REVIEW JURNAL SISTEM INFORMASI MANAGEMEN PEMERINTAHAN : Promosi

Pariwisata dan Kuliner Melalui Media Sosial Pemerintah

Kartika Rahayu (C1B1 17 154), La Ode Alala (C1B1 17 156),

LD. Sohibul Mustafa (C1B1 17 160), Irnayanti Asnawi (C1B1 17 143).

Program Studi Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Universitas Halu Oleo

1. Promosi Kuliner Jepang Melalui Media Sosial Sebagai Bentuk Diplomasi Publik : Studi *Facebook* Kedutaan Besar Jepang di Indonesia

Penelitian ini membahas tentang promosi kuliner Jepang melalui media Sosial *Facebook* Kedutaan Besar Jepang di Indonesia sebagai bentuk diplomasi publik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan wawancara, dan dokumentasi serta menggunakan analisis diplomasi publik dari Kelley (2009) pada aspek informasi, pengaruh, dan keterlibatan. Perkembangan teknologi internet mempermudah informasi sehingga dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. *Facebook* merupakan aplikasi yang sangat mudah di akses oleh penggunanya dan tidak membutuhkan biaya yang besar. Berdasarkan riset dari perusahaan media *We Are Social* yang bekerja sama dengan Hootsuite pada tahun 2019, menyebutkan ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini lebih lanjut membahas mengenai promosi kuliner Kedutaan Besar Jepang di Indonesia melalui media sosial *Facebook* sebagai bentuk diplomasi publik. Diplomasi publik dipahami sebagai upaya suatu negara dalam mempromosikan tujuan nasional dengan memengaruhi opini publik di negara lain dengan pelibatan tidak hanya negara sebagai aktor namun juga aktor non negara dalam hal ini memungkinkan bagi masyarakat, baik secara individu maupun dalam kelompok untuk ikut serta. (Cull, 2010) (Djelantik, 2008)

Manfaat dari keberadaan media sosial telah dirasakan oleh pengguna termasuk pemerintah Jepang. Kedutaan Besar Jepang di Indonesia memilih media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* sebagai alat promosi dan sarana informasi untuk menarik minat dan perhatian

publik di Indonesia. Kedutaan Besar Jepang melakukan diplomasi melalui media sosial dengan menginformasikan mengenai kuliner-kuliner Jepang bedasar pada kepentingan nasionalnya yaitu untuk memperkenalkan budaya Jepang terutama kuliner kuliner yang dimiliki oleh negara ini, agar publik dlam hal ini warga net dapat merasa senang, dekat sehingga tertarik dengan budaya dan wisata yang dieksplor di media sosial, hal ini dapat membuat diplomasi menjadi tak lagi berjarak (BBC News Indonesia, 2019)

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian ialah media sosial *Facebook* Kedutaan Besar Jepang di Indonesia. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini yang menjadi informan yaitu admin *Facebook* Kedutaan Besar Jepang di Indonesia dan salah satu anggota Sekretariat Little Tokyo World Cosplay Summit Indonesia Kommitte. Adapun teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif yang berisi tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan simpulan (Miles, Huberman, & Saldana, 2014)

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kedutaan Besar Jepang di Indonesia menggunakan media sosial seperti facebook dalam mempromosikan kuliner hal ini merupakan cara yang efektif mengingat Indonesia merupakan salah satu pengguna terbesar media sosial di dunia, hal ini juga mampu memberikan pemahaman serta citra yang baik bagi Jepang oleh publik pengguna media sosial di Indonesia yang dilihat dari jumlah pengikut, suka, dan komentar yang positif pada berbagai postingan admin facebook kedutaan besar jepang di Indonesia. Pemerintah Jepang mengembangkan dan melaksanakan berbagai kegiatan diplomasi publik di Indonesia sebagai upaya untuk memperkuat hubungan jangka panjang bagi kedua negara. Dalam hal penggunaan media sosial sebagai alat mendukung kegiatan diplomasi publik, media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* dianggap mampu menjalin hubungan dengan publik secara lebih luas. Adapun keterlibatan media sosial dengan publik dapat dilihat dari tiga hal utama, yaitu dalam hal *digital agenda setting*, *presence expansion*, dan *digital conversation generating*. Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa media sosial seperti *Facebook* memiliki keunggulan di mana pengguna *facebook* bukan hanya dari kalangan masyarakat namun juga pemerintah sebagai media saling tukar menukar informasi, interaksi dua arah dan yang paling utama biaya yang sama sekali tidak memberatkan untuk membuat atau memiliki akun facebook.

Saran yang dapat diberikan dalam review ini yaitu selanjutnya peneliti mungkin dapat melanjutkan mengenai dampak -dampak apa saja yang di dapatkan dalam mempromosikan

budaya kuliner Jepang dan mengkaji kembali platform-platform lain penyedia informasi Kedutaan Besar Jepang di Indonesia misalnya seperti Twitter dan Youtube agar masyarakat Indonesia dapat mengenal lebih jauh tentang promosi kuliner Jepang melalui media sosial.

