adanya integrasi metodologi pemasaran digital yang sistematis dan berkelanjutan. Jika tidak dikelola secara efisien, potensi besar pariwisata Samosir tidak

akan dikomunikasikan secara efektif ke pasar yang lebih luas.

Mengingat analisis ini, penyelidikan penerapan pemasaran digital untuk meningkatkan potensi pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir sangat relevan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penilaian sejauh mana strategi pemasaran digital telah diberlakukan, tantangan yang dihadapi, serta saran untuk pengembangan pendekatan pemasaran digital yang lebih efektif yang bertujuan untuk menambah daya tarik dan tingkat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Samosir. Akibatnya, optimalisasi pemasaran digital diantisipasi dapat berkontribusi signifikan untuk meningkatkan daya saing destinasi pariwisata serta mendorong pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang di atas dan berdasarkan pengamatan selama melakukan kegiatan magang, maka rumusan masalah dalam laporan ini adalah:

- 1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran digital yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah?
- 2) Apa saja hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir dalam mengimplementasikan pemasaran digital sebagai sarana promosi pariwisata?
- 3) Bagaimana strategi pemasaran digital yang efektif dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Samosir?

Tujuan kegiatan magang dan penyusunan laporan ini adalah:

- 1) Untuk mendeskripsikan dan menganalisis penerapan strategi pemasaran digital yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah.
- 2) Untuk mengidentifikasi dan menganalisis hambatan serta tantangan yang dihadapi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir dalam mengimplementasikan pemasaran digital sebagai sarana promosi pariwisata.
- 3) Untuk merumuskan dan merekomendasikan strategi pemasaran digital yang efektif guna meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan

wisatawan ke Kabupaten Samosir secara berkelanjutan.

Manfaat Magang

a) Bagi Mahasiswa

- 1) Meningkatkan keterampilan dan pengalaman praktis dalam pengelolaan media digital dan strategi promosi pariwisata.
- 2) Mengembangkan kemampuan analisis terhadap strategi pemasaran digital yang diterapkan di instansi pemerintah.
- 3) Melatih profesionalisme, tanggung jawab, dan kemampuan komunikasi di lingkungan kerja.

b) Bagi Instansi (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir)

- 1) Memberikan masukan dan rekomendasi dalam pengembangan strategi digital marketing yang lebih efektif dan inovatif.
- 2) Membantu dalam pengelolaan konten promosi digital yang lebih kreatif dan informatif guna meningkatkan engagement wisatawan.

c) Bagi Perguruan Tinggi

- 1) Mempererat kerja sama antara perguruan tinggi dengan instansi pemerintah daerah.
- 2) Menjadi bahan evaluasi dan pengembangan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja, khususnya dalam bidang digital marketing dan pariwisata.

Konsep Digital Marketing

Pemasaran digital, sering disebut sebagai pemasaran digital, merupakan pendekatan canggih untuk pemasaran yang memanfaatkan media digital dan internet sebagai saluran utama untuk menyebarkan komunikasi promosi kepada konsumen atau calon konsumen. Seperti yang didefinisikan dalam literatur, pemasaran digital diidentifikasi sebagai pemanfaatan teknologi digital yang membangun saluran online untuk keterlibatan pasar dan berkontribusi pada upaya pemasaran yang bertujuan menghasilkan keuntungan sekaligus mendorong retensi pelanggan. Selanjutnya, Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa pemasaran digital merupakan inisiatif organisasi untuk mempromosikan produk dan layanannya melalui media digital dengan tujuan menjangkau konsumen dengan cara yang lebih luas, lebih cepat, dan lebih efisien.

Dalam konteks yang lebih luas, pemasaran digital melampaui upaya promosi belaka; itu juga mencakup fasilitas komunikasi bilateral antara penyedia layanan dan konsumen melalui beragam platform digital. Karakteristik ini membuat pemasaran digital menjadi metodologi yang lebih interaktif dan responsif berbeda dengan strategi pemasaran tradisional.

Komponen Digital Marketing

Dalam penerapannya, digital marketing terdiri dari sejumlah elemen pokok yang bekerja secara terintegrasi.

