

## **ABSTRAK**

**Ainur Rofika, Strategi Promosi Objek Wisata Baru Pantai Ekasoghi Desa Tanjung Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Dibawah bimbingan Bapak Fathor AS, SE., MM.**

Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi promosi objek wisata baru pantai ekasoghi desa tanjung kecamatan saronggi kabupaten sumenep dan untuk mengetahui Media promosi apa yang cocok untuk objek wisata baru pantai ekasoghi dikabupaten sumenep.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan informan penelitian sebanyak 6 orang pengunjung dan 1 pengelola. Untuk Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah interactive model.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa strategi promosi objek wisata baru pantai ekasoghi adalah iklan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Sedangkan media promosi menggunakan Instagram dengan akun @pantaiekasoghi. Pantai ekasoghi sudah memberikan informasi yang cukup jelas dan mudah dimengerti, pantai ekasoghi telah mampu meraih omzet, masalah yang dihadapi yaitu pengelola akun Instagram harus selalu aktif dalam mengingat perlunya komunikasi interaktif di akun tersebut dengan konsumen.

**Kata kunci:** Strategi promosi, Media promosi dan Pariwisata.

## **ABSTRACT**

***Ainur Rofika, Strategy for Promotion of New Tourism Objects at Ekasoghi Beach, Tanjung Village, Saronggi District, Sumenep Regency. Under the guidance of Mr. Fathor AS, SE., MM.***

*The purpose of the study was to determine the promotion strategy for the new tourist attraction, Ekasoghi Beach, Tanjung Village, Saronggi District, Sumenep Regency and to find out what promotional media are suitable for the new Ekasoghi Beach tourist attraction in Sumenep Regency.*

*The approach used in this research is descriptive qualitative research with research informants as many as 6 visitors and 1 manager. The data analysis technique used in this study is an interactive model.*

*Based on the research that has been done, it is known that the promotion strategies for the new tourist attraction of Ekasoghi Beach are advertising, sales promotion, and public relations. While the promotional media uses Instagram with the @pantaiekasoghi account. Ekasoghi beach has provided information that is quite clear and easy to understand, ekasoghi beach has been able to achieve turnover, the problem faced is that Instagram account managers must always be active in remembering the need for interactive communication on the account with consumers.*

***Keywords:*** Promotion strategy, Media promotion and Tourism.