

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia ialah suatu negara dengan sumber daya alam yang melimpah dan sangat berharga. Potensi alam yang sangat tinggi dapat dimanfaatkan secara optimal untuk kemajuan negara. Selain itu, kekayaan sumber daya alam juga menarik minat wisatawan. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah kunjungan wisata yang menunjukkan pertumbuhan pariwisata yang signifikan. Peningkatan popularitas pariwisata didukung oleh kekayaan sumber daya alam, sehingga beberapa pihak termasuk pemerintah, berusaha mengembangkan bentuk pariwisata alternatif yang dimaksudkan sebagai desa wisata. Gambaran dari hal tersebut adalah mengangkat potensi desa sebagai hal utama pada aktivitas pariwisata, seperti keaslian dan kebersihan alam, keunikan makanan, tradisi budaya yang dijaga dari generasi ke generasi dengan sistem dari pertanian dengan cara mengikuti tradisi.

Keberadaan Cyber Public Relation menjadi sangat krusial di zaman sekarang karena berkaitan dengan kemajuan teknologi dan informasi. Hal ini berlaku dalam semua aspek yang terkait dengan lembaga atau instansi. Sebuah alat yang dipakai dalam mendukung aktivitas Cyber Public Relation adalah platform media sosial yang saat ini mudah diakses. Media sosial merupakan tempat bagi setiap orang untuk berinteraksi layaknya dalam sebuah masyarakat melalui internet sebagai perantara. Saat ini jejaring sosial merupakan sebuah platform terbaru untuk masyarakat dalam berbagai kepentingan. Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi, berita dan informasi kini dapat tersebar secara instan dengan dukungan internet. Namun, setiap

kemajuan teknologi komunikasi yang melewati memiliki efek menguntungkan dan merugikan.

Di zaman digital dan persaingan yang ketat ini, penting untuk menjalin hubungan masyarakat yang baik agar tercipta harmoni. Masyarakat semakin terbuka terhadap perkembangan teknologi yang kian maju pada masa kini. Fenomena ini disebabkan oleh tuntutan manusia akan akses informasi yang cepat dan mudah, sehingga penggunaan teknologi dalam aktivitas sehari-hari telah menjadi hal yang umum di kalangan masyarakat. Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa perubahan pada gaya hidup, termasuk dalam cara berkomunikasi, belajar, dan bekerja.

Kemajuan teknologi saat ini berlangsung dengan pesat, sehingga mencari informasi menjadi sangat mudah berkat teknologi. Kehadiran teknologi mempermudah komunikasi dengan berbagai platform online, memungkinkan akses komunikasi kapan saja dan di mana saja, serta memudahkan pekerjaan. Internet yang semakin berkembang juga memberikan kemudahan bagi masyarakat. Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi turut mengubah pola interaksi masyarakat. Saat ini, masyarakat berkomunikasi sehari-hari melalui media internet. Banyak yang memanfaatkan layanan internet karena tidak terbatas penggunaannya dan keberadaannya sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Internet menyediakan beragam akses informasi dan hiburan dari berbagai belahan dunia. Hingga kini, website yang terdapat di internet memiliki beragam jenis dan ciri khasnya masing-masing. Dalam era industri 4.0, perbedaan sudah mulai terlihat secara praktis dan kompleks di berbagai sektor, termasuk dalam pola interaksi dan komunikasi. Interaksi tidak hanya terjadi antara manusia, tetapi juga antara manusia dengan mesin, bahkan antara mesin dengan mesin sendiri. Hal ini membawa dampak terciptanya manajemen pengetahuan yang baru.

Revolusi ini berdampak pada interaksi manusia di ruang tertentu. Media sosial sering digunakan untuk memperluas jangkauan dalam komunikasi karena adanya fasilitas yang memudahkan interaksi. Perkembangan pola interaksi mencerminkan keunggulan dalam revolusi mental. Sekarang, informasi dapat ditemukan dengan mudah melalui website dan media sosial, yang mengatasi kekurangan informasi yang biasanya hanya dipajang pada papan pengumuman. Dengan kemunculan internet, para praktisi Public Relation yang dulunya hanya bisa berinteraksi secara langsung atau tatap muka kini dapat beralih menjadi Cyber Public Relation. Terdapat banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh Cyber Public Relation dalam memanfaatkan internet, seperti berinteraksi dengan pengguna media sosial yang memudahkan mereka dalam membantu perusahaan mencapai tujuan. Selain itu, mereka juga dapat menanggapi keluhan konsumen kapanpun dan dimanapun melalui media sosial, membangun citra positif bagi instansi, serta mempromosikan produk atau jasa menggunakan media sosial. Pengaplikasian dan eksploitasi jejaring sosial adalah teknik untuk memperkenalkan dan menyebarluaskan rencana dan kebijakan pemerintah, serta berkomunikasi dan mengakomodasi kebutuhan masyarakat, sehingga terwujud pemahaman timbal balik demi kepentingan bersama antara pemerintah dan masyarakat.

