

## INTISARI

Internet merupakan jaringan yang dapat menghubungkan komputer dengan komputer lain diseluruh dunia. Adanya internet dapat mempermudah manusia melakukan kegiatan, salah satunya kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran sangat berperan penting bagi perusahaan biro perjalanan wisata, salah satunya OBKA Tourmaker. Kegiatan pemasaran yang dahulunya susah dilakukan, saat ini lebih mudah karena adanya internet.

Tujuan penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana OBKA Tourmaker mengubah produk paket wisata selama masa pandemi COVID-19 kemudian mengelola pemasaran dengan menggunakan media daring. Pengelolaan media daring pada OBKA Tourmaker dianalisis pada bagian yang kurang maksimal kemudian menjabarkan bagaimana memaksimalkan pemasaran dengan media daring tersebut. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan metode observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa OBKA Tourmaker dapat mengubah produk paket wisata saat masa pandemi COVID-19 agar perusahaan tetap berjalan selama pandemi COVID-19. Meningkatkan penjualan produk paket wisata, OBKA Tourmaker menggunakan media daring untuk memasarkan produk. Hasil dari memasarkan produk tersebut terdapat berbagai cara meningkatkan setiap media daring yang digunakan OBKA Tourmaker untuk efektivitas pemasaran agar penjualan produk paket wisata meningkat dari sebelumnya.

***Kata Kunci: Pemasaran Daring, Media Daring, Paket Wisata, Biro Perjalanan Wisata, OBKA Tourmaker***

## ABSTRACT

*Internet is a network that can connect computers with other computers around the world. The existence of the internet can make it easier for humans to carry out activities, one of which is marketing activities. Marketing activities play an important role for travel agency companies, one of which is OBKA Tourmaker. Marketing activities that were previously difficult to do, are now easier because of the internet.*

*The purpose of this study was to find out how OBKA Tourmaker changed tour package products during the COVID-19 pandemic and then managed marketing using online media. The management of online media at OBKA Tourmaker is analyzed in parts that are less than optimal and then describes how to maximize marketing with the online media. The study used qualitative methods with the methods of observation, interviews, literature study and documentation.*

*The results of this study indicate that OBKA Tourmaker can change tour package products during the COVID-19 pandemic so that the company continues to run during the COVID-19 pandemic. Increasing sales of tour package products, OBKA Tourmaker uses online media to market products. The results of marketing these products are various ways to improve each online media used by OBKA Tourmaker for marketing effectiveness so that sales of tour package products increase from before.*

**Keywords: Online Marketing, Online Media, Tour Packages, Travel Agency, OBKA Tourmaker**