



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Komunikasi Internasional Pemerintah Daerah Provinsi
Nusa Tenggara Barat untuk Meningkatkan Pariwisata
Lombok

Skripsi

Oleh

Widya Sari Kumalaningrum

2011330025

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Komunikasi Internasional Pemerintah Daerah Provinsi
Nusa Tenggara Barat untuk Meningkatkan
Pariwisata Lombok

Skripsi

Oleh

Widya Sari Kumalaningrum

2011330025

Pembimbing

Sukawarsini Djelantik, Ph.D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Widya Sari Kumalaningrum
Nomor Pokok : 2011330025
Judul : Komunikasi Internasional Pemerintah Daerah Nusa Tenggara Barat
Untuk Meningkatkan Pariwisata Lombok

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 03 Agustus 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Elisabeth A. Satya Dewi, Ph.D.

: 

Sekretaris

Sukawarsini Djelantik, Ph.D.

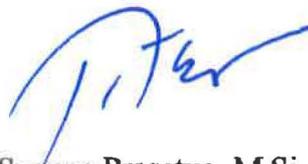
: 

Anggota

Idil Syawfi, S.IP., M.SI.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Widya Sari Kumalaningrum

NPM : 2011330025

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul Penelitian : Komunikasi Internasional Pemerintah Daerah Nusa Tenggara Barat untuk Meningkatkan Pariwisata Lombok

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 20 Juli 2018



Widya Sari Kumalaningrum

ABSTRAK

Nama : Widya Sari Kumalaningrum
NPM : 2011330025
Judul : Komunikasi Internasional Pemerintah Daerah Nusa Tenggara Barat
untuk Meningkatkan Pariwisata Lombok

Pariwisata merupakan sebuah isu baru pasca berakhirnya Perang Dingin dalam konteks Hubungan Internasional, dan semakin marak dengan berkembangnya era globalisasi dimana masyarakat dapat mengakses teknologi informasi dengan mudah mengenai tujuan wisata yang ingin dikunjungi. Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana upaya-upaya komunikasi internasional yang dilakukan Pemerintah Daerah NTB dalam meningkatkan sektor pariwisata di Lombok. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan Pluralisme, teori komunikasi internasional, teori media sosial, teori promosi dan teori pariwisata.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja upaya yang dilakukan pemerintah daerah dan pihak swasta untuk meningkatkan pariwisata di Lombok, yang merupakan perumusan dari “Bagaimana upaya-upaya komunikasi internasional pemerintah NTB untuk meningkatkan pariwisata Lombok pada tahun 2013-2018?”

Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu teridentifikasinya beberapa upaya yang dilakukan pemerintah daerah NTB dan pihak swasta dalam meningkatkan pariwisata di Lombok. Upaya tersebut antara lain; promosi wisata melalui internet dan media sosial, promosi melalui media cetak dan elektronik, kerjasama melalui kunjungan dan pameran, dan melakukan promosi melalui event-event tahunan. Jadi, dalam penelitian ini dapat terlihat bahwa pemerintah daerah NTB dan pihak swasta telah bekerjasama dan berupaya dalam meningkatkan pariwisata di Lombok pada tahun 2013-2018.

Kata-kata kunci: komunikasi internasional, media, promosi, pariwisata

ABSTRACT

Name : Widya Sari Kumalaningrum
NPM : 2011330025
Title : *International Communiacion of NTB Government to Improve Lombok's Tourism*

Tourism is a new issue after the end of the Cold War in the context of International Relations, and increasingly widespread with the development of the era of globalization where people can access information technology easily about the destination to visit. This research describes how international communication efforts undertaken NTB Regional Government improving the tourism sector in Lombok. This research will be used Pluralism approach, international communication theory, social media theory, promotion theory and tourism theory.

The purpose of this research is to find out what efforts are made by local governments and private parties to improve tourism in Lombok, with the reset question "How international communication efforts of the NTB government to improve Lombok tourism in 2013-2018?"

The results obtained from this research is the identification of some efforts undertaken NTB local government and the private sector in increasing tourism in Lombok. These efforts include; promotion through internet and social media, promotion through conventional media, cooperation through visits and exhibitions, and promotion through annual events. So, in this research can be seen that NTB local government and private sector have cooperated and tried to increase tourism in Lombok in 2013-2018.

