

## RINGKASAN

**STRATEGI RISET KONTEN UNTUK PENGEMBANGAN KONTEN DIGITAL GWK *CULTURAL PARK* BALI.** Radita Dewi Azzahra, F41221848, Tahun 2025, Program Studi Destinasi Pariwisata, Jurusan Bahasa, Komunikasi, dan Pariwisata, Politeknik Negeri Jember. Pembimbing: Uystka Hikmatul Kamiliyah, NH, S.S., M.Sc. (Dosen Pembimbing), dan Kintan Safira Maydi (Pembimbing lapangan)

Selama menjalani program magang di Divisi *Marketing Communication* (Marcomm) Garuda Wisnu Kencana (GWK) *Cultural Park* Bali, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam dunia komunikasi pemasaran. Kegiatan magang ini memberikan kesempatan untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi promosi dan publikasi dijalankan, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Dalam kesehariannya, penulis terlibat aktif dalam berbagai proses, seperti menyusun konsep pemasaran yang disesuaikan dengan kalender *event* perusahaan, melakukan riset terhadap tren digital yang sedang berkembang, serta mengidentifikasi karakteristik target audiens

Tanggung jawab penulis mencakup pengelolaan media sosial GWK *Cultural Park*, seperti Instagram, Tiktok dan situs web resmi. Aktivitas ini melibatkan penjadwalan unggahan, penulisan *caption* yang menarik, serta interaksi langsung dengan pengikut melalui kolom komentar dan pesan pribadi. Selain itu, penulis turut serta dalam koordinasi konferensi pers, pelaksanaan *event* promosi dan menjalin kerja sama dengan media lokal. Setiap *event* yang berlangsung didokumentasikan secara menyeluruh, dan hasilnya dianalisis melalui laporan media *monitoring* serta rekap data *engagement* sebagai indikator efektivitas promosi. Penulis juga memperoleh wawasan baru dari proses penyusunan strategi pemasaran digital, seperti analisis performa konten melalui fitur *insight* media sosial, dan kolaborasi dengan *influencer* untuk memperluas jangkauan promosi GWK.

Selama magang, penulis mempelajari standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku di Divisi Marcomm, mulai dari proses pembuatan dan persetujuan materi promosi hingga pelaporan hasil kegiatan. Keterlibatan dalam rapat tim, sesi meriset konten, dan diskusi evaluasi kegiatan memberikan gambaran nyata tentang pentingnya kerja sama tim dan komunikasi internal dalam lingkungan kerja profesional, khususnya di industri pariwisata. Melalui pengalaman ini, penulis dapat mengaplikasikan teori pemasaran destinasi yang telah dipelajari di bangku kuliah, sekaligus mengembangkan berbagai *soft skill* seperti kreativitas, kemampuan digital *branding* dan manajemen waktu. Magang di Divisi Marcomm GWK *Cultural Park* menjadi pengalaman berharga bagi penulis untuk berkarier di dunia industri pariwisata, terutama dalam bidang pemasaran dan komunikasi.

