

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONTEN *PUBLIC RELATIONS***

**Skripsi  
Syafina Nur Inayah  
20200110400026**

**“ *Cyber Public relations* pada Kampanye sadar wisata 5.0 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. “**

**ABSTRAK**

Kampanye sadar wisata 5.0 merupakan Program yang dilaksanakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kampanye tersebut dapat berjalan secara optimal jika didukung dengan strategi komunikasi yang tepat salah satunya dengan *cyber public relations*. *Cyber public relations* berperan penting dalam menyebarkan pesan kampanye dengan melibatkan masyarakat serta memberi citra positif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *cyber public relations* dalam kampanye tersebut dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan teori *cyber public relations* yang dikemukakan oleh Philips & Young (2009). Data penelitian diperoleh melalui data primer yaitu wawancara dan data sekunder studi literatur, observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye sadar wisata 5.0 yang dikelola oleh Kemenparekraf menekankan pentingnya transparansi, penggunaan internet, dan konten berkualitas dalam menyampaikan informasi kepada publik. Dengan memanfaatkan media digital, kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran, mengubah sikap, dan mendorong perilaku positif masyarakat terhadap pariwisata. Pengelolaan *cyber public relations* memainkan peran penting dalam menjangkau audiens yang luas, termasuk di daerah terpencil, serta memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang kampanye ini dalam mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Indonesia.

**Kata Kunci : *Public relations* , *Cyber Public relations* , Kemenparekraf**

**Referensi : 16 Buku, 8 Jurnal  
Dosen Pembimbing : Syifa Astasia Utari,S.I.Kom, M.Si**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONTEN *PUBLIC RELATIONS***

**Skripsi  
Syafina Nur Inayah  
20200110400026**

***“ Cyber Public relations at the Ministry of Tourism and Creative Economy’s 5.0  
Tourism Awareness Campaign. ”***

***Abstract***

*The 5.0 tourism awareness campaign is a program implemented by the Ministry of Tourism and Creative Economy. The campaign can run optimally if supported by the right communication strategy, one of which is cyber public relations. Cyber public relations plays an important role in disseminating campaign messages by involving the community and providing a positive image. This research aims to find out cyber public relations in the campaign by using a descriptive qualitative approach and cyber public relations theory proposed by Philips & Young (2009). The research data was obtained through primary data, namely interviews and secondary data, literature studies, observation. The results showed that the 5.0 tourism awareness campaign managed by Kemenparekraf emphasized the importance of transparency, the use of the internet, and quality content in delivering information to the public. By utilizing digital media, this campaign succeeded in raising awareness, changing attitudes, and encouraging positive public behavior towards tourism. The management of cyber public relations plays an important role in reaching a wide audience, including in remote areas, and ensuring the long-term sustainability and success of this campaign in supporting the development of sustainable tourism in Indonesia.*

**Kata Kunci : *Public relations , Cyber Public relations , Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.***

**Reference : 16 Books. 8 journals**

**Supervisors : Syifa Astasia Utari, S.I.Kom, M.Si**