

## ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini, sektor pariwisata menjadi salah satu industri yang sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian di suatu daerah. Kabupaten Purwakarta fokus dalam meningkatkan sarana dan prasarana terkait destinasi wisata namun kurang dari segi media informasi dan sosialisasi terkait pariwisata yang ada di Purwakarta. Dengan adanya internet sebagai media baru menciptakan inovasi dalam memudahkan untuk mengakses informasi. Kabupaten Purwakarta turut memanfaatkan perkembangan teknologi dengan melakukan pemasaran digital untuk menampung data terkait banyaknya destinasi wisata yang semakin meningkat dan mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Purwakarta yaitu dengan dibuatnya aplikasi *tour guide* berbasis Android *mobile* yang diberi nama Sampurasun Pariwisata Purwakarta dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi para wisatawan mendapat informasi tentang pariwisata. Aplikasi Sampurasun Purwakarta meraih penghargaan sebagai tiga besar juara nasional di Indonesia pada ajang Anugerah Pesona Indonesia Awards (API) 2018 dengan kategori Promosi Pariwisata Digital Terpopuler. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Disporaparbud Kabupaten Purwakarta berdasarkan strategi pesan dan media yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa deskriptif. Hasil penelitian ini diketahui bahwa Disporaparbud Kabupaten Purwakarta menggunakan strategi pesan yang disajikan dalam konten tiga belas fitur berisi pesan yang informatif pada aplikasi Sampurasun, sedangkan strategi media yang digunakan adalah media *online* dan *offline*.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Baru Aplikasi Sampurasun Purwakarta, Bauran Promosi, Disporaparbud Kabupaten Purwakarta.