

ABSTRAK

Perkembangan dalam sektor perekonomian global berdampak langsung pada persaingan bisnis di berbagai industri. Tak terkecuali juga berdampak pada industri pariwisata dalam bidang perhotelan. Untuk berada di posisi yang unggul dalam memenangkan persaingan di industri perhotelan, diperlukan adanya pemikiran dan implementasi dari perencanaan yang strategis supaya perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Dengan pertumbuhan pengguna internet yang signifikan, industri hotel harus memanfaatkan keadaan dengan baik, yakni melakukan promosi dengan strategi *digital marketing communication* agar dapat menarik minat pelanggan melalui jejaring internet dan kemajuan teknologi. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk merancang strategi *digital marketing communication* yang inovatif bagi Golden Tulip Legacy Surabaya agar dapat menyalurkan informasi mengenai Golden Tulip Legacy Surabaya kepada masyarakat luas dan dapat menjangkau pelanggan untuk menikmati fasilitas yang disediakan Golden Tulip Legacy Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yang berfokus pada *website* dan Instagram karena merupakan akses penyaluran informasi utama Golden Tulip Legacy Surabaya yang masih belum terkelola dengan baik. Informan dalam penelitian ini adalah narasumber yang terpilih berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah perancangan strategi *digital marketing communication* yang inovatif dapat dibuat dengan kalender pengelolaan, sistem perumusan konten, pembaharuan fitur *website*, pengoptimalan Instagram, dan mengikuti tren terkini.

Kata kunci: strategi pemasaran, komunikasi pemasaran *digital*, *website*, Instagram, inovasi