

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202478093, 6 Agustus 2024

Pencipta

Nama : **Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S. Sos., M.M., M.I. Kom**
Alamat : Jl. Pertiwi Komplek H Muslim No. 2, Bantan, Medan Tembung, Medan Tembung, Medan, Sumatera Utara, 20224
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**
Alamat : Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3 Glugur Darat II, Medan Timur, Medan Timur, Medan, Sumatera Utara 20238
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Karya Tulis Lainnya**
Judul Ciptaan : **Evaluasi Model Komunikasi Pemasaran Produk Wisata Berbasis Digital**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 27 Februari 2024, di Medan
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000653439

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH
NIP. 196812301996031001



MILAD UMSU 67

**Orasi ILMIAH'
27 February 2024**

**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
MEDAN, INDONESIA**

Dr. Faustyna S.Sos., M.M., M.I.Kom
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

JUDUL:
Evaluasi Model Komunikasi Pemasaran
Produk Wisata Berbasis Digital

Model Komunikasi Pemasaran adalah suatu konsep yang melibatkan serangkaian langkah atau elemen yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada target audiens atau konsumen (**Kotler dan Armstrong:2016**)



MANFAAT PARIWISATA

Promosi kepariwisataan berbasis IT tetapi dengan biaya murah, karena hal ini selaras dengan **tujuan kepariwisataan, sebagaimana Pasal 4 UU No 10 Tahun 2009**, bahwa Kepariwisata bertujuan untuk:

- Meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Investasi, Pajak, Pemasukan daerah)
- Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- Mengurangi kemiskinan;
- Mengatasi pengangguran.
- Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya
- Memajukan dan melestarikan kebudayaan
- Mengangkat citra bangsa/daerah
- Memupuk rasa cinta tanah air
- Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa, dan
- Mempererat persahabatan antar bangsa



Konteks pemasaran digital mengacu pada lingkungan dan kondisi di mana strategi pemasaran digital diimplementasikan.

Elemen penting dalam konteks pemasaran digital melibatkan:

- ❖ **Platform dan Kanal Digital:** (Facebook, Instagram, Twitter), mesin pencari (Google), situs web, email, dan lainnya.
- ❖ **Tren dan Perubahan:** Memahami tren terkini dalam pemasaran digital, seperti media sosial,
- ❖ **Kompetisi Online:** di ruang digital di pasar online yang semakin kompetitif.
- ❖ **Perilaku Konsumen Digital:** Memahami perilaku konsumen online, cara mereka berinteraksi dengan konten digital

JAN
2018

DIGITAL IN INDONESIA

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL
POPULATION



we
are
social

265.4
MILLION

URBANISATION:

56%

INTERNET
USERS



132.7
MILLION

PENETRATION:

50%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

130.0
MILLION

PENETRATION:

49%

UNIQUE
MOBILE USERS

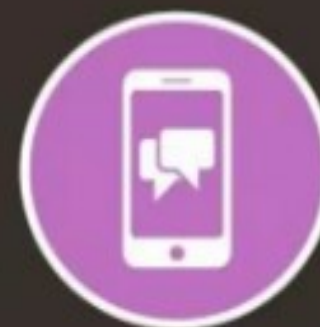


177.9
MILLION

PENETRATION:

67%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



120.0
MILLION

PENETRATION:

45%

JAN
2018

TIME SPENT WITH MEDIA

SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT RESPONDENTS' SELF-REPORTED ACTIVITY



AVERAGE DAILY TIME
SPENT USING THE
INTERNET VIA ANY DEVICE



8H 51M

AVERAGE DAILY TIME
SPENT USING SOCIAL
MEDIA VIA ANY DEVICE



3H 23M

AVERAGE DAILY TV VIEWING TIME
(BROADCAST, STREAMING
AND VIDEO ON DEMAND)



2H 45M

AVERAGE DAILY TIME
SPENT LISTENING TO
STREAMING MUSIC



1H 19M

38

SOURCE: GLOBALWEBINDEX, Q2 & Q3 2017. BASED ON A SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16-64.
NOTE: TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA INCLUDES SOCIAL NETWORKS AS WELL AS MESSENGERS / CHAT APPS.



Hootsuite

we
are
social

<http://pelancong.id> / IG @Kang.Geri



JAN
2018

E-COMMERCE ACTIVITIES IN PAST 30 DAYS

SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT RESPONDENTS' SELF-REPORTED ACTIVITY



SEARCHED ONLINE
FOR A PRODUCT
OR SERVICE TO BUY



45%

VISITED
AN ONLINE
RETAIL STORE



45%

PURCHASED A
PRODUCT OR
SERVICE ONLINE



40%

MADE AN ONLINE
PURCHASE VIA A LAPTOP
OR DESKTOP COMPUTER



31%

MADE AN ONLINE
PURCHASE VIA A
MOBILE DEVICE



31%

65

SOURCE: GLOBALWEBINDEX, Q2 & Q3 2017. BASED ON A SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16-64.
NOTE: DATA HAS BEEN REBASED TO SHOW TOTAL NATIONAL PENETRATION, REGARDLESS OF AGE.



