

ABSTRAK

Pariwisata di Indonesia terus dikelola dengan serius oleh pemerintah guna meningkatkan dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada di Indonesia dengan maksud dan tujuan tidak lain untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik dari wisatawan mancanegara ataupun nusantara. Pariwisata di Indonesia sendiri di kelola oleh Kementerian Pariwisata Indonesia yang memiliki *branding Wonderful Indonesia* yang ditujukan bagi wisatawan mancanegara dan Pesona Indonesia yang di tujukan untuk wisatawan nusantara. Dimana dalam penelitian ini akan lebih lanjut dibahas mengenai *public relations* digital Pesona Indonesia yang ada di dalam Youtube. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data-data dalam penelitian diperoleh melalui wawancara yang dilakukan secara *offline* dan *online*. Dimana informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yang merupakan bagian dari Tim Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan PR digital melalui media sosial Youtube ini ialah dengan menggunakan kampanye digital berupa sosialisasi video Pesona Indonesia yang mengutamakan penggunaan media Youtube, serta didukung dengan penggunaan *endorser* berupa artis ataupun *vlogger* guna meningkatkan ketertarikan khalayak baik untuk menyaksikan video yang ada di Youtube ataupun untuk melakukan perjalanan wisata.

Kata kunci : *public relations*, media baru, youtube, digital