Pemanfaatan jejaring sosial telah menjadi sarana untuk meningkatkan intensitas komunikasi. Ketika terdapat kepentingan yang sama dalam proses komunikasi, hubungan yang cepat terbentuk dan dapat memengaruhi citra serta reputasi pemerintah. Karena itu, di masa sekarang dan masa depan, praktisi humas pemerintah harus mempertimbangkan penggunaan media sosial dan terlibat secara aktif. Para praktisi humas melihat adanya peluang untuk menggunakan media sebagai sarana kehumasan inilah yang disebut Cyber Public Relation yaitu kegiatan yang

menggunakan komunikasi berbasis internet sebagai sarana menyampaikan berbagai informasi penting didalamnya. Pemanfaatan platform sosial media telah menjadi tempat yang efektif dalam menjalin komunikasi yang intensif. Hal ini disebabkan karena terdapat kepentingan yang sama dalam suatu proses komunikasi sehingga dapat terbentuk dengan cepat, yang pada akhirnya akan mempengaruhi citra dan reputasi pemerintah. Oleh karena itu, praktisi humas pemerintah harus memperhatikan dan berpartisipasi aktif dalam penggunaan media sosial pada masa sekarang maupun masa depan. Para praktisi humas melihat adanya peluang untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana kehumasan, yang dikenal sebagai *Cyber Public Relation*. Kegiatan ini menggunakan komunikasi berbasis internet sebagai sarana untuk menyampaikan berbagai informasi yang penting.

*Cyber Public Relation* bertanggung jawab untuk membangun citra positif organisasi atau perusahaan di media sosial dan dunia maya secara keseluruhan. Dalam era digital saat ini, *Cyber Public Relation* menjadi semakin penting karena banyaknya pengguna internet yang dapat dijangkau melalui platform online. Oleh karena itu, keberadaan *Cyber Public Relation* sangat diperlukan untuk membantu organisasi atau perusahaan mencapai tujuan mereka dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.<sup>1</sup> Seperti yang diketahui di daerah wisata Klaten, terdapat banyak sekali tempat wisata yang belum terlalu populer di kalangan masyarakat. Ada banyak pilihan destinasi wisata yang tersedia, dan tentunya mempromosikan suatu tempat wisata merupakan hal yang penting agar tempat tersebut dapat dikenal dan banyak dikunjungi oleh masyarakat. Dalam mempromosikan destinasi wisata, media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif. Oleh sebab itu desa ponggok memanfaatkan media sosial dalam

---

<sup>1</sup> Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Hal .1-2

pengembangan wilayah desanya sehingga bisa dikenal oleh orang di luar daerah, dengan perlahannya desa ponggok hingga menjadi desa wisata terbaik di indonesia untuk kategori pemberdayaan masyarakatnya.<sup>2</sup>

Gambar 1 Desa wisata terbaik indonesia



Platform media sosial yang kini semakin populer sebagai sarana interaksi antar golongan di seluruh dunia. Pertumbuhan yang cepat dari media sosial telah menghasilkan berbagai aplikasi media sosial di internet seperti *blog*, *Facebook*, dan *Instagram*. Melalui penggunaan media internet, Public Relations memiliki peran yang lebih signifikan daripada sebelumnya, yang memberikan kesempatan yang baik untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Kegiatan di dunia maya memiliki kekuatan yang lebih besar dalam melakukan komunikasi dengan publik, karena tidak perlu bertemu secara langsung dan jarak bukan lagi menjadi kendala dalam

<sup>2</sup> MC Nieke Indrietta Baiduri, "Ponggok Jadi Desa Wisata Terbaik, Ratusan Warganya Jadi Investor", nasional.tempo.co, 17 Mei 2017, <https://nasional.tempo.co/amp/876100/pongkok-jadi-desa-wisata-terbaik-ratusan-warganya-jadi-investor>.

memberikan informasi. Dengan adanya internet, informasi dapat disampaikan dengan cepat dan efisien, sehingga menghemat waktu dan tenaga.

Dalam penyebaran informasi, *Instagram* dianggap sebagai salah satu aplikasi media sosial yang aktif dalam hal penyebarluasan informasi. Instagram memiliki banyak pengguna dan dianggap sebagai media sosial yang populer di kalangan anak muda. Karena hal ini, Indonesia termasuk dalam lima besar negara dengan penggunaan Instagram terbanyak di seluruh dunia, bersama dengan Amerika Serikat, Brazil, Rusia, dan Inggris. *Instagram* adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video.<sup>3</sup> Sekarang, Instagram sudah berkembang menjadi platform yang populer terutama sebagai sarana informasi. Dengan menggunakan Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi pemerintah kepada masyarakat terkait perkembangan media sosial sebagai kanal komunikasi kini, memengaruhi seluruh sektor. Ini amat penting sebagai alat untuk menyebarkan informasi supaya masyarakat bisa lebih mudah memperoleh informasi. Masyarakat memerlukan media yang cepat dan simpel untuk menyampaikan informasi. BUMDes Tirta Mandiri menggunakan platform Instagram sebagai alat komunikasi dan informasi terbaru. Mereka membagikan berita tentang kegiatan internal dan eksternal, dengan tujuan memberikan informasi yang tepat waktu dan akurat agar komunikasi dan informasi tetap aktif. Sebagai contoh aktivitas eksternal yang terbaru, BUMDes Tirta Mandiri telah mengadakan Studi Desa dengan Kampung Aika Wapuka di Kabupaten Mimika, Provinsi Papua Tengah.

---

<sup>3</sup> Dewi Rahmawati, *Pemilih Dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016), 32.

