ABSTRAK

Desa Wisata Krebet merupakan desa wisata yang sudah maju di Kabupaten Bantul. Krebet mempunyai ikon wisata unggulan yaitu kerajinan batik kayu. Desa Wisata Krebet terletak di Kelurahan Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dan Pengelola Desa Wisata Krebet dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, karena pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran serta faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan dengan pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dan data. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa dalam hal ini, Desa Wisata Krebet telah menggunakan komponen strategi bauran komunikasi pemasaran yaitu 4P, *product*, *place*, *price*, *promotion*. *Product* yang dimiliki Krebet yaitu produk wisata alam, edukasi, kuliner, kerajinan dan penginapan. Krebet memiliki tempat yang asri dan nyaman, harga (*price)* paket wisata ditetapkan oleh pengelola Desa Wisata Krebet, tetapi untuk kerajinan batik kayu memiliki harga dan kebijakan yang ditetapkan oleh pemilik sanggar pribadi. Kegiatan promosi meliputi iklan, promosi penjualan, *event*, pameran, namun aktivitas iklan dalam penggunaan media online sebagai sarana promosi belum dimanfaatkan dengan baik, khususnya penggunaan *website* yang saat ini terhenti dan tidak tersedianya tenaga ahli yang secara khusus menangani *website* menjadi salah faktor penghambatnya.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Kunjungan Wisatawan.