

ABSTRAK

Laporan Proyek Akhir ini bertujuan membahas kampanye pariwisata digital yang dilakukan oleh Desa Wisata Tinalah dalam mengembangkan dan mengimplementasikan *Community-based Tourism* (CBT) berdasarkan Renstra Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo (2017-2022). Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data untuk mendapatkan data primer dan sekunder. Metode pertama dilakukan melalui observasi, studi lapangan, dan wawancara mendalam dengan Kepala Dinas Kabupaten Kulon Progo, Joko Mursito, S.Sn., M.A. dan Kepala Pengelola Desa Wisata Tinalah. Galuh Alif Fahmi, M.Pd yang bertindak sebagai admin media sosial Desa Wisata Tinalah. Metode kedua menganalisis studi literatur melalui e-book, jurnal, media massa, dan media sosial mengenai kampanye digital dan *Community-based Tourism* (CBT). Desa Wisata Tinalah adalah sebuah desa wisata berlokasi di Jalan Persandian Km. 5, Desa Purwoharjo, Kapanewon Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Wisata Tinalah merupakan sebuah desa wisata dengan objek wisata alam yang memiliki keindahan alam dan terletak di kawasan aliran sungai Tinalah di Kabupaten Kulon Progo. Desa Wisata Tinalah juga telah mengembangkan konsep dengan melakukan kampanye digital agar dikenal masyarakat. Implementasi *Community-based Tourism* (CBT) melalui kampanye digital di Desa Wisata Tinalah dianalisis dengan menggunakan teori ketepatan kebijakan Matland dalam Alamsyah dan prinsip manajemen George R. Terry. Pokdarwis menggunakan ide-ide manajemen dan implementasi ketepatan kebijakan untuk mengelola kampanye pariwisata secara efisien. Temuan menunjukkan bahwa Desa Wisata Tinalah telah meluncurkan kampanye dengan menghadirkan versi organisasi yang lebih ekspansif. Pertumbuhan diharapkan dapat mempermudah akses masyarakat terhadap informasi tentang Desa Wisata Tinalah.

Kata Kunci: *Community-based Tourism* (CBT), *Desa Wisata Tinalah*, Kampanye Digital, Prinsip Manajemen

ABSTRACT

This Final Project Report aims to discuss the digital tourism campaign carried out by Tinalah Tourism Village in developing and implementing Community-based Tourism (CBT) based on the Strategic Plan of the Kulon Progo Regency Tourism Office (2017-2022). This study uses several data collection methods to obtain primary and secondary data. The first method was carried out through observation, field studies, and in-depth interviews with the Head of the Kulon Progo Regency Office, Joko Mursito, S.Sn., M.A. and the Head of Management of the Tinalah Tourism Village, Galuh Alif Fahmi, M.Pd who acts as social media admin for Tinalah Tourism Village. The second method analyzes literature studies through e-books, journals, mass media, and social media regarding digital campaigns and Community-based Tourism (CBT). Tinalah Tourism Village is a tourist village located on Jalan Persandian Km. 5, Purwoharjo Village, Kapanewon Samigaluh, Kulon Progo Regency, Special Region of Yogyakarta. Tinalah Tourism Village is a tourist village with natural tourist objects that have natural beauty and is located in the Tinalah river basin in Kulon Progo Regency. Tinalah Tourism Village has also developed a concept by conducting a digital campaign to make it public. Implementing Community-based Tourism (CBT) through digital campaigns in Tinalah Tourism Village was analyzed using Matland's policy correctness theory in Alamsyah and George R. Terry's management principles. Pokdarwis uses management ideas and implementation of policy sensibilities to manage tourism campaigns efficiently. The findings show that **Desa Wisata Tinalah has launched a campaign by presenting a more expansive version of the organization.** Growth is expected to facilitate public access to information about the Tinalah Tourism Village.

Keywords: Community-based Tourism (CBT), Digital Campaign, *Desa Wisata Tinalah*, The Principal of Management