- 1) Media Sosial (Social Media Marketing) platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube menjadi sarana utama penyebaran pesan pemasaran, memungkinkan organisasi membangun komunikasi dua arah dengan publik sekaligus membentuk identitas visual suatu destinasi wisata.
- 2) Situs Web (Website) kehadiran situs web resmi berperan sebagai sumber informasi terpusat yang memuat berbagai detail penting seperti deskripsi destinasi, fasilitas yang tersedia, tarif, hingga prosedur pemesanan. Website yang dikelola dengan baik mencerminkan tingkat profesionalisme sebuah destinasi di tengah persaingan industri pariwisata digital.
- 3) Search Engine Optimization (SEO) merupakan upaya mengoptimalkan konten agar lebih mudah terindeks dan ditemukan melalui mesin pencari. Penerapan SEO yang tepat memungkinkan informasi destinasi muncul di posisi strategis dalam hasil pencarian, sehingga berpotensi meningkatkan jumlah pengunjung secara organik.
- 4) Email Marketing, email marketing tetap menjadi instrumen yang relevan untuk menyampaikan informasi promosi secara langsung dan personal kepada calon wisatawan meski termasuk pendekatan konvensional dalam ekosistem digital.
- 5) Konten Digital, konten digital menjadi fondasi dari keseluruhan strategi pemasaran. Berbagai format konten mulai dari foto, video, tulisan, hingga infografis yang dikemas secara menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens mampu membangkitkan minat masyarakat untuk mengunjungi suatu destinasi wisata.

Manfaat Digital Marketing dalam Pariwisata

Penerapan digital marketing dalam sektor pariwisata memberikan sejumlah manfaat strategis, di antaranya:

- 1) Jangkauan yang lebih luas
Pemasaran digital memungkinkan promosi destinasi wisata menjangkau audiens di tingkat nasional maupun internasional tanpa batasan geografis.
- 2) Biaya yang lebih efisien
Dibandingkan pemasaran konvensional seperti iklan cetak atau billboard, digital marketing relatif lebih terjangkau dan terukur efektivitasnya.
- 3) Interaksi langsung dengan wisatawan
Platform digital memungkinkan komunikasi dua arah secara real-time antara pengelola destinasi dengan wisatawan, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas.
- 4) Pengukuran kinerja yang terukur
Setiap aktivitas digital marketing dapat dipantau dan dievaluasi melalui data analitik, sehingga memudahkan pengambilan keputusan berbasis data.
- 5) Pembentukan citra destinasi (destination branding)
Konten digital yang konsisten dan berkualitas mampu membentuk persepsi positif terhadap suatu destinasi wisata di benak calon wisatawan.

Digital Marketing dalam Konteks Pariwisata Daerah

Dalam konteks pariwisata daerah, digital marketing memiliki peran yang sangat strategis terutama bagi destinasi yang sedang berkembang seperti Kabupaten Samosir. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas promosi wisata daerah dituntut untuk mampu mengadopsi dan mengintegrasikan strategi pemasaran digital secara menyeluruh. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah nasional yang mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk pariwisata, sebagai bagian dari upaya peningkatan daya saing destinasi wisata Indonesia di kancah global.

Peran Digital Marketing dalam Pariwisata

Digital marketing memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan sektor pariwisata, terutama sebagai media promosi yang mampu menjangkau calon wisatawan

secara luas tanpa batasan geografis melalui platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan website resmi. Selain sebagai alat promosi, digital marketing juga berperan dalam membangun dan memperkuat citra atau branding suatu destinasi wisata melalui konten yang menarik, autentik, dan konsisten sehingga mampu menciptakan persepsi positif di benak calon wisatawan.

Lebih dari itu, digital marketing memfasilitasi komunikasi dua arah yang interaktif antara pengelola destinasi dan wisatawan, meningkatkan aksesibilitas informasi, mendorong keterlibatan wisatawan secara aktif, serta memperkuat daya saing destinasi di tengah persaingan pariwisata yang semakin ketat. Dengan kemampuannya dalam mengukur dan mengevaluasi kinerja promosi melalui alat analitik digital secara akurat dan terukur, digital marketing menjadi instrumen yang tidak hanya efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dalam mendukung terwujudnya pengembangan pariwisata daerah yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi perekonomian masyarakat lokal.

Digital marketing merupakan instrumen penting dalam memperluas jangkauan informasi kepada calon investor. Melalui website, media sosial, dan platform digital lainnya, informasi mengenai fasilitas kawasan industri dapat diakses dengan mudah oleh publik global. KIM telah mengadopsi pendekatan ini dengan memanfaatkan website perusahaan, katalog digital, dan media sosial korporat.

Pembahasan

Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir (DISBUDPAR) merupakan perangkat daerah yang bertanggung jawab atas pengelolaan, pengembangan, dan pelestarian sektor kebudayaan serta pariwisata di Kabupaten Samosir, yang terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Samosir Nomor 6 Tahun 2016 sebagai hasil pemekaran dari Kabupaten Toba Samosir sesuai Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2003. Berkedudukan di Komplek Perkantoran Pemerintah Kabupaten Samosir, Jl. Raya Rianiate, Pangururan, dinas ini dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang bertanggung jawab langsung kepada Bupati Samosir melalui Sekretaris Daerah.

Visi:

Visi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Samosir "Menjadikan Kabupaten Samosir sebagai destinasi wisata budaya dan alam yang unggul, berdaya saing, dan berkelanjutan berbasis kearifan lokal masyarakat Batak Toba."

