

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era globalisasi amat sangat terasa, terutama dalam bidang komunikasi dan informasi. Arus perputaran informasi pun menjadi sangat cepat, kebutuhan akan informasi juga tak ada hentinya. Fenomena ini menjadi sangat krusial bagi praktisi *public relations*. *Public relations* sangat diharapkan, secara dalam cakupan tugasnya untuk memberikan informasi, bahkan mencari solusi bagi permasalahan yang tengah dihadapi

Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap cara kerja *public relations*, mau tidak mau harus berubah untuk perkembangan yang terjadi, dengan digitalisasi dalam berbagai aspek. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi khususnya dengan adanya *new media* yang berbasis internet tentunya dimanfaatkan untuk membantu pekerjaan praktisi *public relations*, hingga lahirlah E-PR atau *electronic public relations*. E-PR adalah inisiatif PR atau *public relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya.<sup>1</sup> Di Indonesia inisiatif PR ini lebih dikenal dengan istilah *cyber public relations*.<sup>2</sup> Kehadiran *new media* pada menjadi strategi baru dalam menjalankan perannya sebagai ujung tombak informasi Tak terkecuali bagi praktisi PR pada instansi pemerintahan untuk menyebarluaskan informasi.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang pariwisata dan bidang kebudayaan yang menjadi kewenangan Daerah.<sup>3</sup> Yang dalam menyelenggarakan urusan dibidang pariwisata dengan menerapkan *cyber public relations* yang telah memanfaatkan *new media* dalam urusan publikasinya. Penerapan *cyber public relations* juga menjadi upaya bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen untuk

---

<sup>1</sup> Onggo, B. J. 2004. *Cyber Public Relations*, Elex Media Komputindo, Jakarta.

<sup>2</sup> *Ibid.* Hlm 1

<sup>3</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Details/195545/perbup-kab-kebumen-no-123-tahun-2021> diakses pada 30 Juli 2024

menjawab tantangan perkembangan zaman dalam menyebarluaskan informasi pariwisata untuk mendapatkan hasil yang memuaskan dengan jangkauan yang lebih luas.

Namun jika berbicara mengenai pariwisata, Kebumen memiliki potensi pariwisata yang tidak kalah membanggakan dari daerah lain. Potensi pariwisata yang beragam mulai dari alam, pantai, kuliner, dan sejarah akan sangat berpotensi apabila dikembangkan menjadi industri pariwisata. Berbagai upaya dilakukan dengan gencar-gencarnya dilakukan agar potensi dan destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Kebumen dikenal dimata masyarakat baik lokal atau mancanegara.

Hal tersebut tentunya menjadi tugas besar bagi Dinas Pariwisata dan Kabupaten Kebumen sebagai instansi yang membidangi pada sektor pariwisata, juga tugas public relations yakni menyebarluaskan informasi. Akan tetapi fakta unik ditemukan, bahwasanya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen ini tidak memiliki divisi *public relations* atau divisi humas secara khusus. Untuk kelancarannya arus informasi dan tugas humas maka dibentuk BAKOHUMAS yang termuat PERATURAN BUPATI KEBUMEN NOMOR 050/48 TAHUN 2023.

BAKO HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen berkedudukan di Subbagian Umum dan Kepegawian. Yang otomatis BAKO HUMAS juga memiliki tugas lain seperti halnya pengadministrasian. Banyaknya tugas yang diemban dan dikhawatirkan akan berpengaruh terhadap aktivitas kehumasan. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen mengeluarkan Kebijakan yakni untuk masing-masing bidang juga menjadi bagian atau anggota BAKO HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen. Untuk saling bekerjasama dalam mempublikasikan informasi. Mengingat informasi pariwisata menjadi informasi yang krusial, maka khusus untuk informasi pariwisata dikelola oleh Bidang Pemasaran.

