

ABSTRAK

Laporan Tugas Akhir ini merupakan hasil dari penelitian dan pengamatan penulis mengenai pelaksanaan *digital marketing* pada PT. Indo Wisata Internasional (Travelholic Tour) Bandung. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata di kota Bandung. Dalam *digital marketing* terdapat beberapa jenis pelaksanaannya yaitu, *online advertising*, *social media*, *search engine optimization*, *email marketing*, *affiliate marketing*, *pay per click*, dan *website*. Tujuan dari perusahaan melakukan pemasaran digital adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan *interest* konsumen terhadap jasa perusahaan, mengetahui hambatan-hambatan dalam pelaksanaannya, dan mampu menemukan solusi untuk setiap hambatan yang ada dalam pelaksanaan *digital marketingnya*. Metode penelitian yang dipakai adalah metode deskriptif, yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dan data perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *digital marketing* pada PT. Indo Wisata Internasional (Travelholic Tour) Bandung meliputi penggunaan beberapa *social media*, *search engine optimization* dan *website*.

Kata Kunci : Pemasaran, Pemasaran Digital

ABSTRACT

This final project report is the result of the author's research and observations regarding the implementation of digital marketing at PT. Indo Wisata Internasional (Travelholic Tour) Bandung. This company is one of the companies engaged in the tourism industry in Bandung. In digital marketing, there are several types of implementation, namely, online advertising, social media, search engine optimization, email marketing, affiliate marketing, pay per click, and websites. The purposes of companies doing digital marketing are to increase brand awareness and consumer interest in company services, to know the obstacles in their implementation, and to be able to find solutions to any obstacles that exist in the implementation of digital marketing. The research method used is descriptive method. The data collection techniques used are by making observations, interviews, and company data. The results of this study indicate that the implementation of digital marketing at PT. Indo Wisata Internasional (Travelholic Tour) Bandung includes the use of several social media, search engine optimization and websites.

(Keywords: Marketing, Marketing Digital)