Gambar 2 Kegiatan Internal Desa Ponggok



Sumber: *instagram*”bumdestirtamandiri”

Berikut salah satu kegiatan internal yang juga selalu di update oleh staff BUMDes Tirta Mandiri. Kegiatan kepala Desa Se-Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso berkunjung ke Desa Ponggok untuk melakukan studi Desa.

Gambar 3 Suara Masyarakat Ponggok



Sumber: *instagram*”bumdestirtamandiri”

Objek wisata yang terletak di Desa Ponggok, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, dikenal dengan nama Wisata Umbul Ponggok. Wisata ini sering disebut sebagai Bunaken Van Klaten karena memberikan penawaran pemandangan dari bawah air dan indah seperti di kawasan Bunaken. Selain itu, Wisata Umbul Ponggok juga menawarkan berbagai paket foto di dalam air. Dulu, Umbul Ponggok digunakan sebagai mata air yang digunakan untuk mengairi perkebunan tanaman tebu yang berada di Polanharjo, Karanganyar, dan Cepur yang merupakan peninggalan dari Gula Pabrik Ponggok. Bersamaan dengan perubahan zaman, Pemerintah Desa Ponggok bersama-sama dengan masyarakat, melakukan perubahan Umbul Ponggok menjadi destinasi wisata karena mereka melihat adanya potensi dalam hal pariwisata. Wisata Umbul Ponggok ini dikelola secara langsung oleh masyarakat Ponggok yang membentuk BUMDes Tirta Mandiri. Melalui kerja sama antar warga yang berada di Desa Ponggok untuk pembangunan maupun pengelolaan dari Umbul Ponggok, mereka berhasil meraih gelar sebagai Desa Wisata yang terbaik pada kategori pemberdayaan dari masyarakat.

Pemanfaatan dari media sosial untuk sarana promosi dari pengurus wisata Umbul Ponggok telah terbukti sangatlah efektif dan efisien. Melalui media sosial, pengunjung dapat dengan mudah mencari informasi mengenai lokasi, fasilitas yang tersedia, serta paket foto di bawah air yang ditawarkan. Untuk menjalankan komunikasi melalui media sosial dengan efektif, pengelola kampung wisata harus memiliki keahlian yang baik dan menyampaikan informasi dengan jelas, padat, serta kalimat yang mudah dipahami.<sup>4</sup>

Pengelola wisata Umbul Ponggok juga selalu aktif dalam pengelolaan akun media sosial instagram dengan memberi promo wisata agar lebih menarik pengunjung

---

<sup>4</sup> Kusumuti YI. 2009. *Komunikasi Bisnis*. Bogor (ID): IPB Press

dengan tujuan agar menambah minat masyarakat untuk berwisata di Umbul Ponggok Klaten. Adapun macam-macam promo yang diberikan oleh pengelola wisata yaitu seperti terlihat adanya promo moment hari libur dan juga promo untuk pengunjung setiap harinya terdapat perbedaan harga tiket masuk saat hari libur di bandrol harga tiket sekitar Rp.15.000/ orang dan juga ada promo untuk pengunjung harian yang datang pada hari senin-jumat di bandrol harga tiker Rp. 10.000/ orang. Wisata Umbul Ponggok dibuka pada pukul 07.00-17.00 sore, pengunjung juga bisa menyewa perlengkapan renang seperti pelampung, kaki katak dan juga alat bantu nafas didalam air. Wisata Umbul Ponggok juga menyediakan penyewaan properti untuk foto didalam air seperti, set laptop, kursi, sepeda ontel, vespa, kotak dan sepeda motor. Dalam penyewaan propeti untuk foto di dalam air ini mempunyai durasi waktu penyewaan dengan harga yang berbeda-beda.

Gambar 4 Fasilitas dan Penyewaan



Gambar 5 Promo Wisata



Sumber: *instagram*”bumdestirtamandiri”

Gambar 6 Promo Wisata Mingguan



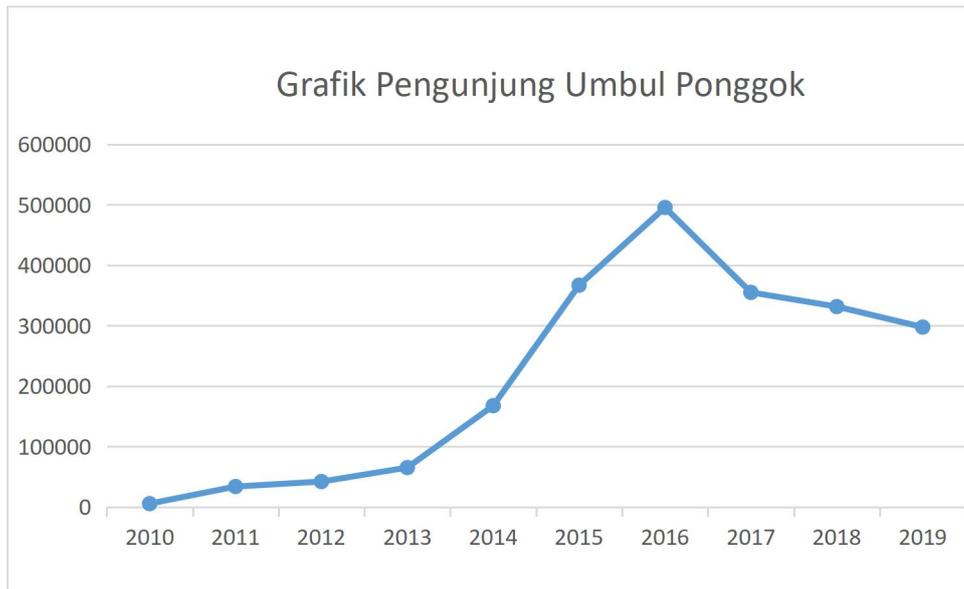
Sumber: *instagram*”umbul\_ponggok”