Untuk dapat memberikan informasi pariwisata yang terbaik maka diperlukan penerapan *cyber public relations* yang strategis. Dengan beberapa hal yang mesti diperhatikan. Lagi-lagi karena ini karena informasi pariwisata menjadi hal yang krusial oleh karenanya perlu adanya perancangan komunikasi yang baik

sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan baik, memberikan pemahaman, dan yang paling utama adalah dampak dari informasi tersebut dapat menciptakan tindakan yang menguntungkan. Selain itu kecanggihan dari *new media* seperti halnya media sosial dan website dalam menyebarluaskan informasi serta menjangkau target yang lebih luas juga dimanfaatkan dengan baik.

Setidaknya upaya penerapan *cyber public relations* yang startegis ini menjadi komitmen untuk terus memberikan informasi pariwisata kepada masyarakat. Juga mencegah adanya ketertinggalan informasi yang dirasakan, meskipun hal tersebut masih berpeluang untuk terjadi. Tak dapat dipungkiri keterbatasan dalam pengelolaan belum sepenuhnya teratasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan penulis, maka penulis merumuskan masalah mengenai bagaimana penerapan *cyber publik relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen sebagai dalam menyebarluaskan informasi pariwisata melalui *new media*?

## **1.3 Tujuan**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah ditulis, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis melalui penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana penerapan *cyber publik relations* Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dalam menyebarluaskan informasi pariwisata melalui *new media*.

## **1.4 Manfaat**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Menjadi sumbangsih ilmiah dari penulis khususnya pada bidang Ilmu Komunikasi.
2. Menjadi inspirasi dan sumber rujukan untuk penelitian yang akan datanag.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi pihak-pihak terkait khususnya yang berkaitan dengan *cyber public relations*.
2. Menjadi pertimbangan bagi instansi untuk terus mengoptimalkan penerapan *cyber public relations*

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Banyak pakar mendefinisikan paradigma penelitian menjadi bermacam-macam arti, tergantung pada sudut pandangnya. Salah satunya bahwa paradigma adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi, konsep, atau proposisi yang berhubungan secara logis, yang mengarahkan cara pandang berpikir dan penelitian.<sup>4</sup> Sederhananya paradigma juga diartikan sebagai cara pandang atau kemampuan dalam melihat sesuatu yang hayati dalam diri seseorang serta dapat mensugesti orang tersebut untuk memadamkan realitas sekitarnya.

Paradigma penelitian sebagai kerangka berpikir yang mengungkapkan bagaimana cara peneliti memandang kehidupan sosial dan bagaimana peneliti memperlakukan ilmu atau teori yang dikonstruksi menjadi sebuah pandangan yang mendasari asal usul dari disiplin ilmu ihwal apa yang menjadi duduk perkara yang seharusnya dipelajari. Pada penelitian ini digunakan paradigma kualitatif berjenis *constructivism* yang berpandangan bahwa pengetahuan itu tidak terbatas pada hasil pengalaman terhadap fakta, namun juga termasuk dari hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti.

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Dalam penelitian, metode menjadi kegiatan ilmiah yang memiliki kaitan dengan cara kerja yang sistematis sehingga subjek atau objek penelitiannya dapat dipahami, serta diperoleh jawaban-jawaban yang dapat

---

<sup>4</sup>Kasemin, K 2016, Kasiyanto Kasemin, *Paradigma Teori Komunikasi Dan Paradigma Penelitian Komunikasi*, Media Nusa Kreatif, Malang.

dipertanggungjawabkan keabsahannya secara ilmiah. Secara praktis bahwa metode penelitian tersebut dapat dikonkretisasi melalui pola pertanyaan dari unsur-unsur utama dalam penelitian dengan formula 5W + 1H (*who, what, why, where, when, and how*).<sup>5</sup> Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Yang ditunjukkan guna melakukan penggambaran kondisi di lapangan secara nyata dengan interpretasi yang tepat dan data yang saling berkesinambungan. Serta tidak hanya terbatas pada kebenaran yang mutlak melainkan guna mencari pemahaman observasi.