Misi:

- 1) Membangun dan mengembangkan destinasi wisata unggulan daerah.
- 2) Menggali, mengembangkan, dan melestarikan warisan sejarah, legenda, situs, dan objek wisata.
- 3) Merawat dan mengembangkan seni dan budaya masyarakat lokal.
- 4) Membina dan meningkatkan kapasitas SDM di sektor pariwisata.
- 5) Menyusun strategi pemasaran pariwisata di tingkat nasional dan internasional berbasis teknologi informasi.
- 6) Membangun kolaborasi dan jaringan kerja dengan pemangku kepentingan di bidang pariwisata.

Struktur Organisasi Singkat

Struktur organisasi ini disusun untuk memastikan setiap fungsi pengelolaan kebudayaan dan pariwisata di Kabupaten Samosir berjalan secara terkoordinasi, efektif, dan sesuai dengan visi serta misi dinas.



Gambar 1: Struktur DISBUDPAR

Pelaksanaan Kegiatan Magang

Kegiatan magang dilaksanakan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir selama periode waktu 29 Juli sampai 31 Agustus 2025. Jadwal pelaksanaan mengikuti jam operasional dinas, yaitu hari Senin hingga Jumat pukul 08.00-16.30 WIB. Selama magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas yang terkait langsung. Kegiatan utama yang dilakukan meliputi:

Pembuatan dan Pengembangan Konten Promosi Digital

Dalam mendukung kegiatan promosi, penulis berpartisipasi dalam proses pembuatan konten digital yang menarik dan edukatif mengenai potensi pariwisata daerah. Konten yang dibuat meliputi desain poster digital, video promosi singkat, infografis, serta narasi deskriptif tentang objek wisata, tradisi budaya, dan kegiatan pariwisata yang sedang berlangsung. Proses ini tidak hanya menekankan pada aspek visual, tetapi juga pada penyusunan pesan komunikasi yang mampu menarik perhatian calon wisatawan. Kegiatan ini berperan penting dalam memperkuat branding pariwisata Kabupaten Samosir melalui media digital yang efektif dan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi.

Dokumentasi dan Publikasi Kegiatan atau Event Pariwisata



Gambar 2: Kegiatan event pariwisata

Dalam rangka mendukung promosi digital, penulis terlibat dalam kegiatan dokumentasi berbagai event atau aktivitas pariwisata yang diselenggarakan di Kabupaten Samosir. Dokumentasi dilakukan dalam bentuk foto dan video yang kemudian diolah dan dipublikasikan melalui platform digital resmi dinas. Publikasi ini bertujuan untuk meningkatkan eksposur kegiatan pariwisata, memperkuat daya tarik destinasi, serta menunjukkan dinamika aktivitas wisata yang ada di daerah tersebut kepada masyarakat luas, baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Penyusunan Konsep dan Ide Konten Promosi Digital untuk Memperkenalkan Wisata Samosir



Gambar 4: Rapat penyusunan konsep promosi

Dalam rangka mendukung pemanfaatan digital marketing pada bidang promosi, penulis terlibat dalam penyusunan konsep dan ide konten promosi digital yang bertujuan untuk memperkenalkan potensi wisata Kabupaten Samosir kepada masyarakat luas. Kegiatan ini diawali dengan identifikasi daya tarik unggulan daerah, baik wisata alam seperti kawasan Danau Toba, wisata budaya Batak Toba, maupun event pariwisata yang diselenggarakan secara berkala. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, penulis merancang konsep konten yang menonjolkan keunikan, nilai budaya, serta keindahan destinasi secara visual dan naratif.

Membuat dan Mengedit Jadwal Pemberangkatan Kapal Ferry dan Kapal Kayu

Dalam rangka mendukung kegiatan promosi pariwisata berbasis digital, penulis terlibat dalam penyusunan dan pembaruan jadwal pemberangkatan kapal ferry dan kapal kayu yang melayani rute menuju dan dari Kabupaten Samosir. Kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi terkini terkait jam operasional, perubahan jadwal, serta kondisi layanan transportasi penyeberangan. Data yang diperoleh kemudian disusun secara sistematis dan disajikan dalam format yang informatif serta mudah dipahami oleh masyarakat.

Penyusunan dan Pembaruan Informasi Destinasi pada Media Digital Resmi



Gambar 3: Penyusunan informasi

Penulis juga melakukan pengumpulan, verifikasi, dan penyusunan data terkait objek wisata, fasilitas pendukung, harga tiket, aksesibilitas, serta informasi penting lainnya untuk dipublikasikan melalui website dan media digital resmi dinas. Informasi tersebut disusun secara sistematis dan menggunakan bahasa yang komunikatif agar mudah dipahami oleh masyarakat luas. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik serta mendukung transparansi dan akurasi data promosi pariwisata secara digital.