Berdasarkan informasi mengenai keuntungan ekonomi dari perkembangan obyek wisata Umbul Ponggok, dengan total dari pengunjung setiap tahunnya terjadi peningkatan yang signifikan dari tahun 2010 hingga 2015, yakni sekitar 146%. Tahun 2016 menjadi puncak peningkatan dengan persentase sebesar 74,05%. Akan tetapi, pada 3 tahun selanjutnya, yakni 2017, 2018, dan 2019, total wisatawan terjadi penurunan.

Table 1 Pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok

No	Tahun	Orang
1	2010	5326
2	2011	33604
3	2012	41865
4	2013	65000
5	2014	167445
6	2015	367000
7	2016	495621
8	2017	355078
9	2018	331551
10	2019	297581

Grafik 1 Pengunjung Umbul Pongkok



Dampak pada sektor wisata dapat dilihat pada jumlah data pengunjung yang tidak stabil dari pada tahun sebelumnya di wisata Umbul Pongkok. Terjadi penurunan faktor pandemi COVID-19 karena himbauan untuk tetap di rumah dan mengurangi kegiatan di luar<sup>5</sup>. Selain itu, faktor lain yang memengaruhi adalah pembatasan jumlah pengunjung sesuai protokol kesehatan yang ada, biaya tiket selama pandemi, serta persaingan dengan destinasi wisata lainnya. Namun, kinerja desa dan pengelola objek wisata Umbul Pongkok telah optimal dalam upaya peningkatan dari kesejahteraan masyarakat melalui program pengembangan lapangan kerja dan pariwisata.<sup>6</sup> Penghasilan masyarakat diperoleh melalui destinasi wisata Umbul Pongkok sudah diatur dengan ketentuan yang jelas, yaitu 60% untuk Pendapatan Asli Desa (PAD) dan 40% untuk pengembangan BUMDes dalam mengelola Umbul Pongkok. Wisata

<sup>5</sup> Timika, A. D., Antasari, N., Wibowo, Y. A., & Fitriyya, M. (2021) Pemberdayaan Pola Hidup Sehat Masa Pandemi Covid 19 di Desa Banjarsari, Tawangmangu, Karangayar. *Buletin KKN Pendidikan*, 3(2), 127-134. <https://doi.org/10.23917/bkkndi.v3i2.15695>

<sup>6</sup> Herlandi, Gilang, 2018. Dampak Sosial Ekonomi Pengembangan Objek Wisata Umbul Pongkok Bagi Masyarakat Desa Pongkok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten (Studi Penelitian Deskriptif Kualitatif di Umbul Pongkok, Desa Pongkok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah). *Skripsi*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta

ini memiliki omset sebesar Rp. 12 miliar. Pada tahun 2015, BUMDes berhasil menghasilkan omset sebesar Rp. 6,2 miliar. Pada tahun 2016, omset meningkat sebesar Rp. 10,3 miliar, bahkan pada tahun 2017 mencapai Rp. 12 miliar.<sup>7</sup> Memanfaatkan keuntungan untuk memberikan bantuan beasiswa pada penduduk Desa Pongkok, menambah pendapatan, meningkatkan kesejahteraan, membuka lapangan kerja, dan membangun infrastruktur untuk mendukung peningkatan jumlah pengunjung. Dengan BUMDes yang berperan aktif, perekonomian di pedesaan dapat berjalan dan pendapatan penduduk asli Desa meningkat. Selain itu, secara sosial, hal ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan mengurangi masalah ekonomi.<sup>8</sup>

Penelitian ini menariknya penulis mengambil objek wisata Umbul Pongkok di karenakan Umbul Pongkok merupakan wisata kolam renang yang jernih dengan mata air murni, sehingga banyak menarik pengunjung yang ingin berwisata di Umbul Pongkok dan juga didalam kolam di isi dengan ikan hias warna-warni sehingga kolam lebih terlihat berwarna dan menarik, selain itu menariknya di Umbul Pongkok pengunjung juga bisa melakukan snorkling dan diving di dalam kolam tersebut. Di Umbul Pongkok juga menyediakan penyewaan peralatan alat yang ingin digunakan didalam air seperti: kaki katak, pelampung, alat bantu nafas dan juga properti untuk foto.

Berdasarkan latar belakang, penelitian kali ini berfokus terhadap strategi dari BUMDes Tirta Mandiri dalam mengembangkan popularitas Umbul Pongkok. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi efektivitas sistem manajemen media sosial mereka yang selalu aktif dan terus memperbarui informasi terkait berbagai kegiatan dan atraksi yang tersedia di Umbul Pongkok.

---

<sup>7</sup> <http://validnews.co/BUMDes-Tirta-Mandiri---Mengubah-Yang-Tertinggal-Jadi-Terkenal-V0000705>. Diunduh hari kamis, 01 maret 2018 Pukul 10.26WIB

<sup>8</sup> Ramadani, Rahmad. 2020. Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Desa Tegal Arum Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo. Skripsi. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang sudah di jabarkan maka sudah dapat merumuskan permasalahan yaitu bagaimana Implementasi Cyber Public Relation BUMDes Desa Ponggok Klaten dalam mempromosikan wisata Umbul Ponggok?

