

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) GABRIELA MEDELINE 915150058
- (B) PEMILIHAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN ASCENTA TOUR
- (C) 60 Halaman, 2019, 8 Tabel, 9 Gambar
- (D) *ADVERTISING*

Abstrak : Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia, termasuk Indonesia. Sehingga dikatakan bahwa industri ini memiliki pengaruh yang cukup besar, sehingga menjadi peluang untuk sebuah bisnis. Hal ini terlihat dari banyaknya perusahaan tour travel sehingga memunculkan adanya persaingan yang cukup tinggi. Mendasari hal tersebut pemasar harus bersiap penuh dengan pemilihan media, upaya dan cara tertentu untuk menarik konsumen. Penelitian ini akan membahas mengenai pemilihan media sosial, ragam jenis konten yang dipilih, promosi media sosial yang digunakan oleh Ascenta Tour. Metode yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data dari wawancara, observasi non-partisipan, dokumentasi dan penelusuran data online hingga referensi lainnya sebagai pendukung. Hasil dari penelitian ini adalah pemilihan sosial media instagram sebagai komunikasi pemasaran, pembuatan jenis kategori konten dibuat beragam sehingga akan lebih menarik, promosi iklan dengan penggunaan *paid promote*.

Kata Kunci : Instagram, Jenis kategori konten, *Paid Promote*

- (E) DAFTAR PUSTAKA : (2010-2018) 23 Buku, 3 Jurnal, 10 Website
- (F) Dr. Eko Harry Susanto M.SI