Keywords: international communication, media, promotion, tourism

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tak lupa pula saya mengirimkan salam dan shalawat kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat Islam ke jalan yang diridhoi Allah SWT. Skripsi yang berjudul **“KOMUNIKASI INTERNASIONAL PEMERINTAH DAERAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT UNTUK MENINGKATKAN PARIWISATA LOMBOK”** merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Politik. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari partisipasi dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT yang selama ini selalu mendampingi saya dimana pun dan kapanpun, yang selalu menunjukkan jalan di saat saya kehilangan arah. Terimakasih Ya Allah, terimakasih atas segala rahmat yang telah Engkau berikan selama ini, semoga ilmu ini bermanfaat kelak.
2. Papa, **Ir. H. Jalal M.Sc** yang sangat saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan kasih sayang serta dukungan dan motivasi yang tiada henti, yang selalu tidak pernah mengeluh terhadap apapun kekurangan saya sebagai anak yang selalu sabar tanpa batas. Terimakasih pa untuk cinta yang tiada batas dan segala bentuk dukungan yang selama ini papa berikan. Semoga Allah selalu menjaga papa, memberikan papa umur yang panjang, sampai saya bisa ngebahagiain dengan hal lainnya. Aamiin

3. Mama, **Dra. Hj. Baiq Erni Muradtiningsih** yang selalu mendukung saya dalam setiap keputusan yang saya buat, yang selalu menyebutkan nama saya dalam setiap doanya, yang tiada hentinya memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan study, dan yang selalu ada kapanpun setiap saya butuh teman curhat. Terimakasih ma, berkat doa mama akhirnya selesai juga. Semoga Allah SWT memberikan saya kesempatan untuk membanggakan mama lagi.
4. **One Adharyansyah**, terimakasih atas perhatian dan pengertiannya juga semangatnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen pembimbing, Ibu **Sukawarsini Djelantik, Dra., M.Int.S., Ph.D** terimakasih atas bimbingan, bantuan dan semangatnya. Penelitian ini tidak akan bisa selesai tanpa bantuan dosen pembimbing. Mohon maaf apabila ada salah selama perbimbingan. May Hyang Sang Widhi Wasa bless you!
6. Sekertaris Jurusan, Bapak **Giandi Kartasasmita, S.IP., M.A.** terimakasih atas segala bimbingan dan bantuannya selama saya menjalani study di Unpar.
7. Kepala BPPD NTB, Bapak Affan Ahmad dan Kepala Dinas Disbudpar NTB, Bapak Lalu Mohammad Faozal terimakasih untuk waktunya dan telah bersedia diwawancara.
8. Serta seluruh pihak yang ikut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Saya sebagai penulis hanya bisa berdoa, semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikannya. Aamiin...

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	10
1.2.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Kajian Pustaka.....	11
1.5 Kerangka Pemikiran.....	16
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	24
1.7 Sistematika Pembahasan	24
BAB II LOMBOK SEBAGAI DAERAH WISATA	26
2.1 Letak Geografis dan Penduduk Asli Pulau Lombok.....	27
2.1 Jenis-Jenis Wisata Alam.....	31
2.1.1 Wisata Pantai	34
2.1.2 Wisata Bawah Laut	39

