

ABSTRAK

Desa Wisata sebagai salah satu program nasional pemberdayaan masyarakat atau PNPM, masih harus dikembangkan mengingat masalah keberhasilan dan keberlanjutan yang belum merata. Berbagai strategi harus diterapkan dalam upaya pengembangannya. Desa Wisata Tinalah merupakan salah satu desa wisata yang berhasil dalam aktivitas pengembangannya dengan berfokus pada strategi kerja sama, disusul dengan strategi lain untuk mendukung aktivitasnya. Pengelolaan kerja sama ini diklasifikasikan dalam model pentahelix bersama pemerintah, akademisi, pebisnis, komunitas, dan media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Desa Wisata Tinalah membangun jaringan komunikasi dan kredibilitas komunikator dan *brand*-nya dalam upaya menjalin kerja sama. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data penelitian ini didapat melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi pemasaran pada praktek investor relations, serta penerapan teori penetrasi sosial dan teori kredibilitas sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Tinalah menjalankan strategi yang difokuskan pada strategi kerja sama. Kerja sama eksternal ini dibangun melalui berbagai media seperti media sosial, pertemuan event, memanfaatkan relasi yang sudah ada, hingga diinisiasi oleh Desa Wisata Tinalah sendiri. Kredibilitas Komunikator mengambil peran dalam hal ini untuk mewakili Desa Wisata Tinalah dalam membangun dan meyakinkan calon mitra kerja sama. Selanjutnya hubungan yang sudah dibangun terus dikelola untuk terus memberikan manfaat pada upaya pengembangan Desa Wisata Tinalah.

Kata kunci : Desa Wisata, Kerja Sama, Kredibilitas Sumber