

## ABSTRAK

Inovasi adalah prioritas utama dalam lanskap pemasaran pariwisata, terutama untuk destinasi desa wisata di industri perjalanan yang terus berkembang. Penelitian ini mengeksplorasi pembuatan model film interaktif sebagai kerangka kerja identitas tempat untuk pengembangan dan promosi pembangunan berkelanjutan desa wisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan potensi konsep identitas tempat dari model film interaktif untuk Desa Wisata Laksana sebagai inovasi komunikasi pemasaran dalam kaitannya dengan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi desa wisata. Pendekatan Model Film Interaktif memanfaatkan teknologi Virtual Reality (VR) untuk menciptakan pengalaman virtual yang mendalam. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, menggabungkan wawancara mendalam dan teknik observasi untuk memahami situasi dan kondisi desa wisata dalam membuat Model Film Interaktif. Hasil penelitian ini akan mengungkap potensi Model Film Interaktif untuk meningkatkan daya tarik destinasi desa wisata, memperkaya identitas tempat, dan mempromosikan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Kolaborasi antara pemangku kepentingan dan investasi dalam teknologi serta kreativitas akan menjadi penggerak utama. Pendekatan ini diharapkan dapat memberdayakan desa wisata dan memungkinkan mereka bersaing secara efektif di pasar pariwisata internasional sambil melestarikan budaya dan lingkungan.

**Kata Kunci:** desa wisata, film interaktif, identitas tempat