

## ABSTRAK

Destinasi digital merupakan salah satu program dari kementerian pariwisata untuk memviralkan suatu tempat pariwisata yang memiliki *instagrammable*. Pengembangan pariwisata tidak hanya mempromosikan tempat wisata namun, pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan meningkatnya potensi kampung dan desa-desa wisata, seperti pasar Semi Kakilangit dan Pasar Laguna Depok. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pola komunikasi dalam pengembangan destinasi digital di Pasar Semi Kaki Langit dan Pasar Laguna Depok, serta untuk mengetahui perbedaan pola komunikasi dalam pengembangan destinasi digital. Metode penelitian kualitatif interpretif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola Komunikasi yang terjadi di pasar semi Kakilangit yaitu komunikasi ke bawah (dari ketua pokdarwis ke pengurus), komunikasi ke atas (dari pengurus ke ketua pokdarwis), komunikasi horizontal (dari pengurus ke pengurus dari pedagang ke pedagang) dan komunikasi diagonal dari pengunjung ke pedagang). Pola Komunikasi Laguna formasi semua arah. Terdapat perbedaan pola komunikasi yang diterapkan pada kedua desa wisata digital bahwa pada pola komunikasi Laguna yang terbentuk adalah mendengarkan apa yang diinginkan masyarakat, dan menerima semua informasi yang perlu untuk ditindaklanjuti seperti dalam pengembangan desa wisata Laguna Depok. Terdapat persamaan pasar semi Kakilangit Mangunan dan pasar Laguna Depok Bantul adalah sama-sama berkolaborasi aktif dengan GenPI dan juga memanfaatkan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada dengan maksimal. Sedangkan perbedaannya adalah dalam pola komunikasi, pasar semi Kakilangit perencanaan komunikasi dengan mengidentifikasi stakeholder dan mempertahankan budaya gotong royong, sedangkan pada Laguna Depok berkoordinasi dengan semua pengurus, pedagang serta pengunjung tanpa terkecuali.

Kata kunci : Pola Komunikasi, Destinasi Digital, Studi Komparatif

## **ABSTRACT**

*Digital destinations are one of the programs from the ministry of tourism to make a tourism place viral that has instagrammable. Tourism development does not only promote tourist attractions, but tourism development can be done by increasing the potential of villages and tourist villages, such as the Semi Kakilangit market and Depok Laguna Market. The purpose of this study is to determine the communication pattern in developing digital destinations in the Pasar Semi Kaki Langit and Pasar Laguna Depok, as well as to determine the differences in communication patterns in the development of digital destinations. Interpretive qualitative research methods, data collection techniques using interviews and documentation. The results showed that the communication patterns that occurred in the Pasar Semi Kakilangit were downward communication (from the head of the pokdarwis to the management), upward communication (from the management to the head of the pokdarwis), horizontal communication (from management to management from traders to traders) and diagonal communication. from visitors to traders). Communication Patterns Lagoon formation in all directions. On the all-way network, all individuals in all positions are possible to send and receive information in all directions of all administrators, traders and visitors without exception and vice versa. differences in communication patterns that are applied to the two digital tourism villages. In the Pasar Semi Kakilangit tourist village, there are downward, upward, horizontal and diagonal communication pattern. There are similarities between the Kakilangit Mangunan semi market and the Laguna Depok market in Bantul, they are both actively collaborating with GenPI and also utilizing the potential of existing natural resources and human resource to the maximum, while the different is in communication patterns, the Kakilangit semi market is planning communication by identifying stakeholders and maintain the culture of mutual cooperation, while at Laguna Depok coordinate with all administrators, traders, and visitors without exception.*

*Keywords: Communication Pattern, Digital Destinations, Studi Comparative*