

THUFAIL AZZAM PASYA. 190531200158. Ilmu Komunikasi. “PERAN NETIZEN DALAM PUBLIKASI GOA SOEKARNO DI *SOCIAL MEDIA*” (Studi Deskriptif Kualitatif Peran *Netizen* Dalam Publikasi Pariwisata Goa Soekarno di Desa Panaoangan Pasongsongan Kabupaten Sumenep di *Social Media*). Di bawah bimbingan Surokim, S.Sos, S.H, M.Si NIP. 197406222008011007

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *netizen* dalam publikasi pariwisata Goa Soekarno di *social media*, di mana mengingat begitu banyak pihak yang terlibat dalam pengembangan pariwisata, maka promosi pariwisata sebagai bentuk komunikasi pemasaran atas pariwisata juga menjadi bagian dari tugas para pihak yang berkepentingan. Selama ini penelitian tentang promosi pariwisata di daerah lebih banyak fokus pada peran pemerintah, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Mayasari, Herat dkk., Linasari dkk., dan Sembiring. Penelitian-penelitian tersebut mendeskripsikan promosi pariwisata di daerah oleh instansi pemerintah yang berwenang. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melengkapi kajian promosi pariwisata di daerah dengan melihat dari perspektif berbeda. Penelitian ini menitikberatkan tentang bagaimana *netizen* mengambil peran dalam kegiatan promosi pariwisata di daerahnya, khususnya pada pariwisata Goa Soekarno.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara serta dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi metode dan sumber.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *netizen* dapat memainkan peran kunci dalam meningkatkan publikasi pariwisata Goa Soekarno dengan memberikan sudut pandang lokal, pengalaman pribadi, dan informasi yang mungkin tidak tercakup oleh media nasional dengan memanfaatkan komunikasi interpersonal melalui internet yaitu *social media* seperti Instagram dan TikTok. Di mana dalam penggunaan *social media* bagi *netizen*, didapati beberapa efek dan efektivitas untuk meningkatkan upaya publikasi pariwisata Goa Soekarno. Selain itu sesuai dengan tangga partisipasi Arnstein citizen, tingkat partisipasi media yang bukan dari masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan untuk pariwisata Goa Soekarno adalah konsultasi (*consultation*), sedangkan bagi masyarakat lokal di sekitar pariwisata Goa Soekarno tingkat partisipasinya adalah partnerisasi (*partnership*).

Kata kunci : *Netizen*, Goa Soekarno, *Social Media*

THUFAIL AZZAM PASYA. 190531200158. *Communication Science.*
**“STRENGTHENING THE ROLE OF NETIZENS IN PUBLICATION OF
SOEKARNO CAVE ON SOCIAL MEDIA”** (*Qualitative Descriptive Study of
Strengthening the Role of Netizens in Publication of Soekarno Cave Tourism in
Panaoangan Pasongsongan Village, Sumenep Regency on Social Media*). Under
the guidance of **Surokim, S.Sos, S.H, M.Si NIP. 197406222008011007**

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand the strengthening of the role of netizens in promoting tourism at Goa Soekarno through social media. Considering the many stakeholders involved in tourism development, tourism promotion as a form of marketing communication is also part of the responsibilities of these stakeholders. So far, studies on regional tourism promotion have mostly focused on the role of the government. These studies describe regional tourism promotion carried out by authorized government agencies. Therefore, the researcher is interested in complementing the study of regional tourism promotion by looking at it from a different perspective. This study focuses on how netizens take part in promoting tourism in their region, specifically at Goa Soekarno.

This research is qualitative in nature, using data collection methods such as observation, interviews, and documentation. Informants were selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman technique, while data validity was tested using triangulation of methods and sources.

The results of the study show that netizens can play a key role in increasing the publicity of Goa Soekarno tourism by offering local perspectives, personal experiences, and information that may not be covered by national media. They do this by utilizing interpersonal communication via the internet, particularly through social media platforms such as Instagram and TikTok. In using social media, netizens have demonstrated various effects and levels of effectiveness in enhancing the efforts to promote Goa Soekarno tourism. Furthermore, based on Arnstein's ladder of citizen participation, the participation level of non-local media in tourism decision-making for Goa Soekarno is at the consultation level, while the participation of local communities around the Goa Soekarno tourism area is at the partnership level.

Keywords: *Netizen, Goa Soekarno, Social Media*