## **C. Tujuan penelitian**

Untuk mengetahui Implementasi Cyber Public Relation BUMDes Tirta Mandiri saat mempromosikan destinasi wisata Umbul Ponggok, serta hambatan-hambatan yang terjadi dalam mempromosikan wisata tersebut.

## **D. Manfaat penelitian**

### **a. Manfaat akademis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan teoritis yang berharga bagi ilmu komunikasi khususnya dalam bidang Cyber Public Relation Dinas Pariwisata Klaten.

### **b. Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa melakukan penambahan terhadap pemahaman dan menjadi pedoman praktis bagi yang ingin memahami tentang Cyber Public Relation Dinas Pariwisata Klaten melalui media sosial.

### **c. Manfaat sosial**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat bagi semua kalangan.

## E. Metodologi penelitian

### 1. Paradigma penelitian

Paradigma ialah cara sudut pandang yang digunakan dalam melakukan pemahaman terhadap kompleksitas dunia yang nyata. Ini mencakup kumpulan ide yang menggambarkan ciri khas dari kondisi yang bisa terdapat kemungkinan dari mengambil suatu tindakan yang dilaksanakan dalam standart nilai yang yang memungkinkan seseorang dinilai dalam konteks tindakan tersebut.<sup>9</sup>

Peneliti memanfaatkan kerangka kerja konstruktivisme untuk mengarahkan taktik yang dijalankan oleh Public Relation. Secara prinsip, kerangka kerja dipandang dari ilmu sosial dari analisis tindakan sosial dengan observasi terperinci dan secara langsung terhadap subjek penelitian.

### 2. Metode penelitian

Metode yang dipakai pada penelitian kali ini ialah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini hanya menjelaskan situasi serta peristiwa yang menjadi fokus pembahasan.<sup>10</sup> Metode ini dimaksudkan untuk melakukan penggambaran dari kondisi yang ada dilapangan secara akurat dengan interpretasi yang tepat. Tujuannya bukanlah menemukan kebenaran secara mutlak mutlak, akan tetapi juga untuk memahami observasi. Penelitian fenomenologi digunakan khususnya untuk mempelajari fenomena dan realitas yang tampak, dan untuk menganalisis penjelasan di dalamnya. Fenomenologi digunakan untuk menggali data dan menemukan makna dari fenomena mendasar yang dialami oleh objek penelitian.

---

<sup>9</sup> Rachmat Krisyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006) h.50.

<sup>10</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, ( Jakarta: Kencana, 2008),146

Peneliti memakai deskriptif kualitatif dikarenakan perolehan data yang di hasilkan data yang deskriptif dari data berbentuk tulisan, teks dari dokumen berasal dari subjek yang telah di tetapkan. Metode deskriptif kualitatif ini digunakan karena menyajikan langsung hubungan antara peneliti dan narasumber dan juga lebih dapat menyesuaikan diri dengan pola yang di hadapi saat melakukan penelitian. Penelitian yang berupa kata-kata dan gambar semua di kumpulkan untuk menjadi kunci apa yang sudah diteliti. Laporan penelitian akan berisi kutipan data untuk memberi gambaran penyajian dengan data yang diperoleh berasal dari wawancara, catatan lapangan dan dokumen pribadi.<sup>11</sup> Pendekatan secara kualitatif yang dilakukan dengan pertimbangan dari data yang ada dilapangan bersifat nyata yang penelitian kualitatif lebih menuju kepada penelitian yang bersifat mendalam terutama bagian penelitian di lapangan, karena menjadi tujuan utama dalam mengumpulkan data secara langsung.

### 3. Subjek / objek penelitian

Individu yang memberikan informasi situasi maupun keadaan dari latar belakang objek penelitian dikenal sebagai Pada penelitian kali ini, subjek penelitian yang dipilih adalah pemimpin BUMDes Tirta Mandiri, publik resepsionis objek wisata Umbul Ponggok dan juga marketing/admin media sosial. Namun saat melakukan wawancara terkait penelitian yang di lakukan oleh penulis yaitu peralihan informan yang dikarenakan adanya kegiatan yang sedang dilakukan oleh pimpinan BUMDes sehingga untuk menjawab informasi maka informannya di wakikan oleh ibu yang mejabat sebagai marketing dan juga sebagai pengelola media sosial umbul ponggok, *Purposive sampling* ialah salah satu teknik dari pengambilan sampel yang dipakai dengan tujuan untuk

---

<sup>11</sup> Moelong, Lexy. J..*Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakaya. 2000)hal: 3

memperoleh data dari populasi penelitian dengan mempertimbangkan ciri-ciri dan karakteristik tertentu demi mencapai tujuan penelitian yang diinginkan oleh peneliti. Kriteria subjek pada penelitian ini yaitu orang-orang yang mengetahui tentang wisata Umbul Ponggok dan juga mengetahui bagaimana pengembangan objek wisata Umbul Ponggok.

1. Bapak Agus Santosa, Sebagai Publik Resepsionis Umbul Ponggok
2. Ibu Yasmin Fida Az-Zahra, Sebagai Sekretaris/Manajer program BUMDes dan juga sebagai pengelola media sosial Umbul Ponggok.

