

ABSTRAK

Wafiqul Azizah. 210531100164. Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi Digital Public Relations Disbudporapar Kabupaten Sumenep dalam Event Pariwisata Madura Ethnic Carnival.

Era digitalisasi menuntut instansi pemerintah untuk beradaptasi dalam strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi *digital public relations* yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (Disbudporapar) Kabupaten Sumenep dalam mengelola *event* Madura Ethnic Carnival (MEC). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan dari Disbudporapar, Komunitas Jurnalis Sumenep (KJS) selaku promotor, dan wisatawan, serta didukung oleh observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan kerangka teori Difusi Inovasi Rogers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Disbudporapar menempatkan dinas sebagai fasilitator dalam model kolaborasi Pentahelix, dengan KJS sebagai pelaksana utama. Implementasi strategi digital PR melibatkan inovasi berupa penggunaan media sosial (Instagram dan YouTube), pengembangan konten *podcast* untuk transparansi, konsep *Calendar of Event*, dan model kemitraan komunitas. Proses difusi inovasi ini berjalan melalui berbagai saluran komunikasi kepada audiens yang tersegmentasi. Disimpulkan bahwa strategi *digital public relations* Disbudporapar berhasil menciptakan ekosistem kolaboratif untuk promosi *event* dan stimulasi ekonomi lokal, meskipun masih menghadapi tantangan keterbatasan sumber daya manusia yang terampil.

Kata Kunci: *Digital Public Relations*, Strategi Komunikasi, Difusi Inovasi, Manajemen Event, Disbudporapar Sumenep

ABSTRACT

Wafiqul Azizah. 210531100164. Communication Science Study Program. Digital Public Relations Strategy of Disbudporapar Sumenep in the Madura Ethnic Carnival Tourism Event.

The digitalization era requires government institutions to adapt their communication strategies. This research aims to describe and analyze the digital public relations strategy implemented by the Office of Culture, Youth, Sports, and Tourism (Disbudporapar) of Sumenep Regency in managing the Madura Ethnic Carnival (MEC) event. This study uses a qualitative descriptive method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews with informants from Disbudporapar, the Sumenep Journalist Community (KJS) as the promoter, and tourists, supported by observation and documentation. Data analysis was conducted using Rogers' Diffusion of Innovation theory framework. The results indicate that Disbudporapar's strategy positions the agency as a facilitator within a Pentahelix collaboration model, with KJS as the main implementer. The implementation of the digital PR strategy involves innovations such as the use of social media (Instagram and YouTube), the development of podcast content for transparency, the "Calendar of Event" concept, and a community partnership model. This diffusion of innovation process operates through various communication channels to segmented audiences. It is concluded that Disbudporapar's digital public relations strategy has successfully created a collaborative ecosystem for event promotion and local economic stimulation, despite facing challenges related to the limited availability of skilled human resources.

Keywords: *Digital Public Relations, Communication Strategy, Diffusion of Innovation, Event Management, Disbudporapar Sumenep*