

ABSTRAK

Cyber public relations menjadi terobosan baru dalam bidang *public relations*. Salah satu perannya sebagai ujung tombak informasi yang mana dituntut untuk dapat menyalurkan informasi seluas-luasnya. Dalam hal ini lah, kehadiran *cyber publik relations* menjadi salah satu jawaban akan tantangan tersebut. *Cyber public relations* dengan memanfaatkan *new media* berbasis internet telah diterapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dalam menyebarkan luaskan informasi pariwisata juga memperluas target audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *cyber public relations* pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dalam menyebarluaskan informasi pariwisata melalui *new media*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teori *cyber public relations* milik Holtz yang memiliki empat indikator. Hasil penelitian ini ditemukan bahawasanya mengenai indikator pertama yakni *strategic* telah diupayakan dengan baik melalui pengelolaan media, jadwal publikasi, bentuk penyampaian informasi, dan kolaborasi. Selanjutnya adalah *integrated* ngan memanfaatkan *new media* khususnya media sosial dan website. *Targeted* ditempuh dengan identifikasi audience berdasarkan umur dan melakukan promosi berbayar. *Measurable* dengan melakukan analisis media seperti melihan *insight* dan *followers*. Berdasarkan hasil tersebut penerapan *cyber public relations*nya sudah cukup baik tetapi ada beberapa catatan yang perlu diperbaiki.

Kata Kunci : Cyber Public Relations, Informasi Pariwisata, Media Baru

ABSTRACT

Cyber public relations is a new breakthrough in the field of public relations. One of its roles is as the spearhead of information which is required to be able to distribute information as widely as possible. In this case, the presence of cyber public relations is one of the answers to these challenges. Cyber public relations by utilizing internet-based new media has been implemented by the Tourism and Culture Office of Kebumen Regency in disseminating tourism information as well as expanding the target audience. This study aims to determine the application of cyber public relations at the Kebumen Regency Tourism and Culture Office in disseminating tourism information through new media. The method used is descriptive qualitative with Holtz's cyber public relations theory which has four indicators. The results of this study found that regarding the first indicator, namely strategic, it has been pursued well through media management, publication schedules, forms of information delivery, and collaboration. Next is integrated by utilizing new media, especially social media and websites. Targeted by identifying the audience based on age and doing paid promotions. Measurable by conducting media analysis such as looking at insights and followers. Based on these results, the application of cyber public relations is quite good but there are some notes that need to be improved.

Keywords: Cyber Public Relations, Tourism Information, New Media