2.1.3 Alam yang murni di Taman Nasional dan <i>Geopark</i> Rinjani	40
2.2 Kesenian, Kebudayaan serta Kuliner Lombok.....	42
2.3 Faktor-faktor Penghambat Wisata Lombok	54
2.4 Penyajian Data Wisatawan.....	56
2.4.1 Wisatawan Mancanegara	57
2.4.2 Wisatawan Nusantara	59
2.4.3 Wisatawan MICE.....	60
 BAB III AKTOR-AKTOR PELAKU PARIWISATA LOMBOK.....	 62
3.1 Aktor Pemerintah.....	62
3.1.1 Kementerian Pariwisata RI dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB	62
3.1.2 Pemerintah Daerah NTB melalui PT. Angkasa Pura I.....	69
3.1.3 Pemerintah Daerah NTB melalui PT. ASDP Indonesia Ferry	73
3.2 Aktor Non Pemerintah	75
3.2.1 Badan Promosi Pariwisata Daerah NTB	75
3.2.2 ASPPI (Asosiasi Profesional Pariwisata Indonesia)	79
3.2.3 PHRI (Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia)	81
3.2.4 ASITA (Association The Indonesia Tours and Travel Agencies).....	84
3.2.5 HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia).....	85
3.2.6 INCCA (Indonesia Congress and Convention Association) ..	87
3.2.7 Jasa Transportasi Laut Milik Swasta.....	89
 BAB IV UPAYA-UPAYA KOMUNIKASI INTERNASIONAL	
PEMERINTAH DAERAH NTB DALAM MENINGKATKAN	
PARIWISATA LOMBOK.....	92
4.1 Promosi Wisata melalui Internet dan Media Sosial.....	93
4.2 Promosi Melalui Media Cetak dan Media Elektronik	112
4.2.1 Mengikuti International Tourism Film Festival	112
4.2.2 Promosi Melalui <i>Inflight Entertainment</i>	118
4.2.3 Promosi Melalui Surat Kabar dan Televisi Nasional	121

4.3 Kerja Sama Melalui Pameran dan Kunjungan.....	123
4.4 Melakukan Promosi melalui Acara-acara Tahunan.....	127
BAB V KESIMPULAN.....	132
DAFTAR PUATAKA.....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Letak Geografis Nusa Tenggara Barat	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2	Peta Pariwisata Lombok	32
Gambar 2. 3	Infrastruktur Dalam Kawasan KEK Mandalika	39
Gambar 2. 4	Jalan Menuju Pantai Pink, Lombok Timur.....	55
Gambar 3. 1	Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata ..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 2	Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB	69
Gambar 3. 3	Struktur Organisasi BPPD NTB	78
Gambar 4. 1	<i>Website</i> Disbudpar NTB.....	93
Gambar 4. 2	Website Pesona Lombok Sumbawa	95
Gambar 4. 3	Akun Instagram Disbudpar NTB.....	96
Gambar 4. 4	<i>Vlog</i> Presiden dengan Gubernur NTB dalam peresmian KEK Mandalika	97
Gambar 4. 5	Komentar Masyarakat Terhadap <i>Vlog</i> Presiden Jokowi	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 6	Komentar Masyarakat Terhadap <i>Vlog</i> Presiden Jokowi	99
Gambar 4. 7	Akun Twitter Disbudpar	100
Gambar 4. 8	Website Hello Lombok.....	102
Gambar 4. 9	Akun <i>Instagram</i> @explorelombok.....	103
Gambar 4. 10	Kolom Komentar @explorelombok	104
Gambar 4. 11	Akun Instagram Debucung.....	105
Gambar 4. 12	Komentar Pada Akun <i>Instagram</i> Ingg.....	106
Gambar 4. 13	Pernikahan Nadine dan Dimas di Lombok.....	107
Gambar 4. 14	Hasil Foto Ingg dengan model Raisa.....	109
Gambar 4. 15	Darius Sinathrya saat di Lombok	110
Gambar 4. 16	Video “Wonderful Indonesia, A Visual Journey”	114

Gambar 4. 17 Video Reaksi Masyarakat Mancanegara terhadap Video “Wonderful Indonesia”	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 18 Video “Wonderful Indonesia,A Visual Journey through Lombok”	116
Gambar 4. 19 Kolom Komentor Video “Wonderful Indonesia, A Journey trough Lombok”	117
Gambar 4. 20 Majalah Lion Air Januari 2018.....	120
Gambar 4. 21 Majalah Lion Air April 2018.....	120

