

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan *social media marketing* dalam penjualan paket wisata Labuan Bajo di Samanata *Trip Organizer*. Selain itu, penelitian ini juga membahas kendala beserta solusi dari pelaksanaan *social media marketing* untuk paket wisata Labuan Bajo. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data penelitian ini memiliki data primer dan sekunder. Data primer berupa hasil observasi partisipan dan wawancara semi terstruktur, sedangkan data sekunder berupa dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan *social media marketing* melalui akun *Instagram* sudah dilakukan dengan baik. Dalam pelaksanaannya, banyak fitur-fitur *Instagram* yang sudah dimanfaatkan untuk menarik interaksi pengguna *Instagram*.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Pemasaran Pariwisata, *Samanata Trip Organizer*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is determine the implementation of social media marketing for selling the Labuan Bajo tour package in Samanata Trip Organizer. In addition, this research also discusses the obstacles and solutions of implementing social media marketing for selling the Labuan Bajo Tour Package. This research was conducted using qualitative descriptive methods. Data collection techniques are observation, interview, and documentation. The types of data used are primary data and secondary data. The primary data is collected through observation partisipatory and in-depth interview, while secondary data is obtained from documantation. Based on the result of the research showed that the implementation of social media marketing through Instagram account has been well done. In this implementation, many Instagram features have been utilized to attract Instagram user interaction.*

*Keywords: Marketing Communication, Social Media, Tourism Marketing, Samanata Trip Organizer*