

ABSTRAK

Laporan akhir ini bertujuan untuk menganalisis implementasi yang dilakukan Desa Wisata Nglinggo dalam melakukan strategi promosi pariwisata digital (E-Tourism). Metode pengumpulan data dilakukan dengan dua metode untuk memperoleh data primer dan sekunder pada penelitian ini. Metode pertama dilakukan melalui observasi, studi lapangan serta melakukan wawancara bersama Ketua Pokdarwis dan Kepala Dusun Nglinggo Barat, Teguh Kumoro dan Dini Mochtar selaku pokdarwis yang berperan sebagai admin media sosial Desa Wisata Nglinggo. Metode kedua dilakukan dengan analisis studi pustaka melalui buku, jurnal, media massa dan media sosial. Desa Wisata Nglinggo merupakan desa wisata yang berada di Kapanewon Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Wisata Nglinggo terkenal sebagai destinasi wisata alam yang memiliki keindahan alam dan kebun teh satu - satunya yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai desa wisata yang berbasis masyarakat, Desa Wisata Nglinggo melakukan strategi promosi pariwisata dengan memperhatikan aspek persiapan, pelayanan, dan pemasaran wisata. Desa Wisata Nglinggo juga telah mengembangkan konsep E-Tourism dalam melakukan promosi secara digital kepada masyarakat untuk dikenal. Implementasi E-Tourism Desa Wisata Nglinggo dianalisis ke dalam teori prinsip manajemen oleh George R. Terry yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Pokdarwis menjalankan prinsip-prinsip manajemen dengan konsep E-Tourism untuk mengelola promosi pariwisata secara efektif dan terukur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Nglinggo telah menerapkan E-Tourism sebagai implementasi promosi pariwisata dalam memperkenalkan Desa Wisata Nglinggo dengan cakupan lebih luas. Perkembangan E-Tourism diharapkan dapat memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai Desa Wisata Nglinggo.

Kata kunci: Desa Wisata Nglinggo, *E-Tourism*, Kabupaten Kulon Progo, Prinsip Manajemen

ABSTRACT

This final report analyses *Desa Wisata Nglinggo* in carrying out digital tourism promotion strategies (E-Tourism). Methods of data collection were carried out by two methods to obtain primary and secondary data in this study. The first method was carried out through observation, field studies, and in-depth interviews with the Head of Pokdarwis and the Head of *Nglinggo Barat* Hamlet, Teguh Kumoro and Dini Mochtar Pokdarwis, who acted as social media admins for *Desa Wisata Nglinggo*. The second method analyses literature studies through e-books, journals, mass media, and social media. *Desa Wisata Nglinggo* is a tourist village located in *Kapanewon Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Desa Wisata Nglinggo* is a tourist village with a natural tourist destination that has natural beauty and the only tea garden in *Daerah Istimewa Yogyakarta*. As a community-based tourism village, *Desa Wisata Nglinggo* carried out a tourism promotion strategy by pay attention to preparation, service, and tourism marketing. *Desa Wisata Nglinggo* also has developed the concept of E-Tourism in conducting digital promotions for the community to be known. The implementation of E-Tourism in *Desa Wisata Nglinggo* was analyzed into the theory of management principles by George R. Terry which consisted of planning, organizing, implementing, and supervising. *Pokdarwis* carried out the principles of management to the concept of E-Tourism for managing tourism promotion effectively and measurably. The results show that *Desa Wisata Nglinggo* has implemented E-Tourism promotion in introducing *Desa Wisata Nglinggo* with a broader scope. The development of E-Tourism is expected to make it easier for the public to access information about *Desa Wisata Nglinggo*.

Keywords: *Desa Wisata Nglinggo*, E-Tourism, *Kabupaten Kulon Progo*, The Principal of Management