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia saat ini menjadi semakin pesat dan meluas. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi, komunikasi, dan transportasi yang sangat cepat. Dan mengikuti perkembangan itu, isu-isu dalam Hubungan Internasional juga menjadi sangat luas. Pada awalnya studi Hubungan Internasional berfokus pada isu-isu *high politics* seperti pertahanan, kekuatan, perang dan ekonomi, tetapi saat ini studi Hubungan Internasional juga sudah dikuasai oleh isu-isu *low politics*, seperti *social* dan *culture*. Berdasarkan pada realitas tersebut, ilmu Hubungan Internasional berkembang menjadi bidang studi yang ramah dengan berbagai disiplin karena tidak hanya terkotak pada satu isu saja. Perubahan isu global juga membuat dunia terbagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok yang diuntungkan dan kelompok yang dirugikan. Dan untuk menghindari menjadi kelompok yang dirugikan, sebagai mahasiswa Hubungan Internasional harus memahami bahwa HI adalah bidang studi yang interdisipliner.¹

Hubungan Internasional sebagai studi yang interdisipliner membuat HI itu sendiri menjadi ilmu yang dinamis. Hubungan Internasional tidak lagi stagnan pada satu level saja, melainkan akan selalu menemukan perubahan dan terus berkembang. Ilmu studi dalam Hubungan Internasional seperti politik, ekonomi,

¹ Rio Alfaj, "Hubungan Internasional Sebagai Bidang Ilmu Interdisipliner", dalam <http://www.riofalfaj.com/2015/09/hubungan-internasional-sebagai-bidang.html>, di akses 12 februari 2016.

hukum, dan sosial budaya juga menjadi semakin meluas cakupannya. Dalam bidang ekonomi itu sendiri mencakup beberapa hal, dan salah satu diantaranya adalah industri pariwisata. Oleh karena itu pariwisata menjadi salah satu elemen penting yang bisa dibahas dalam studi Ilmu Hubungan Internasional. Perang Dunia II tidak hanya menegaskan bagaimana kenyataan bahayanya perang negara-negara berkekuatan besar pada saat itu, tetapi juga mengingatkan depresi hebat bagi banyak orang diseluruh dunia dan bagaimana kehidupan ekonomi yang dapat berpengaruh buruk bagi banyak pihak.² Dan dapat dilihat bahwa permasalahan pokok dari sejarah HI adalah evolusi sistem negara dan dunia negara-negara kontemporer yang sedang berubah.

Dalam hal ini, paling sedikit ada lima nilai dasar sosial yang biasanya diharapkan oleh warga negara untuk dijaga oleh negaranya, yaitu: Keamanan, kebebasan, ketertiban, keadilan, dan kesejahteraan.³ Berkaca pada depresi hebat yang dialami oleh masyarakat dunia pasca Perang Dunia II, yang berpengaruh pada ekonomi maka nilai dasar kesejahteraan lah yang harus ditegakkan. Kesejahteraan dan kekayaan sosial-ekonomi bagi warga negara. Masyarakat mengharapkan pemerintah untuk menjalankan kebijakan yang tepat dalam menyediakan banyak lapangan pekerjaan, inflasi yang rendah, investasi yang stabil, pergerakan perdagangan dan komersial yang tidak terganggu dan sebagainya.⁴

² Robert Jackson dan Georg. 2014. *Pengantar Studi Hubungan Internasional: Teori dan Pendekatan* (Terjemahan Dadan Suryadipura). Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 12.

³ Ibid., hlm 6

⁴ Robert Jackson dan Georg. 2014. *Pengantar Studi Hubungan Internasional: Teori dan Pendekatan* (Terjemahan Dadan Suryadipura). Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 12.

Dan untuk mewujudkan apa yang menjadi harapan masyarakat tersebut, pemerintah dapat menjadikan pariwisata sebagai salah satu pilihan tepat. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan dalam usaha memperoleh devisa. Sektor pariwisata adalah komponen industri yang dianggap dapat membantu dalam memberikan pertumbuhan ekonomi ditengah kesulitan yang banyak dialami oleh berbagai negara, selain itu juga pariwisata sebagai salah satu solusi dalam menstimulasi kesempatan kerja dan investasi dengan cepat.⁵ Berbicara mengenai pariwisata, sama halnya berbicara mengenai globalisasi. Karena pada dasarnya pariwisata tidak mengenal tingkat batas wilayah.

