

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Madura adalah nama pulau yang terletak di sebelah timur laut Jawa Timur. Pulau Madura merupakan pulau yang memiliki keberagaman segala keunikan tersendiri dan berbeda dengan pulau lain pada umumnya. *Hidden Paradise* merupakan istilah yang sesuai dengan pulau Madura dengan memiliki banyak potensi kekayaan alam wisata mulai dari wisata alam, wisata religi, wisata sejarah, serta wisata budaya yang terletak di empat kabupaten yakni diantaranya Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep (Arifin, 2017).

Berikut salah satu wisata yang ada di Kabupaten Sumenep dengan berbagai destinasi wisata, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Wisata Kabupaten Sumenep

Jenis Wisata	Kabupaten Sumenep
Wisata Alam	Pantai lombang, pantai slopeng, pantai badur, goa payudan, batu kapur putih, pantai sembilan, pantai gili labak, pantai gili genting.
Wisata Kuliner	Rujak Madura, kaldu kokot, sate gulai, soto sabrang, maco, keripik singkong, rengginang, apen, getthas, dan patthola
Wisata Kepulauan	Pulau gili iyang, gili labak, gili genting, pulau memburit, pulau kangean, pulau ra'as, pulau sepudi
Wisata Sejarah	Keraton Sumenep, taman sare, kota tua Kalianget
Wisata Religi	Masjid jamik, asta katandur, asta jokotole, asta gumok, asta lor wetan, asta yusuf, asta tinggi, asta K.Faqih
Wisata Budaya	Sentra kerajinan batik, kerajinan ukiran topeng, kerajinan ukiran kayu, kerajinan keris, kasur pasir.

Sumber: Jurnal (Kurniawan et al., 2019)

Kabupaten Sumenep memiliki potensi yang sangat besar sebagai destinasi wisata. Berbagai potensi wisata yang menjadikan daya tarik wisatawan yakni wisata alam, wisata kuliner, wisata kepulauan, wisata sejarah, wisata religi hingga wisata budaya. Kabupaten Sumenep merupakan salah satu kabupaten yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai objek pariwisata unggulan. Dengan banyaknya potensi destinasi wisata, hal ini dapat membuat Kabupaten Sumenep memiliki potensi yang besar sebagai salah satu destinasi wisata, baik wisata nasional maupun internasional sebab para wisatawan yang mengunjungi wisata di Sumenep tidak hanya wisatawan lokal tetapi juga terdapat wisatawan asing (Kurniawan et al., 2019).

Potensi kekayaan wisata di Kabupaten Sumenep diatas, hanya sebagian kecil dari sekian banyak yang belum terekspor secara mendalam. Sehingga diperlunya tindakan yang bermanfaat guna untuk mengembangkan beberapa potensi wisata tersebut. Kabupaten Sumenep juga terdapat banyak wisata yang masih aktif dan juga terdapat beberapa pulau yang bisa dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata. Namun, Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep perlu adanya promosi wisata guna untuk mengembangkan potensi wisata Sumenep sebagai destinasi wisata unggulan Madura. Pada dasarnya pengembangan potensi wisata bertujuan untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat di berbagai aspek diantaranya aspek sosial, budaya, dan lingkungan.

Kegiatan promosi dapat menjadi salah satu faktor dalam membuka daya tarik wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Promosi merupakan proses yang bertujuan untuk menginformasikan kepada wisatawan mengenai citra wisata yang ditawarkan dengan berbagai keunikan yang menarik. Promosi juga berfungsi untuk menciptakan citra atau kesan terhadap apa yang diiklankan (Lutur,2020). Sama halnya dengan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap produknya, promosi objek wisata juga merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang bertujuan untuk menarik keinginan pengunjung (Wahyudi & Herlan, 2021).

Promosi wisata saat ini bisa dilakukan melalui dengan menggunakan media massa hingga media digital. Dengan kemajuan teknologi, media digital lebih

unggul sebagai media promoi untuk mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Sumenep. Sama halnya dengan Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep memanfaatkan media digital tersebut sebagai alat untuk mempromosikan wisata karena dengan menggunakan media digital sudah menjadi salah satu perubahan terhadap destinasi wisata. Dengan adanya teknologi (media digital) sudah dapat mempermudah untuk mempromosikan wisata melalui media yang digunakannya yang dimana dapat membuka daya tarik wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Menurut McDaniel (Andi Putra, 2017) strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan. Demikian juga dalam promosi wisata menurut (Ikhsan Fadillah, 2020) yang perlu dilakukan adalah menginformasikan, mengajak, dan meningkatkan minat wisatawan agar memiliki keinginan untuk berkunjung ke daerah yang dipromosikannya.

Perkembangan teknologi kini semakin banyak dimanfaatkan oleh banyak profesi, salah satunya adalah bidang public relations. Public Relations (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, Center & Broom, 2009). Dapat disimpulkan bahwa public relations memegang peranan yang sangat penting dalam proses mencapai tujuan terhadap suatu perusahaan atau organisasi yang berlandaskan komunikasi untuk membangun citra positif dengan masyarakat.

Di era digital saat ini public relations mengalami revolusi menjadi Digital Public Relations. Digital public relations merupakan konsep baru yang digunakan dalam manajemen reputasi perusahaan. Menurut Bob Julius Onggo (2004: 4-6), public relations di media digital mempunyai peranan yang lebih besar dan luas dibandingkan dengan kegiatan public relations offline, karena apabila public relations offline akan bergantung kepada seorang perantara dalam menyampaikan pesan korporat seperti wawancara, kemudian pesan korporat akan disesuaikan dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak.

