

PUBLIC RELATION DINAS KEBUDAYAAN PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN PONOROGO DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA

Safira Rahmatika

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo

Email: rsahmasafira227@gmail.com

Kayyis Fithri Ajhuri

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo

Email: dikayyis@iainponorogo.ac.id

Abstract: *Public relations* of the Youth Tourism and Sports Cultural Office of Ponorogo Regency plays a role in tourism promotion activities in Ponorogo Regency; therefore, it is necessary to know the media or promotional facilities, how to manage and obstacles and solutions provided to overcome these obstacles. The research method in this study uses a qualitative approach with descriptive analysis—data collection using interviews and documentation. Data analysis techniques using Miles and Huberman consist of three activities that co-occur: data reduction, data presentation, conclusion drawing, or verification. The results showed that the media used by the Culture, Youth Tourism and Sports Office of Ponorogo Regency in promoting tourism, namely (a) conventional media, radio, and television; (b) new media (internet); *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, and apps. (c) outdoor media: banners, billboards, *leaflets*. All media are used to manage tourism promotion activities such as advertising, *personal selling*, and public relations. The obstacles encountered by the Department of Culture, Youth Tourism and Sports of Ponorogo Regency in promoting tourism are two factors, namely internal and external. Internal obstacles include a lack of communication between official employees, which results in hampered promotional activities; the solution is to improve communication between employees so that promotional activities can be carried out according to *deadlines*. External obstacles are limited tourism promotion procurement costs from local governments, and the solution must be adequately managed so that the budget costs are distributed appropriately.

Keywords: *Public Relation; Department of Culture, Tourism, Youth and Sports; Promotion; Tourism*

Abstrak: *Public relation* Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo berperan dalam kegiatan promosi pariwisata yang ada di Kabupaten Ponorogo, oleh karena itu perlu diketahui media atau sarana promosi, cara mengelola dan hambatan serta solusi yang diberikan untuk mengatasi hambatan tersebut. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan deskriptif analisis. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan Miles dan Huberman yaitu terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yakni: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang digunakan Dinas Kebudayaan,

Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata, yakni : (a) media konvensional ; radio dan televisi (b) media baru (internet); *Instagram, youtube, Facebook*, aplikasi. (c) media luar ruangan ; spanduk, baliho, *leaflet*. Semua media digunakan dalam mengelola kegiatan promosi pariwisata seperti aktivitas periklanan, penjualan tatapmuka (*personal selling*), dan hubungan masyarakat (*public relation*). Hambatan yang ditemui oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata terdapat dua faktor yakni internal dan eksternal. Hambatan internal terjadi kurangnya komunikasi antara pegawai dinas yang mengakibatkan terhambatnya aktivitas promosi, solusinya meningkatkan komunikasi antar pegawai agar aktivitas promosi dapat terlaksana sesuai *deadline*. Hambatan eksternal adanya anggaran biaya pengadaan promosi pariwisata dari pemerintah daerah yang terbatas, solusinya harus mengelola dengan baik agar anggaran biaya tersalurkan dengan tepat.

Kata Kunci: *Public Relation; Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga; Promosi; Pariwisata*

PENDAHULUAN

Kabupaten Ponorogo dikenal melalui kesenian Reog, Oleh karena itu, Reog merupakan budaya yang sudah menjadi ciri khas Kabupaten Ponorogo. Selain kebudayaan Kabupaten Ponorogo memiliki banyak potensi pada sektor pariwisata baik alam maupun buatan. Dalam pengelolaan pariwisata diatas berhubungan erat dengan peran seorang *public relations* yakni suatu bagian yang menjembatani sebuah instansi dengan masyarakat ataupun dengan pihak-pihak yang berhubungan dan saling menguntungkan. Dalam hal ini dinas terkait yakni Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo. Dengan adanya bagian yang melaksanakan *public relation* dapat dijadikan sebagai wajah atau perwakilan suatu instansi. Dengan demikian akan mempermudah instansi terkait untuk memberikan informasi kepada publik.

Dalam aktivitasnya *public relation* tidak terlepas dari penggunaan media sebagai sarana penyebaran informasi, baik media konvensional seperti tv dan radio, atau media baru (internet). Dengan penelitian ini nantinya diharapkan mampu memaksimalkan dalam publikasi pariwisata di Kabupaten Ponorogo untuk menarik lebih banyak wisata baik domestik maupun asing berkunjung di Ponorogo. Penelitian ini berfokus pada *public relation* Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam kegiatan promosi pariwisata.