2. Promosi Pariwisata Melalui *Digital Diplomacy*: Upaya Internasionalisasi Pariwisata Daerah

Dalam konteks otonomi daerah Pemerintah Daerah memiliki kesempatan untuk terlibat dalam aktivitas internasional untuk mengembangkan potensi daerah yang dimiliki. Melalui diplomasi digital memudahkan pemerintah daerah untuk mempromosikan potensi yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui diplomasi digital pemerintah daerah Wakatobi dalam mempromosikan pariwisata daerah di dunia internasional. E-diplomasi (juga dikenal sebagai diplomasi digital) adalah penggunaan teknologi komunikasi dan informasi untuk tujuan mencapai tujuan kebijakan luar negeri (Holmes, 2013). Tidak ada definisi tunggal dari istilah diplomasi digital itu sendiri (Hanson, 2010). Masing-masing negara memiliki pendekatan yang berbeda dalam praktik diplomasi digital. Beberapa ahli telah mendefinisikan e-diplomasi sebagai komponen elektronik dari diplomasi publik (Hanson, 2010) sementara yang lain berfokus pada usaha untuk menjalin hubungan luar negeri dan domestik melalui penggunaan media teknologi informasi (Effendi, 2008),

Hubungan luar negeri Pemerintah Daerah Kabupaten Wakatobi tercermin dalam berbagai kerjasama dengan beberapa negara seperti *Sister City* dengan pemerintah Provinsi Jeju, Korea Selatan, kerjasama dengan pemerintah Swiss, serta kerjasama dengan Japan Internasional Cooperation Agency (JICA) (Beritasatu.com, 2015; Kontan.co.id, 2015; Pemerintah Wakatobi, 2014). Kerjasama luar negeri tersebut sebagai upaya dan komitmen Pemerintah Daerah Kabupaten Wakatobi untuk salah satunya mengembangkan dan mempromosikan Pariwisata Wakatobi di dunia internasional.

Metode kualitatif digunakan dalam studi ini untuk mengetahui dan mengungkap fenomena yang terjadi. Wawancara digunakan sebagai sumber data dengan jumlah informan sebanyak tiga orang. Informan dalam penelitian ialah pegawai pada kantor Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi, yaitu Sekretaris Dinas, Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan Staf Pengelola situs/website yang bertanggung jawab dalam diplomasi digital. Tujuan melakukan wawancara untuk mengeksplor opini dari kegiatan

profesional informan dalam penggunaan TIK dan berdasarkan pengalaman dan keterlibatan mereka dalam aktivitas diplomasi digital dan promosi pariwisata Wakatobi. Data primer dalam studi ini bersumber dari hasil wawancara, sedangkan data sekunder didapatkan dari website dan media sosial yang digunakan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pemerintah Kabupaten Wakatobi dalam mempromosikan pariwisata Wakatobi. Model *Analysis Interactive* dari Miles dan Huberman (1994) digunakan sebagai analisis data dalam studi ini yang menggambarkan kegiatan analisis dalam beberapa tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi digital pemerintah Daerah Wakatobi memanfaatkan media sosial, dan website dalam menginformasikan berbagai kegiatan dan potensi pariwisata daerah, selain itu juga melibatkan aktor negara dan non negara yang membantu pelaksanaan diplomasi digital. Dalam pelaksanaan promosi wisata daerah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi menggunakan media TIK seperti pemanfaatan internet. Dalam konteks ini diplomasi digital mempromosikan penggunaan TIK untuk memenuhi kebijakan suatu daerah sebagai upaya untuk memberikan informasi tidak hanya dalam negeri tapi juga luar negeri. Selain itu diplomasi pemerintah daerah pemerintah Wakatobi juga dilakukan dengan mengikuti berbagai acara-acara internasional seperti pameran diberbagai negara. Dibanding menggantikan upaya ini ini kemudian melengkapi diplomasi tradisional Selain itu penggunaan media sosial juga menjadi alat bagi pemerintah daerah dalam mempromosikan pariwisata daerah Wakatobi seperti penggunaan *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*. Nama akun *Facebook* dan *Instagram* yaitu @visitwakatobi sedangkan untuk *twitter* dengan nama akun @tourismwakatobi. Media sosial ini dimanfaatkan oleh pemerintah daerah dan untuk memberikan informasi terkait kepariwisataan kepada wisatawan asing diberbagai belahan dunia. Brown (2008) berpendapat bahwa platform jejaring sosial global seperti *Twitter* dan *Facebook* memberikan banyak peluang untuk koneksi, dialog, dan interaksi antara pemerintah dan masyarakat asing.

Saran yang dapat diberikan mengenai jurnal penelitian ini yaitu selanjutnya dapat di kaji lebih jauh mengenai hambatan hambatan dari diplomasi digital baik itu dalam hal mempromosikan melalui media sosial maupun melalui website. Bukan hanya hambatan hambatan tapi sebaik nya juga solusi dalam menghadapi tantangan tersebut agar dapat meningkatkan kualitas pariwisata daerah.

References

[1]Ramadhan, W. O. J., Sudirman, F. A., Saidin, S., & Susilawaty, F. T. (2020). Promosi Kuliner Jepang Melalui Media Sosial Sebagai Bentuk Diplomasi Publik: Studi Facebook Kedutaan Besar Jepang di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 5(1), 63-75.

[2]Sudirman, F. A., Sarma, W. O. D., & Susilawaty, F. T. PROMOSI PARIWISATA MELALUI DIGITAL DIPLOMACY: UPAYA INTERNASIONALISASI PARIWISATA DAERAH. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 5(3), 174-185.