

STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF KOMUNIKASI DIGITAL PADA DINAS PARIWISATA SLEMAN DALAM MENINGKATKAN MINAT WISATAWAN

GUSTI IRAWADI SUMADILAGA

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Email: [gustiirsumadilaga@gmail](mailto:gustiirsumadilaga@gmail.com)

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi yang semakin cepat telah memberikan banyak perubahan perilaku konsumen dalam mendapatkan informasi serta melakukan interaksi. Dinas Pariwisata Sleman sebagai Lembaga yang bertanggung jawab untuk mempromosikan destinasi produk wisata di Sleman guna untuk meningkatkan minat wisatawan akan tujuan wisata harus mampu dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi dan platform digital layaknya media sosial. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk mengungkapkan perilaku seseorang ataupun kelompok sebagaimana dan apa adanya sehingga data yang diperoleh dari observasi dan wawancara sangat mendalam. Mengungkap bagaimana Dinas Pariwisata Sleman memanfaatkan digital dalam Upaya meningkatkan minat wisatawan, Digitalisasi menjadi ranah Dinas Pariwisata Sleman untuk menerapkan strategi komunikasi sehingga dapat memperlihatkan pemahaman terhadap target audiens dan tren-tren yang ada di dalam masyarakat. Dinas Pariwisata Sleman sebagai pemangku kepentingan pariwisata Sleman harus memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan serta pengembangan destinasi-destinasi wilayah Sleman. mengikuti perkembangan tren, arus teknologi informasi dan perkembangan era digital yang serba cepat, dalam era digital yang terus berkembang dinas pariwisata Sleman perlu terus beradaptasi guna mengikuti perkembangan teknologi komunikasi informasi. Mereka harus tetap up-to-date dengan tren terkini, teknik memasarkan di era digital, dan platform-platform baru yang muncu. Dengan demikian, mereka dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan minat wisatawan.

Kata Kunci: Platform digital, Strategi komunikasi digital, Dinas Pariwisata Sleman

***Qualitative Descriptive Study of Digital Communication Strategies at Sleman Tourism
Office to Enhance Tourist Interest***

GUSTI IRAWADI SUMADILAGA

*Study Program of Communication Science, Faculty of Communication Science and
Multimedia, Mercu Buana University Yogyakarta
Email: gustiirsumadilaga@gmail.com*

ABSTRACT

The rapid development of digitalization has significantly altered consumer behaviors in accessing information and engaging in interactions. The Sleman Tourism Office, responsible for promoting tourism destinations in Sleman, aims to boost tourist interest in these destinations by adapting to the advancements in information technology and digital platforms, much like social media. This research employs a qualitative descriptive approach to uncover the genuine behaviors of individuals or groups through in- depth data gathered from observations and interviews. It aims to reveal how the Sleman Tourism Office utilizes digital tools to enhance tourist interest. Digitalization has become the domain of the Sleman Tourism Office, enabling the implementation of communication strategies that showcase an understanding of target audiences and prevalent trends within society. As a pivotal stakeholder in Sleman's tourism sector, the Sleman Tourism Office bears the responsibility of promoting and developing the region's destinations. Keeping pace with the rapidly evolving trends, the flow of information technology, and the ever- changing digital era, the Sleman Tourism Office must continuously adapt to stay abreast of technological advancements in communication. Staying current with the latest trends, marketing techniques in the digital era, and emerging platforms is crucial. This adaptability enables them to leverage existing opportunities to enhance tourist interest.

Keywords: *Digital platforms, Digital communication strategy, Sleman Tourism Office.*