



## ABSTRAK

### **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN SLEMAN DALAM MENGEMBANGKAN DESA WISATA (Studi Kasus Desa Wisata Grogol, Kabupaten Sleman)**

Ade Rodiatun Hasanah  
5211711109

Desa Wisata Grogol, terletak di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, merupakan destinasi yang memadukan keunikan budaya lokal dengan potensi wisata alam, seni, dan tradisi. Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam mengembangkan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wisata Grogol, Kabupaten Sleman). Sebagai pemerintah daerah, Dinas Pariwisata Sleman berperan strategis dalam merencanakan, mengarahkan, dan mendukung pengembangan pariwisata termasuk Desa Wisata. Melalui kolaborasi dengan masyarakat lokal, pemanfaatan media digital, serta penyelenggaraan program yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori PENCILS oleh Thomas L. Harris, yang meliputi elemen Publications, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiations, serta Social Responsibility. Teori ini dapat membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam pengembangan Desa Wisata dalam Studi Kasus Pengembangan Desa Wisata Grogol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Sleman memanfaatkan berbagai media komunikasi, seperti Instagram dan situs web resmi, untuk mempromosikan Desa Wisata Grogol. Kolaborasi dengan media massa dan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan desa juga berkontribusi terhadap penguatan daya tarik destinasi ini. Publikasi melalui media sosial menjadi strategi yang efektif, meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan konten. Strategi komunikasi yang diterapkan berhasil meningkatkan visibilitas dan daya tarik Desa Wisata Grogol, memberikan dampak positif terhadap kunjungan wisatawan, serta memperkuat citra pariwisata lokal Sleman. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya pengelolaan komunikasi strategis yang berkelanjutan dalam pengembangan destinasi wisata berbasis budaya.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Dispar Sleman, Desa Wisata Grogol, Teori PENCILS

## **ABSTRACT**

### ***THE COMMUNICATION STRATEGY OF THE SLEMAN REGENCY TOURISM OFFICE IN DEVELOPING TOURISM VILLAGES (Case Study of Grogol Tourism Village, Sleman Regency)***

*Ade Rodiatun Hasanah  
5211711109*

*Grogol Tourism Village, located in Sleman Regency, Yogyakarta, is a destination that blends the uniqueness of local culture with the potential for natural tourism, arts, and traditions. This final report aims to analyze the communication strategy implemented by the Sleman Regency Tourism Office in developing Tourism Villages (Case Study of Grogol Tourism Village, Sleman Regency). As a local government entity, the Sleman Tourism Office plays a strategic role in planning, directing, and supporting tourism development, including Tourism Villages. This is achieved through collaboration with local communities, the use of digital media, and organizing programs involving various stakeholders. This research uses a descriptive qualitative approach with the PENCILS theory by Thomas L. Harris, which includes elements of Publications, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiations, and Social Responsibility. This theory helps identify the strengths and weaknesses of the communication strategy implemented by the Sleman Tourism Office in the development of Tourism Villages in the case of Grogol Tourism Village development. The findings show that the Sleman Tourism Office utilizes various communication media, such as Instagram and an official website, to promote Grogol Tourism Village. Collaboration with the mass media and local community involvement in managing the village also contribute to strengthening the destination's appeal. Publication through social media has proven to be an effective strategy, although challenges such as limited human resources for content management exist. The communication strategy implemented has successfully increased the visibility and attraction of Grogol Tourism Village, positively impacting tourist visits and strengthening the local tourism image of Sleman. This research provides insights into the importance of sustainable strategic communication management in developing cultural-based tourism destinations.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Sleman Tourism Office, Grogol Tourism Village, PENCILS Theory*