

Tugas Akhir ini bertujuan untuk membahas Profil Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo dan media yang digunakan oleh Bidang Pemasaran untuk mempromosikan wisata dan juga sebagai sarana memberi informasi kepada public terkait dengan pariwisata di Kulon Progo. . Dalam membantu mempromosikan wisata dan memberi informasi di Kulon Progo, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kulon Progo menggunakan dua jenis media yaitu media online dan media offline. Berikut adalah media online yang digunakan; Website yaitu @http://dinpar.Kulon_Progokab.go.id, akun resmi Instagram @dinparKulon Progo, akun resmi Facebook @Dinas Pariwisata Kulon Progo, dan akun Twitter resmi @DinparKP. Sedangkan untuk media offline adalah; Leaflet dan guidebook, Menyelegaran acara dan juga TIC (Tourist Information Center). Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan menjadi mahasiswa magang di Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo mulai dari 14 Januari sampai dengan 24 Maret tahun 2019, ikut serta dalam membuat konten website dan liflet Dinas Pariwisata, ikut dalam acara yang diadakan Dinas Pariwisata, melakukan wawancara kepada staf Dinas Pariwisata kabupaten Kulon Progo, dan membaca buku dan artikel internet sebagai refrensi. Menurut dari observasi yang dilakukan penulis, Dinas Pariwisata memiliki empat bidang yaitu Bidang Sekertariat, Bidang Destinasi Wisata, Bidang Pemberdayaan Wisata dan Bidang Pemasaran Wisata. Bidang Pemasaran Wisata Memiliki bebrapa media seperti yang telah dijelaskan diatas dan setiap media memiliki SOP pengelolaan masing-masing

.Kata Kunci : Media, Dinas Pariwisata, Bidang Pemasaran, Pariwisata Kulon Progo

This final paper aims to discuss about the profile of Tourism Department of Kulon Progo and the Standard Operational Procedure of managing media used by Tourism Marketing Division to help promote and give information about tourism in Kulon Progo . For helping promote and giving information about tourism in Kulon Progo Tourism Marketing Division uses some two kinds of media, first is online Media, second is offline media. These are the online media; Official Website@http://dinpar.Kulon_Progokab.go.id, official Instagram account @dinparKulon Progo, official Facebook account @Dinas Pariwisata Kulon Progo, and official Twitter account @DinparKP. Meanhile the offline media are; leaflet which available in two language Bahasa Indonesia and English, hold some events one of them is Fam Tour that held in the middle of March 2019, and TIC (Tourist Information Center). These media are managed by Tourism Marketing Division. The method of collecting the data that done by the writer were becoming intern in Tourism Department of Kulon Progo from January 14 until March 22, 2019, helping to make website, leaflet and brooch contents, joining the event that held by Tourism Department, interviewing some staffs of Tourism Department of Kulon Progo, and reading books and articles on the internet. Based on the writer observation, tourism office of Kulon Progo has four divisions these are Secretariat Division, Tourism Destination Division, Tourism Empowerment Division, and Tourism Marketing Division. Tourism Marketing Division has some media that already mentioned in the previous paragraph. To manage the media Tourism Marketing Division has SOP.

Key words: Media, Tourism Office, Tourism Marketing Division, Tourism in Kulon Progo.