

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan membahas tentang sosial media yang digunakan sebagai media promosi yang dilakukan oleh Desa Wisata Pandanrejo, Kaligesing Purworejo. Pandanrejo atau Dewa Pandan merupakan sebuah Desa Wisata yang berada di kecamatan Kaligesing, Purworejo dan terbilang cukup baru. Hal ini dikarenakan desa ini resmi menjadi Desa Wisata pada tahun 2020 lalu. Meskipun masih terbilang sangat muda, akan tetapi Desa Wisata Pandanrejo berhasil meraih beberapa penghargaan dalam kurun waktu kurang dari 2 (dua) tahun sejak resmi menjadi Desa Wisata Pandanrejo. Tim Manajemen Dewa Pandan berupaya untuk mempromosikan Desa Wisata Pandanrejo ini lebih luas lagi. Salah satu caranya adalah menggunakan media sosial sebagai media promosinya.

Dalam penelitiannya, untuk mengetahui lebih dalam tentang penggunaan sosial media sebagai alat promosi, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Sementara itu, dalam prosesnya, penulis menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data. Diantaranya yaitu melakukan observasi terhadap media sosial milik Desa Wisata Pandanrejo, Kaligesing, Purworejo. Kemudian penulis juga melakukan studi ke lapangan serta mewawancarai beberapa sumber yang berkaitan dengan topic yang sedang dibahas. Sebelum menyajikan hasil dari penelitian, semua data yang sudah dikumpulkan akan diolah terlebih dahulu untuk mempermudah penulis dalam menjawab pertanyaan dan juga menyusun hasil dari penelitian.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Pandanrejo belum mendapatkan perhatian dan dukungan secara penuh ataupun khusus dari pihak terkait seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Purworejo serta Pemerintah Kabupaten Purworejo dalam upaya pengembangan Desa Wisata Pandanrejo. Pengembangan disini memiliki arti pengembangan atau perbaikan fasilitas yang ada serta pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) agar dapat memberikan pelayanan lebih baik lagi. Selain itu penulis juga menarik kesimpulan mengenai penggunaan sosial media sebagai media promosi oleh Desa Wisata Pandanrejo belum maksimal. Beberapa alasan yang menyebabkan penggunaan media sosial belum maksimal diantaranya kurangnya jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mengelola media sosial Dewa Pandan, terbatasnya alat serta kurangnya kemampuan admin media sosial untuk menyunting konten.

**Kata Kunci** : Media Sosial, Media Promosi, Digital Marketing, Desa Wisata Pandanrejo

## **ABSTRACT**

This research was conducted with the aim of discussing social media used as promotional media carried out by Pandanrejo Tourism Village, Kaligesing Purworejo. Pandanrejo or Dewa Pandan is a tourist village located in the sub-district of Kaligesing, Purworejo and is fairly new. This is because this village officially became a Tourism Village in 2020. Even though it is still relatively young, Pandanrejo Tourism Village has won several awards in less than 2 (two) years since officially becoming a Pandanrejo Tourism Village. The Dewa Pandan Management Team seeks to promote this Pandanrejo Tourism Village more widely. One way is to use social media as a promotional tool.

In this research, to find out more about the use of social media as a promotional tool, the writer uses qualitative research methods. Meanwhile, in the process, the writer uses several ways to collect data. Among them are observing social media belonging to the Pandanrejo Tourism Village, Kaligesing, Purworejo. Then the writer also conducted a field study and interviewed several sources related to the topic being discussed. Before presenting the results of the research, all the data that has been collected will be processed first to make it easier for the writer to answer questions and also compile the results of the research.

The results of the study indicate that the Pandanrejo Tourism Village has not received full or special attention and support from related parties such as the Purworejo Regency Tourism Office and the Purworejo Regency Government in an effort to develop Pandanrejo Tourism Village. Development here means the development or improvement of existing facilities and the development of Human Resources (HR) in order to provide even better services. In addition, the writer also draws conclusions about the use of social media as a promotional media by Pandanrejo Tourism Village has not been maximized. Some of the reasons that cause the use of social media to be not optimal include the lack of Human Resources (HR) to manage Dewa Pandan's social media, limited tools and the lack of ability of social media admins to edit contents such as videos or pictures.

**Keywords :** Social Media, Promotion Tool, Digital Marketing, Pandanrejo Tourism Village