Objek dari penelitian ini yaitu penerapan Cyber Public Relation dalam mempromosikan wisata Umbul Ponggok Klaten. Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara sehingga mengajukan pertanyaan kepada narasumber yang layak untuk di wawancara. Dengan penggunaan pertanyaan dan struktur kalimat yang dapat diubah sesuai kebutuhan dan situasi selama wawancara terkait objek penelitian, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diinginkan telah terkumpul secara lengkap dan memadai. Penentuan objek penelitian bertujuan untuk memudahkan pengumpulan informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian.

## **F. Jenis data**

### **1. Data primer**

Data primer merupakan sebuah data yang didapatkan secara langsung yang berasal dari sumbernya. Data utama sering juga disebut sebagai data asli atau data terkini, untuk memperoleh data utama para peneliti harus mengumpulkannya secara langsung melalui metode observasi atau wawancara. Menggunakan data ini untuk mendapat informasi secara langsung tentang mempromosikan destinasi

wisata Umbul Ponggok dengan mewawancarai pengurus dan staff wisata Umbul Ponggok.

## 2. Data sekunder

Data skunder ialah data yang di dapatkan dari sumber yang ada, data sekunder bisa di dapat dari berbagai sumber yang berkaitan dengan wisata Umbul Ponggok

## **G. Teknik pengumpulan data**

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data atau metode pengumpulan data yang dipakai sebagai berikut:

### 1. Observasi

Pengumpulan data dengan tujuan untuk mengungkap makna melalui menyiapkan data atau fakta dari suatu fenomena yang menjadi objek penelitian. Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan kesadaran penuh dengan tujuan pengumpulan dari data yang dilaksanakan dengan terencana dan terstruktur. Kegiatan ini bertujuan untuk mengungkap makna melalui akuisisi data atau fakta dari suatu fenomena yang menjadi fokus penelitian.<sup>12</sup> Terdapat 3 macam teknik observasi yaitu:

- a. Observasi partisipatif yaitu keterlibatan peneliti dengan aktivitas subjek penelitian sebagai sumber data penelitian.
- b. Observasi terus terang maksudnya yaitu berterus terang kepada subjek peneliti ketika melakukan kegiatan observasi.
- c. Observasi tak berstruktur yaitu tidak adanya persiapan dilakukan secara natural dengan keadaan yang ada pada saat itu.

---

<sup>12</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hal.222.

Peneliti menggunakan teknik observasi terus terang untuk meneliti bagaimana BUMDes Ponggok dalam mempromosikan destinasi wisata dengan menggunakan metode Cyber Public Relation, lalu peneliti mencatat segala hasil penelitian yang telah di dapat dengan cara mewawancarai narasumber.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah dialog yang difokuskan pada topik tertentu dan ialah proses interaksi verbal di antara beberapa orang yang berada di hadapan satu sama lain secara fisik. Dalam penelitian kualitatif, wawancara disebut dengan percakapan yang bertujuan dan dimulai dengan beberapa pertanyaan informal.<sup>13</sup> Wawancara memakai teknik wawancara secara semi terstruktur, yang merupakan proses wawancara dengan panduan pertanyaan yang didasarkan pada pengembangan topik. Metode ini lebih fleksibel daripada metode wawancara terstruktur. Tujuan dari metode wawancara ini adalah untuk menemukan masalah dengan cara yang lebih terbuka, di mana responden diminta memberikan pandangan dan gagasan mereka. Pada tahap melakukan wawancara ini peneliti menggunakan dua informan yang menjadi subjek penelitian. Yaitu informan yang pertama sekretaris BUMDes Tirta Mandiri dan juga sebagai admin media sosial umbul ponggok, dengan informan ini peneliti menanyakan hal yang terkait media sosial yang digunakan dalam mempromosikan wisata Umbul Ponggok. Lalu pada informan yang kedua yang bertugas sebagai Public Resepsionis yang berada di umbul ponggok, hal yang di tanyakan yaitu tentang fasilitas saja yang tersedia di umbul ponggok.

---

<sup>13</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal.160

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode agar mendapatkan informasi secara langsung dari lokasi penelitian yang mencakup gambar kegiatan, buku yang relevan, peraturan yang ditetapkan, dan laporan kegiatan.<sup>14</sup> Dengan teknik yang dilakukan, peneliti sudah mendapatkan data yang berasal dari banyak sumber dokumen yang tersedia di Umbul Ponggok. Dokumentasi merupakan catatan tertulis yang terkait masa lampau. Seluruh dokumen yang berkaitan dengan penelitian di BUMDes Umbul Ponggok perlu untuk dicatat sebagai sumber data yang dapat mendukung penelitian. Dalam penelitian ini mengambil data-data tentang latar belakang berdirinya wisata Umbul Ponggok, data pengurus wisata dan juga yang berhubungan dengan bagaimana cara BUMDes Tirta Mandiri mempromosikan wisata Umbul Ponggok dengan menggunakan media sosial.