Hubungan Internasional telah mengalami berbagai perkembangan, berbagai aktor serta isu telah memberikan warna dalam perjalanan studi Hubungan Internasional. Pariwisata menjadi salah satu bagian dari perkembangan studi Hubungan Internasional. Pariwisata yang pada awal-awal kemunculannya hanya menjadi perhatian sebagian kalangan dan belum begitu mendapat tempat dalam studi Hubungan Internasional, kini telah menjadi perbincangan yang begitu hangat dengan berbagai penawaran perspektif dalam studi Hubungan Internasional. Sehingga pada era global saat ini pariwisata tidak lagi dapat dipisahkan dari studi hubungan internasional.

Pariwisata memiliki cakupan yang sangat luas baik dari segi subyek, obyek, maupun aktivitas. Perkembangan pariwisata yang semakin pesat disebabkan kebutuhan manusia untuk berekreasi semakin meningkat. Berbagai sarana dan

⁵ “Kebangkitan Industri Pariwisata Singapura Pasca Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)”, dalam <http://thesis.umy.ac.id/datapublik/t5935.pdf>, diakses 12 Februari 2016.

prasarana penunjang kegiatan pariwisata berkembangnya pesat. Industri pariwisata ini bagaikan jantung yang menggerakkan roda perekonomian masyarakat. Tujuan utama dari kegiatan pariwisata yang dilakukannya adalah untuk memperoleh kesenangan atau menghilangkan perasaan tertekan karena rutinitas kerja. Jadi dalam hal ini perolehan kepuasan dari kegiatan yang dilakukan wisatawan menjadi sangat penting.⁶ Selama ini banyak ditemukan defenisi mengenai wisatawan yang masing-masing digunakan oleh negara pengembangannya, sehingga untuk menganalisisnya tidak begitu mudah.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Untuk memperbesar Pendapatan Asli Daerah (PAD), program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi.⁷ Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik. Sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek

⁶ AJ Mulyadi. 2010. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: Rajawali Pers.

⁷ Kusudianto Hadinoto. 1996. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta: UI

dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Komunikasi dan promosi merupakan hal yang penting dalam keseluruhan misi pemasaran pariwisata. Dalam dekade terakhir, komponen komunikasi pemasaran menjadi semakin penting, bahkan telah diklaim bahwa pemasaran di era 1990-an adalah komunikasi dan komunikasi adalah pemasaran.⁸ Secara etimologi, komunikasi berasal dari kata Latin, yaitu *cum*, kata depan yang artinya dengan atau bersama dengan, dan kata *units*, kata bilangan yang berarti satu. Dua kata tersebut membentuk kata benda *communio*, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *communion*, yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan gabungan, pergaulan, atau hubungan. Karena untuk melakukan *communion* diperlukan usaha dan kerja. Kata *communion* dibuat kata kerja *communicate* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, tukar-menukar, membicarakan sesuatu dengan seseorang, memberi-tahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. Jadi, komunikasi berarti pemberitahuan, pembicaraan, percakapan, pertukar pikiran atau hubungan.⁹

Dilihat dari pelakunya, komunikasi internasional terbagi menjadi; *Official Transaction*, yakni kegiatan komunikasi yang dijalankan pemerintah dan *Unofficial Transaction* atau disebut juga interaksi transnasional, yakni kegiatan komunikasi yang melibatkan pihak non-pemerintah. Pemerintah, sebagai salah satu pelaku

⁸ Terence A. Shimp. Periklanan Promosi. Jakarta: Erlangga

⁹ Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam. 2012. Komunikasi dan Public Relations. Bandung: Pustaka Setia. hlm 35

utama komunikasi internasional, menjalankan sejumlah langkah yang berpengaruh terhadap posisi negara yang diwakilinya dalam percaturan politik internasional. Pemerintah dapat menjalankan langkah-langkah yang berefek politik langsung, seperti: diplomasi dan propaganda; ataupun langkah yang berdampak tidak langsung, seperti: mempromosikan pendidikan internasional. Kegiatan komunikasi internasional bisa berlangsung antara *people to people* ataupun *government to government*.

Pemerintah daerah Nusa Tenggara Barat menyadari potensi wisata yang ada. Dengan berbagai potensi yang dimiliki, pemerintah daerah Nusa Tenggara Barat mengembangkan pariwisata dengan melakukan promosi baik kunjungan langsung ke luar kota maupun luar negeri atau komunikasi melalui internet. Selain itu, berbagai event dan atraksi kebudayaan yang merupakan bagian dari kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat yang didukung oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah Nusa Tenggara Barat.