### **1.5.3 Subjek/Objek Penelitian**

#### **a) Subjek Penelitian**

Dalam penelitian, subjek sering kali diartikan sebagai sumber yang dapat digali informasinya, hal tersebut dapat merujuk kepada seseorang hingga benda sekalipun. Adapun pengertian subjek penelitian menurut para ahli adalah seseorang atau sesuatu yang mengenyainya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.<sup>6</sup> Subjek penelitian akan lebih condong kepada manusia atau yang memiliki kaitan dengan urusannya.

Dalam penelitian ini penulis memiliki kriteria subjek yang sesuai dengan penelitiannya, yang mana penelitian ini adalah kaitannya dengan cyber public relations, maka kriteria yang dipilih oleh penulis tentunya ialah yang erat kaitannya dengan praktisi public relations di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen. Namun fakta-fakta yang dapat penulis dapati ialah, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen tidak memiliki divisi public relations atau humas secara khusus.

---

<sup>5</sup>Rosady, R 2017, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

<sup>6</sup>Fitrah, M & Lutfhiyah 2020, *Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, CV Jejak, Sukabumi.

Untuk menyikapi hal tersebut kemudian penulis mengambil langkah yang berdasar kepada PERATURAN BUPATI KEBUMEN NOMOR 050/48 TAHUN 2023. Yang mana didalamnya membahas mengenai pembentukan Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat (BAKOHUMAS) guna kelancaran informasi kebijakan publik dan melaksanakan penyelenggaraan koordinasi daerah. Oleh karena itu dipilih subjek sebagai berikut ini :

1. Rinta Sri Pruwanti

Beliau merupakan staff dari Subbagian Umum dan Kepegawaian dengan jabatan P2K Pengadministrasian. Namun mengacu pada PERATURAN BUPATI KEBUMEN NOMOR 050/48 TAHUN 2023 dan Surat Keputusan Dinas Pariwisata Nomor 487.2.1/106 mengenai personil BAKOHUMAS, LAPOR CEPAT BUPATI DAN SP4N. Beliau mengurus akan urusan humas atau public relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen khususnya dalam mengelola media-media milik Dinas Pariwisata juga urusan kehumasan lainnya.

2. Galih Edi Saputro

Beliau merupakan anggota staff dari Bidang Pemasaran. Menindaklanjuti adanya adanya pembentukan BAKOHUMAS, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen mengambil langkah untuk membentuk anggota BAKOHUMAS yang terdiri dari seluruh bidang-bidang yang ada di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen untuk turut serta meringankan tugas BAKOHUMAS. Terkhusus adalah Bidang Pemasaran yang juga sesuai dengan PERATURAN BUPATI KEBUMEN NOMOR 123 TAHUN 2021 Pasal 21 mengenai tugas dari Bidang Pemasaran beberapa diantaranya juga berkesinambungan dengan kehumasan yakni memfasilitasi pelaksanaan promosi dan informasi pariwisata, serta penerapan branding pariwisata nasional dan tag line pariwisata, penyediaan dan pengembangan system informasi pariwisata.

**b) Objek Penelitian**

Objek dapat kita pahami sebagai pusat dalam kegiatan penelitian atau sasaran bagi penelitian yang tengah dilakukan. Sehingga dapat disimpulkan

dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, yang berkedudukan sebagai objek ialah penerapan *cyber public relations* pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen melalui *new media*. penerapan *cyber public relations* dalam lingkungan pemerintahan menjadi terobosan baru dalam menjawab tantangan perkembangan zaman khususnya dalam menjalankan tugasnya sebagai yakni menyebarluaskan informasi, yang mana dinilai lebih efektif dan efisien dalam menjangkau masyarakat jika dibandingkan dengan penerapan *public relations* secara konvensional.

### **1.6 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitiannya ialah data kualitatif dengan dua macam sumber data. Sumber data sendiri merupakan segala sesuatu yang dapat diambil informasinya yang berkaitan dengan penelitian yang tengah dilakukan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis sumber data yakni sebagai berikut :

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data pokok yang dapat diperoleh dari hasil wawancara kepada narasumber yang kemudian ditulis atau direkam. Pada penelitian ini, penulis mendapatkan data primer dari hasil wawancara bersama praktisi public relations atau staff yang memegang kendali kehumasan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen, serta perwakilan dari masyarakat.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder menjadi sumber data tertulis yang dapat diperoleh dari buku, arsip, maupun dokumen pribadi dan resmi. Dalam penelitiannya, penulis mendapatkan data sekunder dari antara lain bersumber dari :

- a. Peraturan Bupati Kebumen Tahun 2021, SK Bupati Kebumen Nomor 050/48 Tahun 2023.
- b. Sampel yang didapatkan melalui platform digital Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen : Website, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, dan Youtube.

