

ABSTRAK

Era otonomi daerah, menjadikan setiap daerah di Indonesia berupaya untuk mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan manusia dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah terutama pariwisata. Kegiatan komunikasi pemasaran digital yang dijalankan oleh DISPAREKPORA kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat yakni untuk mempromosikan pesisir selatan ke konsumen lebih luas lagi. Penelitian ini dimaksudkan guna untuk mengetahui respon konsumen pada strategi komunikasi pemasaran DISPAREKPORA di kawasan wisata Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan studi deskriptif. Penentuan informan dengan menggunakan prosedur purposive, menentukan informan sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti. Penelitian ini menggunakan triangulasi Sumber yaitu Admin Minang Sedunia yang ahli di bidang pemasaran digital. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan DISPAREKPORA yaitu melakukan pemasaran digital melalui website dan media sosial dengan memanfaatkan banyak rekan kerja dan kerja sama dengan pihak luar serta beriklan melalui media elektronik lainnya seperti Radio. Sehingga mendapatkan respon konsumen yang sesuai dengan teori AISAS, konsumen memberikan perhatian pada informasi yang didapat. Lalu muncul ketertarikan pada kawasan wisata Mandeh, selanjutnya terjadi proses pencarian informasi lebih lengkap di internet, hingga akhirnya melakukan tindakan dengan datang langsung ke kawasan wisata Mandeh, dan level terakhir yaitu konsumen melakukan pemberian informasi dan berbagi kepada orang lain.

Kata kunci: respon konsumen, pemasaran digital