

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI DESA WISATA TALANG MULYA (Studi Kasus Desa Talang Mulya, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung)

**Oleh
ABDI RIZKI AKBAR**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi dalam pengembangan Desa Wisata Talang Mulya, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif tipe deskriptif dengan jumlah informan sebanyak 10 informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi dan beberapa peranan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Talang Mulya. Strategi yang dilakukan antara lain memberdayakan masyarakat secara aktif, bermitra dengan mahasiswa, serta membentuk BUM-Des. Selanjutnya, strategi yang telah disusun tersebut di dukung dengan peranan masyarakat yang dilakukan antara lain membuat produk khas desa, kesenian TTKDH, membuat Turbin PLTA, menyediakan transportasi wisata serta membuat paket wisata. Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan struktural fungsional, adapun hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa strategi promosi Desa Wisata Talang Mulya terlihat cukup baik pelaksanaannya, hal ini terlihat dari partisipasi masyarakat dan kerjasama dengan berbagai elemen, akan tetapi masih ada kekurangan dalam pengembangan Desa Wisata Talang Mulya yaitu terlihat pada akses jalan menuju wisata yang masih sulit dilalui. Untuk itu diperlukan komitmen bersama antar stakeholder dalam penelitian dan pengembangan selanjutnya.

Kata kunci: Strategi, Promosi, desa wisata.

ABSTRACT

PROMOTIONAL STRATEGIES OF TALANG MULYA TOURISM VILLAGE (A Case Study on Talang Mulya Village, Teluk Pandan District, Pesawaran Regency, Lampung Province)

**By
ABDI RIZKI AKBAR**

This study aims to determine the promotion strategies in the development of Talang Mulya Tourism Village, Teluk Pandan District, Pesawaran Regency. This study applied descriptive qualitative approach with a total of 10 informants. The data collection techniques were carried out through interviews, observation and documentation. The results of this study indicated that there were several strategies and some community roles in the development of Talang Mulya as a Tourism Village. The strategies undertaken included: empowering the participation of the community, partnering with students, and forming Village-Owned Enterprises. The above strategies were supported by the role of the community, such as: producing village-specific products, TTKDH arts, building a Hydropower Turbine, providing tourist transportation and tour packages. The discussion in this study was made using a functional structural approach, while the results of the analysis showed that the promotion strategy of Talang Mulya Tourism Village has been well managed, as seen from the community participation and cooperation with various elements, yet there was shortcoming in the development of Talang Mulya Tourism Village, in which the access road to the tourism destination is difficult to pass. Therefore, it is important to have a firm commitment among stakeholders in further research and development.

Keywords: Strategies, Promotion, Tourism Village.