Data Dapobud Tradisi Suku Batak Toba

Salah satu kegiatan yang dilaksanakan selama proses magang adalah penginputan data Dapobud (Data Pokok Kebudayaan) terkait tradisi masyarakat Batak Toba. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung tertib administrasi dan penyediaan basis data kebudayaan yang akurat, sistematis, serta terintegrasi dalam sistem pendataan kebudayaan nasional. Dapobud merupakan sistem pendataan yang dikelola oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia sebagai upaya inventarisasi dan dokumentasi objek pemajuan kebudayaan di seluruh wilayah Indonesia. Dalam konteks ini, tradisi suku Batak Toba sebagai bagian dari warisan budaya takbenda menjadi salah satu unsur penting yang perlu didokumentasikan secara komprehensif.

Pendataan Jumlah dan Nama Cagar Budaya di Kabupaten Samosir

Dalam rangka mendukung pengelolaan dan pelestarian warisan budaya daerah, penulis melaksanakan kegiatan pendataan jumlah dan

nama cagar budaya yang terdapat di Kabupaten Samosir. Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari tugas magang pada instansi terkait, khususnya dalam bidang kebudayaan dan pariwisata. Pendataan dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari arsip kantor, dokumen resmi, serta data yang tersedia pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Selain itu, dilakukan pengecekan ulang untuk memastikan kesesuaian antara data tertulis dengan kondisi aktual di lapangan (jika diperlukan).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil magang dan pembahasan laporan magang yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Kabupaten Samosir memiliki potensi pariwisata yang besar, meliputi alam Danau Toba yang indah, warisan budaya yang kaya, dan kearifan adat masyarakat Batak. Penunjukan Danau Toba sebagai Destinasi Super Prioritas oleh pemerintah nasional semakin mengkonsolidasikan status Samosir sebagai lokasi utama yang memerlukan upaya promosi yang lebih strategis dan ekstensif.
- 2) Pemasaran digital telah muncul sebagai alat promosi penting di era kontemporer yang ditandai dengan teknologi informasi canggih. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan situs web resmi telah menunjukkan kemajuannya dalam memperluas jangkauan promosi, membangun branding tujuan, dan memfasilitasi komunikasi timbal balik antara operator pariwisata dan calon pelancong.
- 3) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir memegang peran penting dalam perencanaan strategis, pengelolaan, dan promosi inisiatif pariwisata daerah. Meskipun demikian, pelaksanaan strategi pemasaran digital tetap terhambat oleh kekurangan sumber daya manusia yang terampil, manajemen konten yang tidak teratur, dan tidak adanya integrasi sistematis dan berkelanjutan dari pendekatan pemasaran digital.
- 4) Peningkatan pemasaran digital diposisikan untuk secara signifikan mempengaruhi daya tarik, daya saing, dan masuknya wisatawan ke Kabupaten Samosir sekaligus mendorong kemajuan pariwisata daerah yang berkelanjutan dan

menghasilkan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

Saran

Berdasarkan temuan dalam pelaksanaan magang dan berdasarkan pembahasan yang sudah diuraikan diatas, maka dapat disarankan sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kapasitas SDM di bidang digital marketing perlu menjadi prioritas utama melalui pelatihan berkala, sehingga tim promosi mampu mengelola media sosial, membuat konten kreatif, dan memanfaatkan alat analitik digital secara profesional.
- 2) Pengembangan konten digital yang kreatif, konsisten, dan autentik perlu dilakukan secara terencana untuk menampilkan keunikan Kabupaten Samosir melalui berbagai format seperti foto, video, reels, dan tulisan informatif yang mampu menarik minat calon wisatawan.
- 3) Penyusunan roadmap digital marketing pariwisata yang terintegrasi perlu segera dilakukan, mencakup penetapan target pasar, pemilihan platform yang tepat, penjadwalan konten yang teratur, serta mekanisme evaluasi kinerja secara berkala dan terukur.
- 4) Kolaborasi dengan influencer dan content creator yang memiliki jangkauan audiens luas perlu dijalin secara aktif untuk memperkenalkan destinasi wisata Samosir kepada segmen pasar yang lebih beragam, khususnya generasi muda yang aktif di platform digital.
- 5) Evaluasi kinerja digital marketing secara rutin perlu dilakukan menggunakan alat analitik seperti Google Analytics dan fitur insight media sosial sebagai dasar pengambilan keputusan strategis guna terus meningkatkan efektivitas promosi pariwisata Kabupaten Samosir.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Chaffey, Dave, & Ellis-Chadwick, Fiona. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir. (2023). *Profil dan program kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir*. Samosir: Disbudpar Kabupaten Samosir.
- Prasetyowati, A., Martha, JA, & Indrawati, A. (2020). Pemasaran digital.
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- World Tourism Organization. (2008). *International recommendations for tourism statistics 2008*. United Nations.