Rumusan masalah peneliti meliputi : a) Apa saja media yang digunakan Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata? b) Bagaimana cara *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mengelola kegiatan promosi pariwisata? c) Apa saja hambatan dan solusi *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata?

Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan media yang digunakan Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata, untuk mengidentifikasi cara *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mengelola kegiatan promosi pariwisata di Kabupaten Ponorogo, untuk menjelaskan hambatan dan solusi *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata.

Manfaat Penelitian dibagi menjadi dua yaitu ; 1) manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi, bahan bacaan dan sumber telaah bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan topik *public relations* dalam mempromosikan wisata. Selain itu dapat menjadi referensi ilmiah juga bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan focus penelitian. 2) manfaat praktis, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi tolak ukur evaluasi dan saran untuk Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata dalam mempublikasikan lokasi wisata Kabupaten Ponorogo agar lebih baik kedepannya. Selain itu, dapat memberikan informasi kepada praktisi *public relation* dan *advertising* dalam lingkup kegiatan periklanan dan promosi.

Kajian literatur terdahulu digunakan penulis sebagai dasar kebaruan ilmiah. Penulis mengambil artikel milik Niken Wulanjari 2015, dengan judul “Peran *Public Relations* Di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata Dan Kebudayaan (Popk) Kabupaten Sukoharjo”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pelaksanaan peran *public relations* di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dalam pelaksanaan peran *public relations* di Kantor Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dalam pelaksanaan *peran public relations*, dan untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo dalam mengatasi faktor-faktor penghambat.

Hasil atau kesimpulan artikel ini adalah Peran *public relations* di Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo meliputi: 1) Peran *Public relations* sebagai *communicator* untuk publik eksternal yaitu melalui penyampaian informasi kepada *stakeholder*, penyampaian informasi kepada instansi lain, dan penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar kantor dan kegiatan talkshow. Sedangkan untuk publik internal yaitu melalui rapat staf dan apel pagi. 2) Peran *Public relations* sebagai relationship publik eksternal melalui kerjasama dengan pers, kerjasama dengan *stakeholder*, dan kerjasama dengan instansi lain. Sedangkan untuk publik internal melalui pembinaan rutin dan kerjasama antar bidang. 3) Peran *Public relations* sebagai *back up management* yaitu menganalisis masukan dari masyarakat, merencanakan program kegiatan berdasarkan masukan masyarakat, berkoordinasi antar bidang dan mengadakan evaluasi kegiatan. 4) Peran *Public relations* sebagai *good image maker* yaitu memberikan pelayanan terhadap masyarakat, dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial di masyarakat.

Media yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan peran *public relations* yaitu dengan menggunakan media komunikasi langsung dan media komunikasi tidak

langsung. Media komunikasi langsung yang digunakan untuk mendukung dalam melaksanakan peran *public relations* yaitu melalui kegiatan-kegiatan seperti rapat staf, apel pagi, penyampaian informasi kepada instansi lain dan masyarakat sekitar kantor, pelayanan kepada publik, serta ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial di masyarakat. Sedangkan media komunikasi tidak langsung meliputi media elektronik maupun media cetak diantaranya adalah CD Profil, booklet, poster, surat, e-mail, website dan telepon.

Faktor-faktor pendukung dalam melaksanakan peran *public relations* diantaranya adalah: 1) Kerjasama yang baik antar pegawai dan 2) Kerjasama yang baik dengan pihak yang berkepentingan. Faktor-faktor penghambat dalam melaksanakan peran *public relations* diantaranya adalah: 1) bagian yang merangkap peran sebagai *public relations* memiliki tugas yang *overload*, 2) Kurangnya kualitas SDM dalam mengelola media dan 3) Minimnya anggaran.

