

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Blogger Plat-M dalam mempromosikan pariwisata di Pulau Madura. Sebagai komunitas digital berbasis lokal, Blogger Plat-M memainkan peran penting sebagai komunikator dalam membentuk citra pariwisata Madura melalui media sosial, blog, dan berbagai konten digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi aktivitas promosi yang dilakukan komunitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan meliputi penggunaan storytelling digital, kampanye berbasis hashtag seperti #ExploreMadura, serta kolaborasi dengan pemerintah dan pelaku wisata lokal. Aktivitas komunikasi ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun citra positif, meningkatkan daya tarik destinasi, serta memberdayakan masyarakat lokal melalui literasi digital dan promosi partisipatif. Indikasi keberhasilan strategi komunitas terlihat dari meningkatnya visibilitas digital destinasi wisata, pertumbuhan interaksi audiens, serta meningkatnya minat kunjungan wisatawan ke lokasi-lokasi yang dipromosikan.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Blogger Plat-M, Promosi Pariwisata, public relation, Komunitas Digital, Madura*

ABSTRACT

This study aims to describe and analyze the communication activity strategies carried out by the Blogger Plat-M community in promoting tourism on Madura Island. As a locally-based digital community, Blogger Plat-M plays an important role as a communicator in shaping the image of Madura tourism through social media, blogs, and various digital content. This study uses a qualitative approach with a case study method, through in-depth interviews, observations, and documentation of promotional activities carried out by the community.

The results of the study indicate that the communication strategies implemented include the use of digital storytelling, hashtag-based campaigns such as #ExploreMadura, and collaboration with the government and local tourism actors. These communication activities not only convey information, but also build a positive image, increase the attractiveness of the destination, and empower local communities through digital literacy and participatory promotion. Indications of the success of the community strategy can be seen from the increasing digital visibility of tourist destinations, the growth of audience interaction, and the increasing interest of tourists visiting the locations being promoted

Keywords: *Communication Strategy, Blogger Plat-M, Tourism Promotion, public relations, Digital Community, Madura*