

Abstrak

Kabupaten Sleman memiliki banyak destinasi wisata alam salah satunya Lava Tour Merapi yang berada dikawasan Gunung Merapi. Tentunya membutuhkan strategi promosi agar lebih dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Penelitian ini mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Lava Tour Merapi. Tujuan dari penelitian ini melihat tingkat keberhasilan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran. Menggunakan acuan teori perencanaan Charles Berger. Jenis Penelitian yaitu kualitatif dengan data bersumber dari data primer yang berupa wawancara dan data sekunder melalui arsip dan media sosial Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman maupun Pengelola Lava Tour Merapi. Menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi ke lokasi penelitian. Hasil penelitian menemukan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menerapkan metode *Branding, Advertising, Selling (BAS)*. Kegiatan branding belum terealisasi dikarenakan lebih menekankan bidang advertising dalam melakukan publikasi yaitu menggunakan teknik *Paid media, Owned media, Sosial Media, Endorse (POSE)*, dan hasilnya berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Komunikasi Pemasaran, Dinas Pariwisata