

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada saat ini kegiatan *travellings* sudah mulai sangat berkembang di kalangan masyarakat dengan berbagai tujuan tertentu, seperti untuk berlibur maupun untuk melakukan suatu pekerjaan. Tujuan tempat yang ada pada saat ini sangat beragam baik dalam negeri maupun luar negeri, ataupun suasana perkotaan maupun suasana alam. Setiap orang pasti memiliki selera ataupun yang berbeda ketika menentukan tempat tujuan berlibur mereka. Oleh karena itu, sekarang ini banyak sekali referensi yang dijadikan oleh masing-masing orang dalam melengkapi perjalanan mereka, seperti melalui sekedar cerita orang-orang terdekat, *review* dari majalah perjalanan, dan yang paling banyak digunakan orang untuk mengumpulkan informasi perjalanan adalah melalui internet. Getaway! Magazine merupakan salah satu perusahaan majalah yang bertemakan *travelling* dan memiliki website yang berisikan berbagai informasi mengenai ulasan bertemakan *travelling* baik dalam negeri maupun luar negeri.

Di dalam perusahaan Getaway! Magazine ini *website* sudah mulai dilirik oleh klien dan target market mereka yang merupakan laki-laki maupun perempuan yang berusia dari 20-35 tahun. Akan tetapi pertumbuhan pengunjung *website* Getaway! Magazine sempat mengalami penurunan secara signifikan dan tidak

adanya aktivitas yang dilakukan oleh *visitor* di dalam website Getaway! Magazine. Untuk itu dilihat dari riset dan data, baik dalam bentuk kualitatif maupun kuantitatif memperlihatkan bahwa *website* yang dimiliki oleh Getaway! Magazine dianggap masih belum memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai perjalanan yang akan mereka lakukan.

Untuk memperbaiki permasalahan yang ada yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan dan menjaga stabilitas dari pengunjung *website* Getaway! Magazine, terdapat pilihan solusi untuk mengatasinya, yaitu melalui content marketing, promosi, dan teknikal. Dari ketiga solusi tersebut, solusi melalui content marketing dipilih dan akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada pada website Getaway! Magazine. Content marketing dipilih sebagai alternatif terbaik yang dilakukan karena dianggap paling efektif dan efisien untuk diimplementasikan. Melalui content marketing akan mengikutsertakan konsumen atau pengunjung *website* untuk segala aktivitas di dalam *website* Getaway! Magazine. Akan terbagi menjadi 3 bagian baru untuk *website* ini yaitu dalam bentuk foto, video, dan forum. Di dalam beberapa bagian tersebut *visitor* akan dapat melakukan berbagai aktivitas seperti berbagi informasi dan tips mengenai perjalanan ke berbagai daerah, dimana dari informasi tersebut mereka dapat memberikan rating, kemudian juga dalam bentuk forum mereka dapat bertukar informasi dengan sesama *visitor* lainnya dengan tema yang

akan ditentukan setiap bulannya sehingga *visitor* akan dengan mudah mencari informasi apa yang mereka butuhkan melalui pembagian informasi yang jelas.



EXECUTIVE SUMMARY

Today the interest about *travelling* begins to evolve in society with various purposes such as they just want to get away from their routines or even only to have business vacation. People certainly have different interest on their vacation, that is because every places give different ambiances and all of them are worthy to be visited, like city view or go to nature, domestic or overseas. Those options are all up to them, it depends on their own interest and purpose. Because of that, nowadays people can search some references before they go on vacation. The references can come from their friends, review on travel magazines, and the most used in modern society is through Internet.

Getaway! Magazine is the one of companies in travel industries which talks about *travelling* in every issues and they also have a website which also talks about domestic or overseas vacation informations. In Getaway! Magazine, this website start to get attention from their clients and their target markets, whether it is men or women in 20 to 35 years old. But, the website of Getaway! Magazine experience drop significantly in visitors and there is no activities carried out by visitors in that website. To find out accurately, from secondary research and internal data in quantitative and qualitative data show that Getaway! Magazine's website has not fulfill visitors or consumer needs in obtain informations about their destinations.

To improve that problem, the objective of this case is to raise visitor growth and maintain stability of visitor in Getaway! Magazine's website. These are some options to finish the problem; they are through content marketing, promotion and technical. From those three solutions, content marketing be selected to be the best, most effective and most efficient solution in resolving problem of visitor websites. Through content marketing solution, visitors will participate in every website activities. So the content is made from and for visitors. The new contents for this website are photo, video and forum. In each of this three parts, visitor can do some activities like share information and tips about their various trips, give rating on reviews in this website, sharing each others between official visitor to talk about vacation or other information that determined by Getaway! Magazine per month. It aims to make visitor easy when they try to find information about what they need through clear parts information.