## 1.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mendukung serta memenuhi kebutuhan peneliti akan beragam jenis data yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian, maka penulis memerlukan ketersediaan dari sumber data yang mana digunakan untuk menggali informasi di lapangan. Oleh karenanya, peneliti hendaknya dapat menentukan teknik pengumpulan data yang telah disesuaikan dengan kondisi lapangan, waktu, hingga besaran biaya yang telah dipersiapkan untuk kelancaran dari proses penelitian guna efektifnya penelitian yang dilakukan. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data antara lain :

### 1. Observasi

Dalam penelitian kualitatif, observasi menjadi bagian penting dalam proses penelitian. Observasi menjadi kegiatan pengumpulan data dengan melibatkan panca indera, baik itu dilakukan dengan indera penglihatan, penciuman, hingga pendengaran sehingga akan ditemukan informasi-informasi yang dapat membantu dalam menjawab atau menyelesaikan rumusan masalah dalam penelitian. Dalam proses pengambilan data teknik observasi tidak terbatas pada individu namun juga dapat dilakukan terhadap objek yang lainnya. Melalui kegiatan observasi untuk mengumpulkan data, kita juga dapat belajar mengenai seperti apa dan bagaimana reaksi juga tanggapan sekaligus maksud dari tindakan tersebut. Dalam penelitian ini penulis melakukan kegiatan observasi secara langsung bagaimana kondisi di lapangan atau kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dalam menjalankan fungsi public relations khususnya untuk menyebarluaskan informasi pariwisata. Kegiatan ini dapat dimulai dengan melakukan observasi beberapa akun sosial media maupun website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen mengenai publikasi informasi, bentuk informasi yang dipublikasikan, dan masih banyak lagi.

### 2. *Interview* (Wawancara)

*Interview* merupakan salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi



terstruktur, dan tak terstruktur.<sup>7</sup> Dalam proses pengambilan data melalui teknik *interview* atau wawancara juga terbagi menjadi dua, yakni *interview* dengan semi struktur serta *interview* tak struktur. Yang mana dalam *interview* semi struktur ini memungkinkan terjadinya tambahan pertanyaan baru, meskipun peneliti telah menentukan daftar pertanyaan, namun dalam *interview* semi struktur ini peneliti sah-sah saja untuk menambahkan pertanyaan yang secara spontan muncul pada saat proses wawancara berlangsung. Namun dengan catatan pertanyaan dalam *interview* semi terstruktur ini sesuai dengan konteks penelitian. Sedangkan *interview* tak struktur dilakukan sesuai dengan fokus permasalahan namun tidak terikat dengan format tertentu. Dalam pengumpulan data, wawancara dapat dilangsungkan secara individual maupun dalam suatu kelompok. Pada proses pengambilan data yang dilakukan oleh penulis, kegiatan *interview* akan dilaksanakan secara langsung di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen yang terletak di Jl. Soekarno Hatta No 62, Kebumen, Bumirejo, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Adapun target yang hendak diinterview oleh penulis diantaranya :

- Rinta Sri Purwati (Staff Subbagian Umum dan Kepegawaian)
- Galih Edi Saputro (Staff Bidang Pemasaran)

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bentuk pengumpulan data dengan memanfaatkan visual. Selain itu metode dokumentasi juga berkaitan dengan hal-hal tau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan metode dokumentasi ini menjadi salah satu langkah untuk menyempurnakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Dengan melakukan studi dokumen terhadap pengumpulan data diyakini dapat menambah kepercayaan juga kredibilitas yang cukup tinggi didukung dengan

---

<sup>7</sup>Harahap, N 2020, *Penelitian Kualitatif*, Wal Ashri Publishing, Medan

karya tulis maupun foto-foto yang sudah dilakukan sebelumnya untuk keperluan akademik. Namun tidak dapat dipungkiri tidak semua studi dokumen dalam pengumpulan data dapat meningkatkan kredibilitas. Kita tidak bisa menutup mata dengan adanya rekayasa untuk mencapai tujuan tertentu, khususnya adalah pada pengambilan foto yang dapat diatur sedemikian rupa.