Upaya yang dilakukan dalam mengatasi faktor-faktor penghambat tersebut adalah: 1) Mengerahkan seluruh pegawai khususnya bidang-bidang yang melaksanakan peran *public relations* untuk dapat membagi tugas antara melaksanakan tugas dan fungsi bagiannya masing-masing dengan melaksanakan peran sebagai *public relations*, 2) Memberikan pelatihan-pelatihan terkait pengelolaan media khususnya website kepada pegawai Dinas POPK Kabupaten Sukoharjo, dan 3) Mengoptimalkan anggaran yang ada agar dapat mendukung pelaksanaan peran *public relation*.¹

METODE PENELITIAN

Pada artikel ini, penulis menerapkan pendekatan penelitian kualitatif untuk menjalankan penelitiannya. Peneliti menggunakan jenis penelitian yang masuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*), dimana prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan penelitian yang diamati, peneliti mengumpulkan data deskriptif baik dalam bentuk tulisan maupun lisan dari individu yang terlibat melalui observasi.²

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik wawancara yang digunakan penulis yakni wawancara terstruktur dimana sebelum dilakukan wawancara penulis mempersiapkan pedoman wawancara terlebih dahulu yang memuat pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab narasumber. Teknik observasi dilakukan dengan mengumpulkan data melalui pengamatan pada kegiatan yang berlangsung. Teknik dokumentasi digunakan untuk menguatkan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.

Instrument penelitian yang digunakan penulis adalah pedoman wawancara, pedoman observasi, dan pedoman dokumentasi. Pedoman wawancara berisi pertanyaan

¹ Niken Wulanjari, "Peran Public Relations Di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata Dan Kebudayaan (Popk) Kabupaten Sukoharjo," .

²Santana Septiawan, *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007).

yang diberikan kepada narasumber penelitian untuk dijawab. Pedoman observasi berisi pedoman yang dibutuhkan peneliti ketika melakukan pengamatan pada aktivitas *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo, kondisi fisik sarana dan prasarana. Sedangkan pedoman dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan struktur organisasi, sejarah, bentuk media-media yang digunakan dalam aktivitas promosi.

Teknik analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada reduksi data terjadikan tahapan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, membuat memo. Penyajian data dilakukan dalam bentuk menyajikan informasi berupa laporan sistematis yang mudah dipahami. Penarikan kesimpulan dilakukan makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan diambil dari data yang telah terkumpul dengan berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengecekan keabsahan data dengan Triangulasi Sumber Data. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data, seperti selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto yang berkaitan dengan *Public Relation* Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata dalam Mempublikasikan Lokasi Wisata Kabupaten Ponorogo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Public relations adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan secara terencana untuk menciptakan komunikasi yang baik dengan publiknya baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga tercipta saling pengertian serta penilaian baik (*good will*) dari publik.³ Penelitian tentang *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo meliputi media yang digunakan Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata, cara *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mengelola kegiatan promosi pariwisata, serta hambatan dan solusi yang dilakukan *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata.

Aktivitas *public relation* tidak terlepas dari media sebagai sarana yang digunakan pada aktivitasnya. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik tujuan dan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Menyampaikan informasi tentang kegiatan promosi pariwisata kepada khalayak,

³ Astri Rahayu dan Kayyis Fithri Ajhuri, "Public Relations Management In Building The Image Of The School In Man 3 Magetan," *QAULAN: Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (22 Juni 2022): 26–107, <https://doi.org/10.21154/qaulan.v3i1.3957>.

diperlukan proses yang melibatkan penggunaan media yang sesuai. Komunikasi yang efektif sangat penting agar sebuah pesan atau informasi mudah dipahami. Dengan demikian, perencanaan media promosi harus disusun agar tujuan dapat tercapai⁴. Media pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo digunakan untuk menyebarkan informasi kepada public. Dengan adanya media ini akan mendukung dan memudahkan pada pelaksanaan kegiatan-kegiatan *public relation* yang berkaitan dengan aktivitas promosi pariwisata. Media komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo yakni; media konvensional dan media baru (internet).

Sebuah instansi yang akan memperkenalkan produknya harus menentukan cara yang terbaik untuk menjual produknya untuk dapat diterima dengan baik oleh publik.⁵ Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo menggunakan beberapa cara dalam mengelola kegiatan promosi diantaranya; periklanan menggunakan media dan penjualan tatap muka (*personal selling*) yang dilakukan ketika menyelenggarakan pameran yang diikuti oleh banyak UMKM. Selain itu ketika ada *event* di luar kota beberapa UMKM ikut serta untuk turut mempromosikan produknya.