Praktik digital public relations merupakan salah satu bagian dari kegiatan hubungan masyarakat yang diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi bagi sebuah perusahaan. Sudah banyak perusahaan dalam tingkat nasional maupun internasional yang mulai menerapkan digital public relations dalam perusahaannya yang memiliki website dan halaman web di internet. Pentingnya penyebaran informasi digital begitu dirasakan setiap perusahaan atau pemerintah sehingga kesadaran untuk memenuhi kebutuhan informasi pada media tersebut perlu diterapkan pengelolaan yang sesuai dalam penerapannya (Nasution & Nur R, 2018).

Praktik digital public relations telah memotivasi banyak perusahaan dan organisasi untuk terus aktif dalam mempublikasikan dan menyebarkan informasi di internet dengan melalui media digital. Begitu pula dengan Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep yang menggunakan digital public relations dengan tujuan sebagai media promosi wisata. Kabupaten Sumenep memiliki daya tarik yang cukup luas, oleh sebab itu pemerintah Kabupaten Sumenep perlu untuk mempraktikkan digital public relations guna untuk lebih meningkatkan dan memperkenalkan potensi wisata di Sumenep. Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep memiliki tugas dalam melaksanakan urusan pemerintahan dalam empat bidang yakni, kebudayaan, kepemudaan, olahraga, dan pariwisata. Saat ini pemanfaatan media digital yang sudah diterapkan oleh Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep dengan menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, tiktok, dan youtube dan situs website disparbudpora.sumenepkab.go.id. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk dalam pelaksanaan komunikasi dan informasi perusahaan terkait promosi wisata di Kabupaten Sumenep. Jenis media digital tersebut digunakan secara dominan untuk mendorong interaksi aktif antara perusahaan dengan masyarakat atau wisatawan.

Media sosial instagram, facebook, tiktok, dan youtube, Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep melakukan promosi wisata dengan menyebarkan atau menginformasikan terkait promosi event wisata dan promosi destinasi wisata. Setiap media sosial memiliki karakter promosi yang berbeda, tetapi di setiap isi potingan pada media sosial tersebut Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep selalu

mengarah pada tujuan agar mengunjungi wisata yang ada di Kabupaten Sumenep. Aktivitas digital public relations yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep untuk melakukan promosi wisata yakni memberikan informasi terkait promosi event wisata dan promosi destinasi wisata, membuat konten video atau gambar promosi wisata dengan menggunakan alat untuk menghasilkan video yang maksimal seperti kamera DSLR, stabilizer, drone untuk pengambilan gambar dari atas, melakukan proses pengeditan konten video atau gambar promosi dengan menggunakan aplikasi yang digunakan salah satunya yakni aplikasi Capcut, dan sebelum memposting konten video promosi tentunya pihak Dinas akan memberikan narasi atau caption dan juga fitur hashtag untuk menyempurnakan isi dari konten video atau foto promosi wisata tersebut.

Digital public relations Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai media promosi wisata, tetapi juga membuat situs website sebagai sistem pelayanan informasi masyarakat. Situs website tersebut memiliki paket usaha dari pihak penyelenggara usaha atau jasa yang bekerja sama Dinas kebudayaan. Di dalam situs website tersebut terdapat 14 paket usaha untuk mempermudah masyarakat atau wisatawan mengunjungi wisata di Kabupaten Sumenep.

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti seperti apa praktik digital public relations yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep seperti apa postingan konten-konten pada media sosial instagram, facebook, tiktok, dan youtube. Konten tersebut tentunya terdapat foto, video, maupun tulisan. Kemudian juga melihat seperti apa desain yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Kabupaten Sumenep pada konten-konten tersebut sebelum di posting di media sosial.

Tidak hanya di media sosial saja, namun peneliti juga ingin meneliti seperti apa praktik digital public relations yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep pada situs website. Di halaman situs website tersebut terdapat pelayanan informasi yang diberikan oleh Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep yang bekerja sama dengan pihak penyelenggara usaha atau jasa seperti jasa makanan dan minuman, jasa transportasi, jasa akomodasi (penginapan), dan lain

sebagainya. Peneliti ingin mengetahui bagaimana cara agar calon wisatawan dapat terbantu dengan adanya pelayanan informasi di situs website tersebut apabila nantinya calon wisatawan tersebut ingin mengunjungi wisata di Kabupaten Sumenep. Dan seperti apa proses ketika Dinas Kebudayaan Kabupaten Sumenep bekerja sama dengan pihak penyelenggara usaha.

Berdasarkan pada uraian di atas penelitian ini perlu dilakukan lebih lanjut, sebab tidak banyak peneliti yang mengangkat tentang bagaimana praktik digital public relations yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep dalam promosi wisata unggulan Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang akan dibahas peneliti, yaitu bagaimana praktik digital public relations yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep dalam promosi wisata unggulan Madura?

1.3 Tujuan Masalah Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni, untuk mengetahui praktik digital public relations yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep dalam promosi wisata unggulan Madura. Dengan demikian dapat menjelaskan bagaimana praktik digital public relations terkait promosi wisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi baru tentang bagaimana praktik digital public relations sebagai promosi wisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmiah dalam bidang studi komunikasi serta sebagai bahan

pertimbangan khususnya Prodi Ilmu Komunikasi untuk digunakan sebagai bahan bacaan serta referensi literatur mengenai praktik digital public relations yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagaimana praktik digital public relations terkait promosi wisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep. Hal ini dapat membantu dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif dan berkelanjutan.