

Abstrak

Digital public relations merupakan kegiatan public relations yang memanfaatkan media internet guna memaksimalkan kinerja para public relations. Begitupula yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep dalam aktivitas para public relations dengan memanfaatkan penggunaan media digital seperti media sosial dan situs website. Media digital tersebut sebagai alat dalam melakukan promosi wisata untuk membangun hubungan dengan masyarakat. Melalui digital public relations, promosi wisata dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, membangun relasi dan membangun citra yang positif. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa keberhasilan public relations dalam mempromosikan wisata melalui media sosial dan situs website hingga dikenal oleh masyarakat. Oleh sebab itu, dilakukan penelitian mengenai digital public relations oleh Disbudporapar dalam promosi wisata unggulan Madura.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep. Pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep menggunakan media sosial dan situs website sebagai alat untuk melakukan promosi wisata. Media sosial yang digunakan yakni instagram, facebook, tiktok, dan youtube sebagai alat untuk promosi event wisata dan promosi destinasi wisata dan situs website sebagai sistem pelayanan informasi masyarakat. Pelayanan informasi masyarakat yang diberikan berupa paket wisata yang didapatkan dari pihak penyelenggara usaha atau jasa dalam bidang Pariwisata yang bekerja sama dengan Dinas Kebudayaan. Aktivitas digital public relations yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran selaku Tim Operator Media Sosial yakni, menyebarkan promosi event wisata dan promosi destinasi wisata, melakukan pembuatan konten video promosi wisata, pengeditan konten video promosi, memberikan caption dan menu fitur hashtag sebagai penyempurna konten video yang di posting pada media sosial.

Kata Kunci : Digital Public Relations Disbudporpar, Praktik Digital Public Relations, Promosi Wisata

Rica Januaristi. Communication Science Study Program. Digital Public Relations of the Sumenep Regency Disbudporapar in the Promotion of Madura's Leading Tourism.

Abstarct

Digital public relations is a public relations activity that utilizes internet media to maximize the performance of public relations. Likewise, the Sumenep Regency Culture, Youth, Sports and Tourism Office in public relations activities by utilizing the use of digital media such as social media and websites. The digital media is a tool in promoting tourism to build relationships with the community. Through digital public relations, tourism promotion can increase tourist visits, build relationships and build a positive image. This can show that the success of public relations in promoting tourism through social media and websites is known by the public. Therefore, research on digital public relations was carried out by the Disbudporapar in promoting Madura's flagship tourism.

This study uses a type of descriptive research with a qualitative approach. The subject of this research is the Sumenep Regency Culture, Youth, Sports and Tourism Office. The selection of informants uses *purposive sampling*. Data obtained from observations, interviews, and documentation. Data analysis techniques consist of data reduction, data presentation, and conclusion drawn. Data validity using the data validity technique using the source triangulation technique.

The results obtained from this study are that the Sumenep Regency Cultural Office uses social media and websites as tools to promote tourism. The social media used are Instagram, Facebook, TikTok, and YouTube as a tool for the promotion of tourist events and the promotion of tourist destinations and websites as a public information service system. The public information services provided are in the form of tour packages obtained from business or service providers in the field of Tourism in collaboration with the Cultural Office. Digital public relations activities carried out by the Marketing Division as the Social Media Operator Team are, spreading the promotion of tourist events and promoting tourist destinations, creating tourism promotion video content, editing promotional video content, providing captions and hashtag feature menus as a complement to video content posted on social media.

Keywords: Digital Public Relations Disbudporpar, Digital Public Relations Practice, Tourism Promotion