Berbagai penghargaan yang telah diraih oleh pemerintah daerah Nusa Tenggara Barat khususnya pada sektor pariwisata di Lombok. Baru-baru ini, pariwisata Nusa Tenggara Barat meraih tiga penghargaan pada ajang *World Halal Tourism Award 2016* di Abu Dhabi, Uni Emirate (UEA). Novhotel Lombok Resort & Villas meraih penghargaan *World's Best Halal Beach Resort*, daerah Sembalun meraih penghargaan *World's Best Halal Honeymoon Destination* dan www.wonderfullomboksumbawa.com meraih penghargaan *World's Best Halal Tourism Website*. Penghargaan ini mengulang prestasi tahun 2015 silam. Lombok

dinobatkan sebagai *World's Best Halal Honeymoon Destination* dan *World's Best Halal Tourism Destination* dalam ajang *The World Halal Travel Summit & Exhibition 2015* lalu.¹⁰ Banyak hal yang dapat dipetik dari penghargaan yang didapatkan Lombok. Pertama, mengukuhkan kebenaran persepsi dunia atas popularitas Lombok. Kedua, penghargaan ini bukan durian runtuh melainkan buah dari perjuangan pemerintah, pengusaha wisata dan masyarakat Nusa Tenggara Barat untuk menempatkan Lombok di level terhormat kepariwisataan dunia. Ketiga, prestasi ini menjadi tantangan baru bagi Lombok untuk menapaki pariwisata dunia. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul *Komunikasi Internasional Pemerintah Daerah Nusa Tenggara Barat untuk Meningkatkan Pariwisata Lombok*.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada era globalisasi, muncul isu-isu baru dalam studi Hubungan Internasional diluar konteks isu tradisional seperti isu politik dan ekonomi. Konsep budaya menjadi pembahasan yang sering dibahas, hal ini didukung oleh kemajuan teknologi yang membuat warga dunia lebih mudah berinteraksi sehingga perkenalan budaya antar negara satu dengan yang lain menjadi semakin cepat dan mudah. Dari globalisasi, pengembangan pariwisata melalui komunikasi secara alami terbentuk.

Seiring dengan kemajuan teknologi di bidang komunikasi, semakin banyak informasi yang didapatkan sehingga masyarakat mulai berfikir dan bertindak

¹⁰ www.radarlombok.co.id diakses pada 20 Januari 2017

terhadap suatu pemberitaan. Kecendrungan misi media massa sebagai pendukung perubahan menempatkan media massa pada posisi terpenting dalam kehidupan masyarakat.¹¹ Media massa merupakan sarana yang dapat digunakan oleh seseorang dalam menyampaikan, memasarkan, memperkenalkan pesan atau produk secara serentak dan singkat kepada khalayak banyak yang berbeda-beda dan tersebar di berbagai penjuru dunia. Semangat reformasi dalam bidang media massa juga semakin tumbuh di tengah masyarakat Indonesia.

Sementara itu, Katz, Gurevitch dan Haas yang dikutip Onong Uchana, menjelaskan bahwa kebutuhan manusia dipengaruhi oleh lingkungan sosial sehingga terciptalah kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media.¹² Kebutuhan tersebut dapat dipenuhi melalui media massa, karena media massa memiliki fungsi memenuhi kebutuhan kognitif dengan menyuguhkan informasi.

