

Pemanfaatan Aplikasi Dan *Website* “Plesir Kebumen” Guna Mendukung Penguatan *Smart Branding* Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah

Oleh
Lintang Ayu Pradhani
18/429737/GE/08922

INTISARI

Di Era Industri 4.0, *Information, Communication and Technology (ICT)* memainkan peran penting dalam pengembangan berbagai sektor, termasuk pariwisata. Hal ini menjadi krusial karena melalui ICT, potensi pariwisata dapat disebarluaskan secara lebih luas, menarik kunjungan wisatawan, dan meningkatkan *branding* suatu wilayah. Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengidentifikasi Aplikasi dan *Website* Plesir Kebumen, (2) mengidentifikasi pemanfaatan aplikasi dan *website* oleh masyarakat, dan (3) *menganalisis* implementasi aplikasi dan *website* Plesir Kebumen dalam mewujudkan *Smart Branding* Kabupaten Kebumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran (*mix method*), yaitu dengan menggabungkan *pendekatan* kualitatif dan kuantitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dan kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana aplikasi dan *website* Plesir Kebumen dimanfaatkan, sedangkan wawancara mendalam digunakan untuk menganalisis implementasi aplikasi dan *website* Plesir Kebumen. Data sekunder diperoleh dari identifikasi aplikasi dan *website* Plesir Kebumen.

Hasil penelitian ini mengungkapkan adanya 5 fitur dalam *website* dan 12 fitur dalam aplikasi. Pemanfaatan aplikasi Plesir Kebumen ternyata lebih rendah dibandingkan dengan *website* Plesir Kebumen. Untuk mewujudkan implementasi *Smart Branding* Kabupaten Kebumen, diperlukan tindakan dan kolaborasi yang lebih baik antar sektor.

Kata Kunci : Aplikasi, *Website*, *Smart Branding*

Utilization of "Plesir Kebumen" Application and Website to Support the Strengthening of Smart Branding of Kebumen Regency, Central Java

Oleh

Lintang Ayu Pradhani

18/429737/GE/08922

ABSTRACT

In the era of Industry 4.0, Information, Communication, and Technology (ICT) play a crucial role in the development of various sectors, including tourism. This is significant because ICT's presence can help promote tourism potential more effectively, attract tourists to visit, and enhance the branding of a region. The objectives of this study are as follows: (1) to identify the Plesir Kebumen applications and websites, (2) to determine the usage of these applications and websites by the community, and (3) to analyze how the implementation of Plesir Kebumen applications and websites contributes to realizing Smart Branding in Kebumen Regency.

The research methodology employed in this study is a mixed method, combining descriptive qualitative and quantitative approaches. Primary data were collected through in-depth interviews and questionnaires. Questionnaires were utilized to assess the extent of application and Plesir Kebumen website utilization, while in-depth interviews were conducted to analyze the implementation of these resources. Secondary data were gathered from the identification of Plesir Kebumen applications and websites.

The findings of this study reveal the existence of five features on the website and twelve features on the application. However, it is observed that the utilization of the Plesir Kebumen application is lower compared to the Plesir Kebumen website. To effectively implement smart branding for Kebumen district, it is crucial to facilitate more coordination and collaboration across different sectors.

Keyword : Application, Website, Smart Branding