### **1.8 Teknik Analisis Data**

Dalam sebuah pengertian analisis data juga didefinisikan menjadi proses dalam mengatur urutan data dan mengorganisasikannya dalam suatu pola, kategori, hingga satuan dasar. Dalam proses penelitian data sangat penting diukur ketepatan serta keakuratannya sebab tidak dapat dipungkiri bahwa sumber informasi yang beragam akan memberikan data yang beragam pula. Sehingga pekerjaan untuk menganalisis data memerlukan upaya lebih untuk memberikan perhatian yang khusus dalam melaksanakannya. Namun seorang penulis tidak boleh hanya berfokus pada analisis data saja, tentunya akan diperlukan pendalaman terhadap kepustakaan untuk memvalidasi teori. Adapun dalam penelitian teknis analisis data dapat dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut :

#### **a. Reduksi Data**

Dari hasil penelitian di lapangan tentunya akan memperoleh data yang cukup banyak jumlahnya, sehingga dalam prosesnya peneliti diharuskan untuk mencatatnya secara rinci dan teliti. Oleh karenanya hasil pemerolehan data di lapangan harus dilakukan analisis melalui teknik reduksi data. Mereduksi data sama saja dengan merangkum untuk memilah hal pokok sehingga akan terfokus pada intinya. Demikian dengan dilakukannya reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan juga mempermudah peneliti dalam melakukan pencarian dan pengumpulan data lanjutan apabila diperlukan dalam proses penelitian. Proses reduksi data dapat dibantu dengan perangkat komputer, notebook, dan masih banyak lagi.

b. Penyajian Data (Display Data)

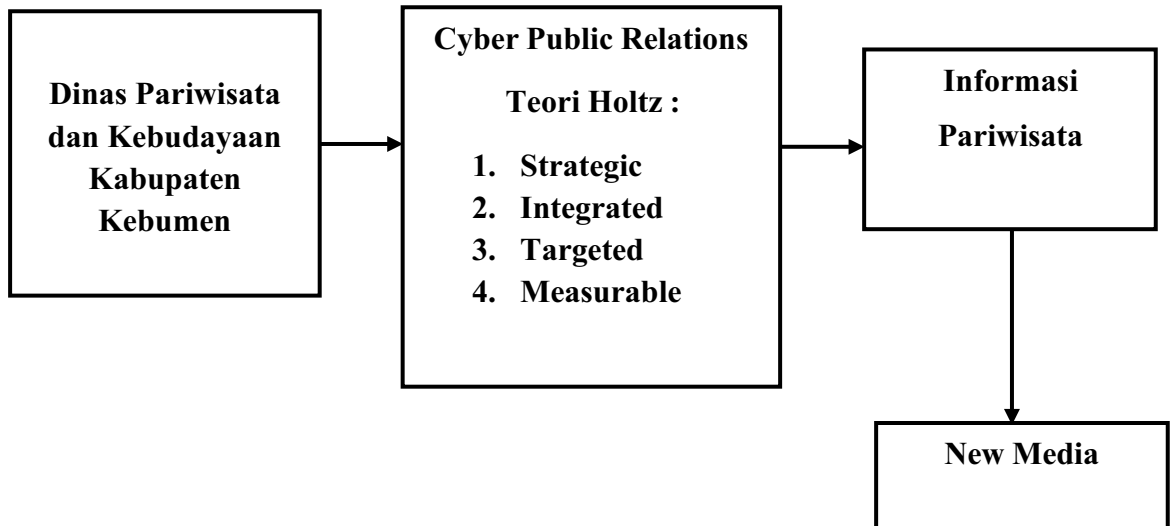
Setelah proses reduksi data dilakukan, maka langkah yang selanjutnya dapat ditempuh oleh peneliti yakni menyajikan data. Pada penyajian data ini, sekumpulan informasi akan disusun dengan harapan dapat memberikan kemungkinan atas penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berbentuk teks naratif seperti halnya catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, ataupun bagan. Oleh karenanya dengan melakukan penyajian data maka akan memudahkan peneliti dalam memahami apa yang sebenarnya terjadi dan merencanakan langkah lanjutan berdasarkan apa yang telah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga dalam proses analisis data. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan terus menerus oleh peneliti selama proses turun ke lapangan. Yang mana penarikan kesimpulan diawal akan bersifat sementara dan terus dilakukan perubahan apabila bukti-bukti kuat yang mendukung proses pengumpulan data setelahnya. Namun jika kesimpulan diawal bukti-bukti kuat tersebut telah terkumpul hingga peneliti kembali lagi mengumpulkan data di lapangan, maka kesimpulan tersebut bersifat kredibel,