### H. Teknik analisis data

Pada penelitian ini, analisis data diterapkan dengan menggunakan pendekatan interaktif yang diadopsi dari Miles dan Huberman. Kegiatan analisis dilakukan secara terus-menerus hingga selesai sepenuhnya.<sup>15</sup>

Komponen-komponen analisis data model interaktif sebagai berikut:

#### a. Reduksi data

Data yang diperoleh oleh peneliti di lapangan melalui pengamatan, wawancara, dan pencatatan dengan cara mengumpulkan dan melakukan pemilihan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti melaksanakan penyederhanaan data dengan cara melakukan pemilahan dari catatan lapangan,

---

<sup>14</sup> Abdurahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi.*, hal. 105

<sup>15</sup> Satori, Djam'an dan Komarian, Aan. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

hasil wawancara, dan dokumen yang terkait. Karena jumlah dan variasi data yang diperoleh cukup banyak, peneliti harus merangkum informasi yang penting dan mengelompokkannya berdasarkan topik yang relevan.

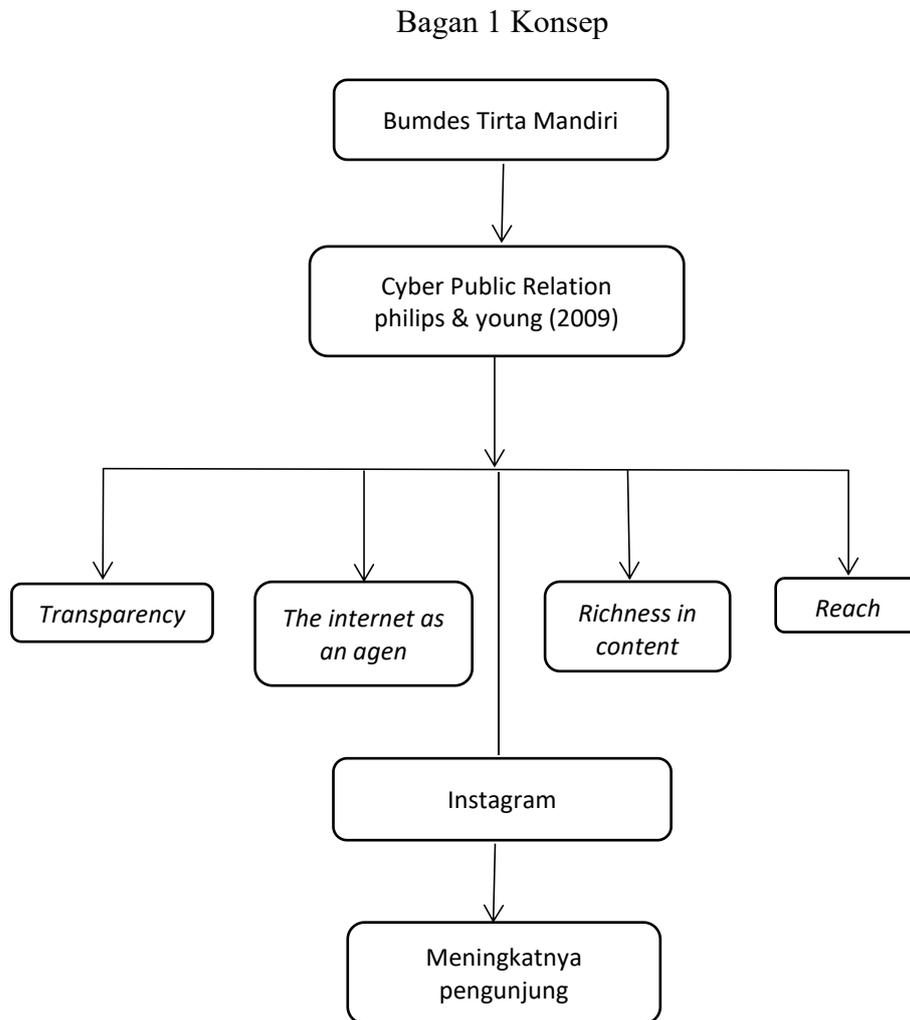
b. Penyajian data

Penyajian data dilakukan setelah informasi data selesai dikumpulkan, dari hasil wawancara, dokumentasi, observasi lalu dilakukan pencatatan.

c. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dipresentasikan, peneliti menyimpulkan bahwa jawaban atas rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diungkap sejak awal didukung oleh bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data.

## I. Kerangka konsep



## J. Definisi konsep

### a. Cyber Public Relation

Cyber Public Relation adalah penerapan dari perangkat ICT (*Information and Communication Tecnologies*) untuk keperluan humas. Saat ini semua kegiatan menggunakan internet, karena itu setiap bentuk aktivitas Public relation banyak membutuhkan ICT. Cyber Public Relation yaitu satu cara untuk membangun citra atau reputasi yang tidak kasat didunia maya pada perkembangan zaman saat ini, karena internet telah menghadirkan dunia

maya di samping dunia nyata.<sup>16</sup> Internet membuat kerja praktisi Public Relation mengalami perubahan yang sangat luar biasa, pada saat ini bukan hanya harus bisa berhubungan dengan orang yang berpengaruh namun juga harus pintar dan fasih dalam berhubungan langsung dengan konsumen.

