

ABSTRAK

Digital marketing berperan sebagai media promosi untuk meningkatkan kesadaran akan keberadaan TNRAW sebagai destinasi wisata yang menarik, serta mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sekitar kawasan TNRAW melalui promosi online.

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis lingkungan eksternal yang meliputi peluang (*opportunities*) dan tantangan (*threats*) mengenai *digital Marketing Strategy* Ekowisata Mangrove Menuju SDGS 8.3 pada Taman Nasional Rawa Aopa Watumohai Sulawesi Tenggara dan menganalisis hasil lingkungan internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) mengenai *digital Marketing Strategy* Ekowisata Mangrove Menuju SDGS 13 pada Taman Nasional Rawa Aopa Watumohai Sulawesi Tenggara. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan analisis SWOT dengan 6 informan.

Hasil penelitian ini menunjukkan kekuatan yaitu Balai mendukung dengan berbagai kegiatan pelatihan dan pengembangan kapasitas pengusaha lokal sekitar Balai Taman Wisata Rawa Aopa Watumohai ditambah dengan antusiasnya masyarakat lokal untuk mau berwirausaha hal ini menjadi keterkaitan antara SDG 8.3 dengan TNWR. Kelemahan yaitu perlu adanya peningkatan jumlah sarana dan prasarana wisata serta sarana transportasi dan telekomunikasi umum untuk memfasilitasi akses wisatawan dan jaringan internet serta keterlibatan masyarakat setempat masih perlu ditingkatkan dalam pengembangan program ekowisata dan dalam menjaga kelestarian alam sekitar. Peluang yaitu media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal dalam promosi lokasi atau objek wisata untuk menarik minat wisatawan. Kesadaran akan pentingnya lingkungan dan keberlanjutan pariwisata dapat meningkatkan partisipasi masyarakat setempat dalam mengembangkan inovasi produk wisata. Ancaman yaitu persaingan dengan destinasi wisata lain yang memiliki strategi promosi yang serupa dapat mengurangi jumlah kunjungan wisatawan. Perubahan iklim dan ancaman terhadap keberagaman spesies di TNRAW menuntut perencanaan pengelolaan yang lebih baik.

Keterbaruan dari studi ini adalah aspek kajian digital marketing pada konteks ekowisata yang dikaitkan dengan SDG 8.3 dengan analisis SWOT, temuan ini memberikan paradigma baru mengenai keterkaitan antara *digital marketing* dengan tujuan pembangunan berkelanjutan 8.3.

Kata Kunci: *Digital marketing*, Ekowisata SDG 8.3