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep, dan Definisi Operasional

### 1.9.1 Kerangka Konsep



### 1.9.2 Definisi Konsep

Dalam penelitian definisi konseptual menjadi unsur penelitian yang didalamnya berisikan karakteristik dari suatu masalah yang akan diteliti. Adapun dalam penelitian yang tengah dilakukan oleh penulis, dapat dikemukakan definisi konseptual dari variabel sebagai mana berikut ini :

#### 1. Penerapan *Cyber Public Relations*

Penerapan *cyber public relations* merupakan sebuah kegiatan kehumasan yang diterapkan dengan memanfaatkan media digital berbasis internet yang bertujuan untuk branding image dan senantiasa memelihara kepercayaan, pemahaman, citra perusahaan atau organisasi dimata publik dan tentunya dapat dilakukan komunikasi dua arah atau bersifat interaktif. Inovasi dari media digital berbasis internet menjadi sarana yang dapat menjembatani adanya kendala komunikasi tanpa batasan ruang adanya waktu. *cyber public relations* menjadi bentuk kegiatan humas dengan memanfaatkan media digital pada lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen untuk mencapai tujuannya. Penerapan *cyber public relations* juga menjadi komitmen bagi pemerintah untuk memberikan informasi pariwisata melalui inovasi internet yang dapat memudahkan publikasi informasi kepada masyarakat. Adapun pendapat

Holtz dalam bukunya yang berkaitan dengan *cyber public relations* yang strategis apabila terdapat empat karakteristik sebagai berikut ini :<sup>8</sup>

1. *Strategic*

Strategi ini dirancang untuk mempengaruhi hasil bisnis, dalam hal ini diperlukan strategi-strategi yang kemudian perlu diterapkan dalam praktik komunikasi sehingga akan memberikan efek-efek tertentu khususnya adalah keberhasilan bisnis.

2. *Integrated*

Penggunaan internet sebagai elemen dari yang lebih luas dari rencana komunikasi, untuk menyebarluaskan informasi secara optimal kecanggihan internet saat ini sudah tidak diragukan lagi. Hal tersebut berdasar pada kemampuannya yang dapat menjangkau khlayak yang lebih luas.

3. *Targeted*

Penggunaan internet berdasarkan keunggulannya dibandingkan bentuk komunikasi lainnya untuk menjangkau khalayak yang ditargetkan secara spesifik.