Di era yang semakin maju, kemajuan teknologi telah mengalami perkembangan pesat, sehingga internet dapat diakses dengan mudah oleh hampir seluruh orang. Komunikasi juga lebih mudah untuk disebar melalui media sosial, karena media sosial lebih mudah untuk digunakan dalam komunikasi media atau komunikasi secara langsung dengan tujuan untuk bebas berkomunikasi satu sama lain. Bertujuan untuk membangun relasi yang saling menguntungkan dengan pelanggan dan calon pelanggan, sehingga menciptakan citra positif dan kepercayaan publik terhadap produk yang ditawarkan. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa sebagian besar target pasar mereka aktif menggunakan media sosial. Dalam penelitian penulis memilih menggunakan teori cyber publik relation yang di kemukakan oleh Philips & Young dikarenakan dalam teori ini sudah menjelaskan secara keseluruhan mengenai fenomena yang telah disajikan, selain itu teori ini juga sudah sering dijadikan referensi penelitian dan juga mampu untuk membantu memahami permasalahan yang ada dipenelitian.

---

<sup>16</sup> Sujanto, Raditia Yudistira. Pengantar Public Relation Di Era 4.0 (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), hal. 211.

## **b. Elemen-elemen Cyber public relation**

### *1. Transparency*

Dalam kegiatan Cyber Public Relation , transparansi menjadi faktor penting yang harus dijaga. Perusahaan harus memberikan informasi yang jelas dan terbuka kepada stakeholder melalui media sosial. *Transparency* merupakan elemen utama dalam Public Relation online. Ini berarti perusahaan harus siap untuk membuka sistem internal mereka kepada pihak eksternal.<sup>17</sup>, Ada beberapa jenis transparansi yang perlu diperhatikan:

- a. *Radical Transparency*, Merupakan suatu sistem manajemen di mana seluruh informasi, argumen, dan hal terkait keputusan dan pergerakan perusahaan dapat diakses oleh publik.
- b. *Controlled Transparency*, Adalah proses menyebarkan informasi perusahaan ke masyarakat melalui internet dengan cara yang teratur.
- c. *Institutional Transparency*, Merupakan pemberian data perusahaan oleh otoritas yang diinstruksikan oleh entitas atau organisasi lain, bukan oleh perusahaan itu sendiri.

### *2. The internet as an agent*

*Agency* ialah aktifitas mengirimkan pesan dari seseorang ke orang lain melalui internet, yang selanjutnya memberi interpretasi serta pemahaman baru. Agensi manusia internet terjadi ketika terdapat perubahan dalam cerita atau pesan selama proses di dunia maya, yang kerap kali terlihat dalam tulisan blog yang menafsirkan kembali isi dari sumber lain.

### *3. Richness in content*

---

<sup>17</sup> Ibid. hal 212.

*Richness of information* atau kekayaan informasi merupakan proses kekayaan informasi atau transparency adalah saat transparansi dijalankan. Ketersediaan internet memungkinkan terbentuknya kekayaan informasi. Perusahaan umumnya menawarkan kekayaan informasi mereka sendiri secara online, dan dalam Public Relation, ada kebutuhan di dua area pengembangan kekayaan informasi. Pertama, dalam menciptakan konten yang kaya, di mana ada berbagai jenis konten yang tersedia untuk publik. Area kedua melibatkan orang dalam meningkatkan kekayaan melalui komunikasi online mereka dan sumber daya online lainnya, yang kemudian akan mempengaruhi peningkatan kekayaan dan jangkauan dalam proses transparansi.

#### 4. *Reach*

*Reach* atau jangkauan publik terdapat berbagai cara untuk mencapai jangkauan publik terhadap konten. Salah satunya adalah dengan melakukan optimasi mesin pencari, yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kemudahan dalam mendapatkan halaman *website* mereka. Selain itu, keterlibatan dalam komunitas online juga dapat menciptakan jangkauan yang lebih luas. Dalam era kekayaan informasi, konten dapat berupa kata-kata, gambar, suara, video, dan lain-lain. Keterlibatan orang dalam komunitas online dapat menambah kekayaan melalui simbiosis. Forum dan sumber online juga dapat membantu dalam mencapai hal ini dengan memudahkan akses publik terhadap konten.

## H. Definisi operasional

Pengertian operasional adalah penjabaran yang menjelaskan dengan cara operasional tentang penelitian yang akan dijalankan, pengertian operasional menjelaskan definisi istilah yang dipakai dalam penelitian dengan tujuannya yaitu untuk memudahkan penulis untuk menentukan perihal wawancara dan juga memudahkan dalam membahas hasil penelitian. Definisi yang akan di jelaskan diantaranya yaitu :

Definisi konsep	Definisi operasional
Cyber public relation	Upaya Badan Usaha Milik Desa Tirta Mandiri dalam mempromosikan destinasi wisata Umbul Pongkok dengan memanfaatkan media sosial.
Transparency	Upaya Umbul Pongkok harus bersikap transparan untuk memberi informasi kepada masyarakat melalui sosial media, Public Relation terdapat kebutuhan di area perkembangan atau kebutuhan informasi.
The internet as an agent	Perubahan informasi wisata dari satu orang ke orang lain secara online dan kemudian dibuat dalam konteks pemahaman yang baru.
Richness in content	Informasi merupakan proses dimana transparansi dieksekusi, umbul pongkok banyak menyediakan informasi sendiri dalam pulic relation terdapat kebutuhan diarea perkembangan atau kebutuhan
Reach	Jangkauan publik terhadap konten dapat diciptakan

	<p>melalui berbagai cara, cara yang dapat dilakukan oleh wisata Umbul Ponggok agar bisa melakukan beberapa teknik agar media sosial bisa dengan mudah diakses oleh publik.</p>
--	--