Dalam menjalankan tugasnya tentunya Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo menemui hambatan-hambatan diantaranya hambatan internal dan eksternal. Diantara hambatan internal yakni; kurangnya komunikasi antara pegawai yang menjadikan program-program yang telah terjadwal diawal tidak tepat waktu. Solusinya mengusahakan penjadwalan ulang agar semua program tetap terlaksana. Selanjutnya ada hambatan eksternal yaitu terbatasnya anggaran dari pemerintah daerah yang menjadikan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo harus berusaha memaksimalkan dana yang ada agar dapat tersalurkan dengan tepat.

Media Promosi

Penulis melakukan observasi pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo terkhusus pada divisi Pemasaran dan Ekonomi Kreatif, terkait kegiatan promosi pariwisata. Ditemukan bahwa Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo melakukan berbagai kegiatan komunikasi dalam mempromosikan pariwisata dengan menggunakan berbagai jenis media termasuk media konvensional hingga media digital. Tujuan dari penggunaan beragam media ini adalah untuk memastikan informasi dapat diterima dengan baik dan segera oleh khalayak, termasuk wisatawan lokal maupun mancanegara. Dalam hal media konvensional,

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo menggunakan radio dan televisi. Media radio yang digunakan antara lain Radio Duta

⁴Dinda Sekar Puspitarini Dan Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Jurnal Common* 3, no. 1 (7 Agustus 2019): 71–80, <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.

⁵ Toni Rismayadi, "Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata" (2016), <https://core.ac.uk/download/pdf/77626849.pdf>.

Nusantara dan Radio Gema Surya, sedangkan di televisi terdapat Sakti TV, JTV, dan Metro. Dengan memanfaatkan media-media ini, diharapkan pesan promosi pariwisata dapat menjangkau khalayak secara luas dan efektif. Melalui radio, Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo memasang iklan wisata. Pada televisi kerjasama dilakukan seperti liputan-liputan pada destinasi wisata dan talkshow kepariwisataan bersama bapak bupati.

Berdasarkan temuan-temuan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa media mempermudah dan mendukung proses penyampaian informasi tentang promosi pariwisata kepada masyarakat. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, penggunaan media digital menjadi lebih dominan dan utama dibandingkan media konvensional. Hal ini terbukti dalam aktivitas yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo di *website* dan media sosial mereka. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Ponorogo aktif mengunggah berbagai konten digital di halaman *website* mereka serta akun media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube*. Penggunaan media digital ini memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi promosi pariwisata kepada khalayak dengan lebih efektif dan cepat tersebar.

Penulis menemukan bahwa dalam beberapa waktu terakhir, terdapat usaha untuk lebih memaksimalkan aktivitas promosi Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata yakni dengan membuat trobosan baru sebuah aplikasi yang dapat diunduh pada gadget, berisi berbagai rekomendasi wisata, akomodasi, kuliner, hingga penginapan sebagai sarana meningkatkan minat kunjung dari wisatawan aplikasi tersebut bernama *Ponorogo Tourism*.

Selain memanfaatkan media konvensional dan digital untuk mempromosikan pariwisata, penulis menemukan bahwa Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo juga menggunakan media luar ruang dan media format kecil. Dalam menggunakan media luar ruang, Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo memilih media seperti spanduk atau banner yang ditempatkan pada tempat-tempat strategis dan media format kecil yang dibuat berupa *leaflet* yang disebar dalam berbagai *event*.

Cara mengelola kegiatan promosi

Penulis menemukan bahwa kegiatan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan penulis sebelumnya Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo melakukan beberapa aktivitas sebagai cara mengelola promosi diantaranya: Periklanan, dengan menggunakan berbagai media seperti konvensional yaitu iklan pada radio dan acara talkshow pada televisi pada media internet seperti postingan berupa gambar dan video. Selanjutnya media format kecil seperti leaflet. Penjualan tatap muka (*personal selling*), pada Dinas Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dilakukan ketika

menyelenggarakan pameran yang diikuti oleh banyak UMKM diharapkan dengan adanya pameran selain membantu perekonomian, generasi sekarang juga dapat mengenal produk-produk Ponorogo sendiri. Selain itu ketika ada *event* di luar kota beberapa UMKM ikut serta untuk turut mempromosikan produknya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa cara-cara mengelola promosi pariwisata yang tepat akan berdampak baik kepada khalayak melalui peningkatan jumlah pengunjung pariwisata baik lokal maupun luar.