4. *Measurable*

Rencana mencakup cara-cara yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas upaya tersebut

## **2. Informasi Pariwisata**

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam

---

<sup>8</sup> Holtz, S 2002, *Public Relations On The Net : Winning Strategies to Inform and Influence the Media, the Investment Community, the Government, the Public, and More Second Edition*, *Angewandte Chemie International Edition*, New York

berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik.<sup>9</sup>

Sedangkan dalam konteksnya sebagai informasi pariwisata berupa sebuah penjelasan atau gagasan yang didalamnya memberikan keterangan mengenai pariwisata itu sendiri baik destinasi, lokasi, fasilitas, dan hal-hal lainnya. Informasi pariwisata ini ditujukan untuk memberi pemahaman serta pengaruh terhadap komunikasi sehingga akan menciptakan efek-efek tertentu. Misalnya ketertarikan untuk mengunjungi destinasi pariwisata

### **3. *New Media***

*New media* atau media baru umumnya merujuk pada media digital, yang bersifat interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah, dan melibatkan beberapa bentuk komputasi.<sup>10</sup> Perkembangan media baru ini lah yang membawa inovasi-inovasi khususnya pada bidang informasi dan komunikasi khususnya dalam menyebarkan informasi kepada publik. Batasan atau hambatan dalam hal komunikasi mulai dapat dilalui dengan adanya media baru, sehingga akan menciptakan kesan-kesan bahwa dunia akan menjadi sempit tentunya dengan kemudahan akses dalam berkomunikasi antar satu sama lainnya.

*New media* memiliki jenis dan bentuk yang beragam juga terus berkembang mengikuti berkembangnya juga teknologi informasi dan komunikasi. Namun *new media* memiliki ciri atau karakteristiknya sendiri yakni interaktivitas antar satu dengan yang lainnya. Dimasa sekarang ini *new media* yang paling umum dimasyarakat diantaranya adalah media sosial, website, dan juga email.

#### **1.9.3 Definisi Operasional**

##### **1) Penerapan Cyber Public Relations**

Pemanfaatan cyber public relations menjadi salah satu upaya dalam mengoptimalkan layanan informasi kepada public, sehingga kebutuhan

---

<sup>9</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39047/uu-no-14-tahun-2008> Diakses pada 20 Maret 2024

<sup>10</sup> Nugroho, C 2020, Cyber Society, Kencana, Bandung.

masyarakat akan informasi public dapat terpenuhi, hal tersebut sebagaimana tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen selaku fasilitator informasi public. Adapun dalam penelitian ini menggunakan teori dari Holtz, yang mana dalam prosesnya untuk dapat menciptakan cyber public relations yang strategis, harus memiliki empat indicator yakni sebagai berikut :

1) *Strategic*

Pada indikator yang pertama ini, suatu proses komunikasi harus dirancang dengan baik oleh praktisi public relations sehingga informasi tersebut akan dapat diterima dan tercapai tujuan yang ingin diraih oleh instansi. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat konten-konten menarik dengan memadukan elemen audio visual dan juga berupaya mengikuti trend dimasyarakat yang dapat mengundang perhatian public untuk membaca atau mencermati informasi yang dibagikan.

2) *Integrated*

Penggunaan media internet menjadi salah satu perencanaan untuk dapat mengoptimalakan layanan informasi publik. Implementasi dari indikator ini dapat diterapkan melalui penggunaan media sosial (Instagram, Tik Tok, Facebook, Tik Tok, Twitter, dan YouTube) dan juga website.

3) *Targeted*

Dengan digunakannya media internet tentunya karena melihat adanya potensi atau kelebihan dari media internet itu sendiri. Salah satunya yakni kemampuan dari media internet yang dapat membantu instansi dalam menjangkau target public yang lebih spesifik. Misalnya, dimanfaatkan media sosial Instagram dan Tik Tok untuk menjaring target audiens kalangan remaja. Sedangkan dimanfaatkannya Facebook sebagai media untuk mempublikasikan informasi tentunya untuk menjaring kalangan masyarakat khususnya para orang tua.

#### 4) *Measurable*

Menjadi sarana dalam mengukur efektivitas upaya komunikasi yang telah dilakukan oleh instansi. Hal ini dapat dilakukan dengan, *insight* atau *followers* dari masing-masing media yang digunakan.