Hootsuite

we
are
social

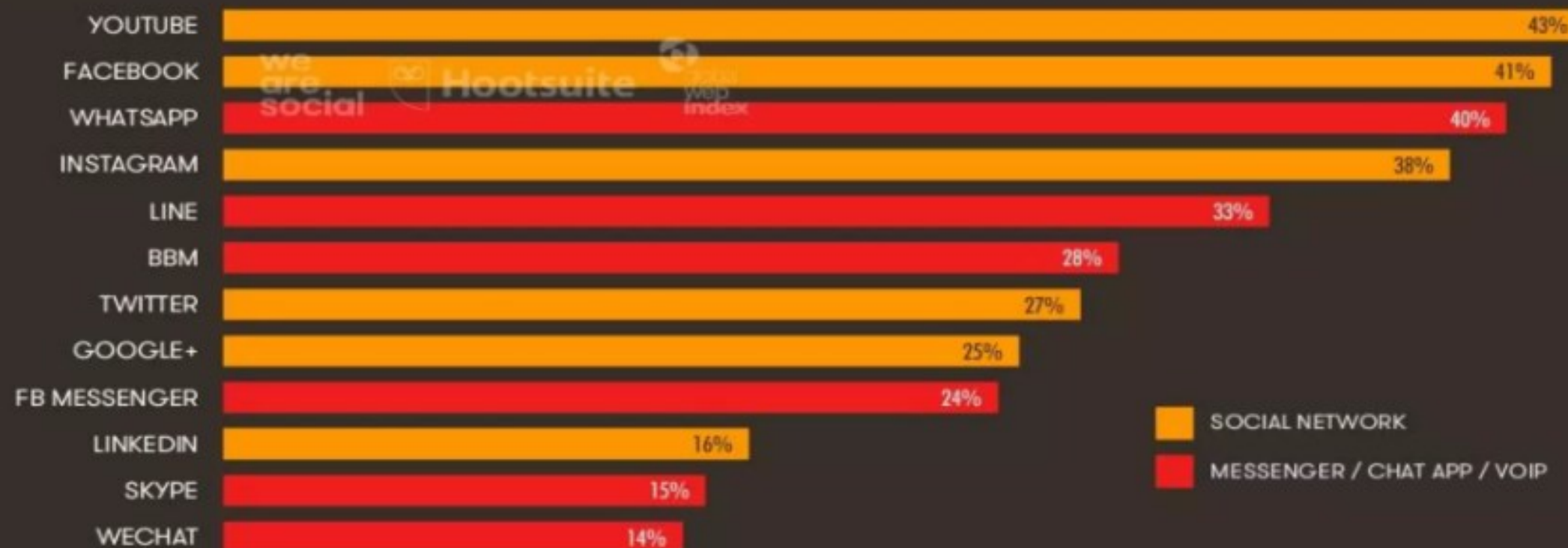
<http://pelancong.id> / IG @Kang.Geri



JAN
2018

MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT USERS' OWN CLAIMED / REPORTED ACTIVITY



62

SOURCE: GLOBALWEBINDEX, Q2 5 Q3 2017, BASED ON A SURVEY OF INTERNET USERS AGED 15-64. **NOTES:** DATA FOR PLATFORMS WITH AN ASTERISK (*) IS COLLECTED IN A DIFFERENT PART OF THE SURVEY TO OTHER PLATFORM DATA. ALL DATA HAS BEEN REBASED TO SHOW TOTAL NATIONAL PENETRATION, REGARDLESS OF AGE. **ADVISORY:** FIGURES ARE BASED ON RESPONSES TO A SURVEY, AND MAY NOT CORRELATE TO SOCIAL MEDIA PENETRATION FIGURES SHOWN ELSEWHERE IN THIS REPORT. FOR FULL DETAILS, SEE THE NOTES AT THE END OF THIS REPORT.

Hootsuite we are social

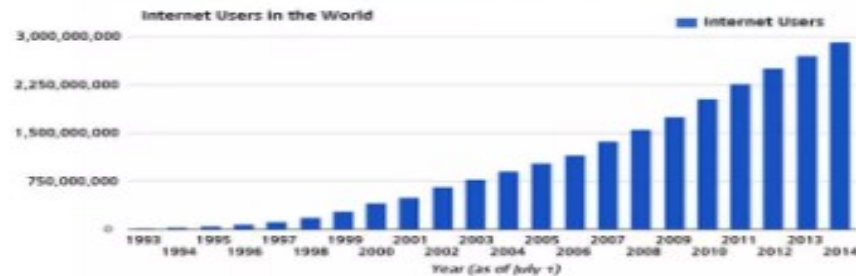
<http://pelancong.id> / IG @Kang.Geri



<http://pelancong.id> / IG @Kang.Geri



The growth in the number of global internet users
(Source: www.internetlivestats.com)



140

JUTA



Pengguna Internet



Melakukan komunikasi dan mempengaruhi keinginan, kebutuhan, dan memotivasinya terhadap yang disukai atau tidak disukai mereka, baik pada tingkat lokal, regional, nasional, maupun internasional.

Menyediakan obyek dan atraksi wisata sesuai dengan perpsepsi wisatawan sehingga mereka merasa puas.





Thank You