Berdasarkan pengamatan peneliti, cara mengelola promosi pariwisata yang lebih utama pada periklanan, karena tidak langsung berhubungan dengan penggunaan media yang memang dirasa cepat dalam prosesnya. Baik periklanan melalui radio, memasang baliho, dan melalui postingan di sosial media.

Hambatan dan Solusi

Komunikasi terjadi jika terjadi proses penyampaian informasi kepada penerima informasi. Dalam proses komunikasi pasti terjadi adanya hambatan dan solusi dari hambatan tersebut yang berpengaruh terhadap penyampaian informasi kepada khalayak. Penulis menemukan bahwa pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Ponorogo dalam kegiatan promosi pariwisata menemui beberapa hambatan dan berhasil menemukan solusi untuk mengatasi hambatan tersebut. Penulis membaginya menjadi dua hambatan yakni internal dan eksternal.

Hambatan internal yakni dari para pegawai Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Ponorogo sendiri, dijelaskan bahwa perubahan konsep event yang mendadak berakibat pada mepetnya publish poster dan media promosi yang lain dengan waktu berlangsungnya event, belum lagi ketika ada event penting yang mendadak dan harus didahulukan. Maka dari itu acuan kalender wisata 2023 yang sudah launching masih bisa berubah sewaktu waktu. Untuk mengatasi hal ini pada proses publish dilakukan lebih intens mengingat waktu yang mepet dengan pelaksanaan event. Dan untuk jadwal yang mundur tetap menyesuaikan. Singkatnya terjadi kurangnya komunikasi antar para pegawai dan masing-masing telah menemukan solusi dengan meningkatkan komunikasi agar segala sesuatunya tepat waktu.

Sedangkan hambatan eksternal yakni terbatasnya anggaran biaya yang diperoleh dari pemerintah daerah (pemda) untuk kegiatan promosi wisata, untuk mengatasinya Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Ponorogo berupaya mengelola dengan baik agar anggaran biaya tersalurkan dengan tepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dari hasil pembahasan, *Public Relation* Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ponorogo Dalam Mempromosikan Pariwisata yakni; Media yang digunakan Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan

pariwisata berupa ;media konvensional; radio dan televisi, media baru (internet); *Instagram, Youtube, Facebook*, aplikasi media luar ruangan; spanduk, baliho, leaflet.

Semua media digunakan dalam mengelola kegiatan promosi pariwisata seperti aktivitas periklanan menggunakan media konvensional berupa radio, televisi, dan sosial media (internet), penjualan tatap muka (*personal selling*), dan hubungan masyarakat (*public relation*) merupakan aktivitas komunikasi tanpa melalui media perantara jadi dilakukan langsung oleh praktisi *public relation*, dalam hal ini merupakan Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ponorogo. Hambatan dan solusi *public relation* Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata, yakni ada dua faktor eksternal dan internal. Hambatan dari faktor eksternal sendiri dari anggaran biaya dari pemerintah daerah, solusinya harus menekan pengeluaran. Sedangkan internal sendiri dari pegawai Dinas kurang berkoordinasi dengan bidang yang lain dijelaskan bahwa perubahan konsep event yang mendadak berakibat pada mepetnya publis poster dan media promosi yang lain dengan waktu berlangsungnya event. Solusinya dilakukan publikasi yang lebih intens karena sudah mepet dengan event.

REFERENSI

- Puspitarini, Dinda Sekar, dan Reni Nuraeni. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Jurnal Common* 3, no. 1 (7 Agustus 2019): 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.
- Rahayu, Astri, dan Kayyis Fithri Ajhuri. “Public Relations Management In Building The Image Of The School In Man 3 Magetan.” *QAULAN: Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (22 Juni 2022): 26–107. <https://doi.org/10.21154/qaulan.v3i1.3957>.
- Rismayadi, Toni. “Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata,” 2016. <https://core.ac.uk/download/pdf/77626849.pdf>.
- Septiawan, Santana. *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007.
- Wulanjari, Niken. “Peran Public Relations Di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga, Pariwisata Dan Kebudayaan (Popk) Kabupaten Sukoharjo,”