### 2) **Informasi Pariwisata**

Informasi pariwisata dalam konten ini, menjadi sebuah pernyataan atau gagasan yang mana isinya berupa hal-hal yang menyangkut pariwisata mulai dari destinasi yang ditawarkan, lokasi, fasilitas, biaya, dan masih banyak lagi yang mana hal tersebut dapat dipahami oleh masyarakat. Sehingga mereka akan merasakan efek-efek tertentu setelah menerima informasi tersebut, contohnya adalah ketertarikan terhadap informasi yang dipublikasikan lalu akan mendorong untuk melakukan tindakan, misalkan mengunjunginya.

Agar informasi dapat tersampaikan dan mampu memberikan efek tertentu terhadap khalayak, maka dilakukan upaya atau strategi dalam berkomunikasi. Sehingga informasi tersebut dapat dengan mudah diterima dan dipahami. Adapun informasi pariwisata yang disebarluaskan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen seperti halnya informasi mengenai destinasi pariwisata yang meliputi lokasi, harga tiket, dan juga fasilitas yang didapat. selain itu juga menyediakan informasi terkait dengan hotel-hote disekitar destinasi pariwisata, dan juga event-event yang diselenggarakan di destinasi pariwisata.

### 3) **New Media**

Untuk memenuhi tugas atau kewajiban fasilitator informasi public, maka diperlukan media yang dapat menyalurkan informasi sehingga pesan dapat tersampaikan kepada masyarakat. Dengan perkembangan zaman dan munculnya teknologi informasi, *new media* atau media yang berbasis internet mulai dilirik. Hal ini tentu saja dengan melihat kelebihan media-media tersebut yang dinilai lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan penggunaan media konvensional. Adapun jenis-jenis *new media* yang dipakai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen sebagai berikut:



- **Media Sosial**

Media sosial merupakan suatu media berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunaannya untuk dapat merepresentasikan dirinya juga melakukan beragam aktivitas seperti berinteraksi dengan satu sama lain, bekerjasama, *sharing*, dan berkomunikasi dengan pengguna lain sehingga terbentuk jaringan sosial secara virtual. Media sosial memiliki beragam jenisnya. Sebagai fasilitator informasi publik media sosial yang dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dalam menerapkan *cyber public relations* diantaranya adalah Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, dan YouTube. *Pertama*, Instagram dan Twitter menjadi salah satu media sosial yang kini marak digunakan oleh masyarakat kita dengan penggunaannya didominasi oleh anak-anak muda, oleh karenanya bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen, Instagram dimanfaatkan secara maksimal untuk dapat memberikan pelayanan informasi publik melalui *@disparbud.kebumenkab* dan *@plesirbumen*. Keduanya merupakan akun Instagram milik Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen tetapi peruntukannya berbeda, *@disparbud.kebumenkab* menjadi media untuk mempublikasikan segala bentuk informasi yang menyangkut informasi mengenai instansi seperti halnya program dan kebijakan dinas. Sedangkan *@plesirbumen* menjadi media promosi dan informasi pariwisata. *Kedua*, Facebook menjadi salah satu media dengan targetnya yakni orang-orang tua yang aktif pada media sosial.

Dari contoh penggunaan kedua media sosial tersebut membuktikan bahwasanya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen memiliki target khalayak yang hendak dicapainya melalui media sosial sebagai perantaranya. Sementara mengenai TikTok dan YouTube, Dinas Pariwisata dan Kabupaten Kebumen memanfaatkannya sebagai wadah untuk mempromosikan keindahan alam Kebumen serta wadah untuk mempromosikan event-event yang merupakan bagian dari Dinas Pariwisata dan Kabupaten Kebumen dengan informasi berupa video.

- **Website**

Website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen (<https://disparbud.kebumenkab.go.id>) menjadi salah satu portal berita resmi yang menampilkan sekumpulan halaman web yang dapat secara umum diakses oleh publik. Dalam satu website tersebut menawarkan berbagai macam menu yang dapat diakses diantaranya adalah profil instansi, info public, PPID, Berita, Tumbas Pariwisata, Galeri, SKM, Kontak Instansi, Produk Hukum, SIPPN, dan Agenda Kegiatan. Namun diantara menu-menu tersebut pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen lebih berfokus pada berita yang berkaitan dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen baik itu program, kebijakan, maupun capaian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.