ABSTRAK

Perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif serta perubahan perilaku wisatawan di era digital mendorong agen travel untuk mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan platform digital. Instagram bisnis menjadi media yang efektif untuk membangun komunikasi dengan pelanggan, sedangkan *Google Suite* mendukung koordinasi komunikasi internal agar aktivitas pemasaran berjalan secara terintegrasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi pemasaran digital Akhsaya Tour melalui pemanfaatan *Instagram* Bisnis sebagai media komunikasi eksternal dan *Google Suite* sebagai pendukung komunikasi internal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus serta Model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka dengan melibatkan empat informan internal serta tiga informan eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram Bisnis dimanfaatkan untuk menarik perhatian audiens melalui konten visual, membangun interaksi melalui komentar dan *direct message*, serta mendorong pencarian informasi hingga keputusan pembelian. *Google Suite* berperan dalam mendukung koordinasi tim, penyusunan konten, dan pengelolaan komunikasi internal agar pesan yang disampaikan kepada pelanggan tetap konsisten. Penelitian juga menemukan bahwa strategi konten masih perlu dioptimalkan melalui peningkatan variasi konten, pemanfaatan fitur *Reels*, serta peningkatan *engagement* audiens. Dengan demikian, integrasi Instagram Bisnis dan *Google Suite* mampu mendukung komunikasi pemasaran digital Akhsaya Tour yang lebih efektif, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: Komunikasi, pemasaran digital, Instagram Bisnis,

ABSTRACT

The increasingly competitive tourism industry and shifting traveller behaviors in the digital era are prompting travel agencies to optimize their marketing communication strategies by leveraging digital platforms. Instagram Business serves as an effective medium for engaging with customers,while Google Suite facilitates internal communication coordination, ensuring integrated marketing activities. This study aims to analyze Akhsaya Tour's digital marketing communications through the use of Instagram Business as an external communication medium and Google Suite as an internal communication support. The study employed a qualitative approach with a case study method and the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Model. Data collection techniques included in-depth interviews, observation, documentation, and literature review, involving four internal and three external informants. The results indicate that Instagram Business is utilized to attract audience attention through visual content, build interaction through comments and direct messages, and encourage information searches and purchase decisions. Google Suite plays a role in supporting team coordination, content development, and internal communication management to ensure consistent messaging to customers. The study also found that content strategy still needs to be optimized by increasing content variety, utilizing the Reels feature, and increasing audience engagement. Therefore, the integration of Instagram Business and Google Suite can support Akhsaya Tour's digital marketing communications to be more effective, adaptive, and customer-oriented.

Keywords: Communication, digital marketing, Instagram Business,