Internet merupakan media komunikasi yang menggunakan sambungan seperti halnya telepon yang tentunya disambungkan dengan komputer dan modem. Namun berbeda dengan telepon, yang komunikasinya dilakukan dengan oral dan dilaksanakan secara bersamaan.¹³ Maka pada internet, komunikasi yang dilakukan umumnya tanpa perlu dilakukan secara bersamaan antara pengirim dan penerima.¹⁴ Internet merupakan salah satu bentuk media massa dimana pada jaman sekarang ini

¹¹ Wawan Kuswandi. 2008. Komunikasi Massa Interaktif Budaya Massa. Jakarta: Renika Cipta. hlm 25

¹² Onong Uchana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti. hlm 290

¹³ <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/188/1/101133-BIMA%20SUHARDIMAN-FDK.PDF> diakses pada 22 Februari 2017

¹⁴ Ibid

menjadi pilihan utama dalam mempromosikan sebuah produk instansi bahkan perorangan karena dianggap lebih praktis dan efektif melihat jangkauan pasar yang lebih luas dan tersebar di berbagai kalangan. Pola konsumen dalam mencari segala kebutuhan hidup pun saat ini lebih tertuju kepada peran media internet karena kemudahannya dalam mencari segala informasi, khususnya informasi wisata.

Dalam perkembangan dunia pariwisata, media memiliki peranan yang penting dan memiliki hubungan yang berpengaruh terhadap pariwisata begitu juga sebaliknya. Pariwisata tanpa adanya dukungan dari media tidak akan berkembang, karena media massa dapat mempromosikan dan menjadi lahan informasi bagi masyarakat mengenai pariwisata di daerah tertentu. Begitu juga sebaliknya, dunia pariwisata memberikan keuntungan yang besar bagi media untuk berkembang, keduanya akan saling menguntungkan jika dapat bekerja secara bersamaan.

Setiap orang mampu mengakses segala informasi wisata di seluruh negara selain di tempat tinggalnya. Itulah keunggulan internet yang sangat informatif dan promotif. Pariwisata di suatu daerah pun membutuhkan komunikasi melalui media massa. Tugas pemerintah daerah agar potensi maupun objek wisata bisa dikenal oleh masyarakat luas baik secara nasional maupun internasional adalah promosi melalui internet. Akan didapatkan informasi mengenai keunggulan-keunggulan, penampakan gambar dan profil dari objek wisata. Maka ada hal yang diidentifikasi, yaitu peranan pemerintah daerah dalam meningkatkan pariwisata Lombok melalui komunikasi internasional.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada komunikasi internasional dalam bidang pariwisata. Penulisan difokuskan pada tahun 2013-2018 karena pada saat itu terpilihnya Tuan Guru H. M. Zainul Majdi sebagai gubernur periode kedua yang melanjutkan visi dan misi untuk membangun dan memajukan NTB lebih baik terutama di dalam bidang pariwisata.

Pemilihan lokasi penelitian kali ini adalah Lombok karena Lombok merupakan destinasi wisata yang memberikan berbagai keindahan alam. Lombok sering dikatakan sebagai surga para wisatawan yang ingin mencari ketenangan dan bersantai bersama orang terkasih. Letak geografis yang berdekatan dengan Bali tentu saja berdampak pada banyak kesamaan budaya dan keadaan daerahnya. Tetapi Lombok ternyata menyimpan keistimewaan tersendiri. Ada ciri khas yang tak sama dengan Bali. Seperti yang dikatakan salah satu travel writer dan blogger Indonesia “Apa yang ada di Bali bisa dilihat di Lombok, tapi apa yang ada di Lombok belum tentu bisa dilihat di Bali”.¹⁵ Hal itu menjelaskan bahwa Lombok memiliki potensi alam yang lebih dari pada Bali.

Pada saat kepemimpinan Gubernur Tuan Guru H. M. Zainul Majdi pariwisata Lombok telah dikenal banyak masyarakat lokal, nasional maupun internasional. Selain itu, pengunjung pariwisata pun meningkat baik dari dalam dan luar negeri serta penataan objek pariwisata yang dikembangkan oleh pemerintah daerah

¹⁵ Trinitytraveler twitter @trinity diakses 5 Maret 2017

dilakukan dengan baik. NTB juga memiliki potensi yang baik dalam sektor pariwisata dengan keindahan alam baik laut dan daratannya.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan diatas, penulis merumuskan “Bagaimana upaya-upaya komunikasi internasional pemerintah NTB untuk meningkatkan pariwisata Lombok pada tahun 2013-2018?”

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian untuk menganalisis upaya-upaya komunikasi internasional pemerintah daerah NTB guna meningkatkan pariwisata Lombok. Kegunaan penelitian ini sebagai prasyarat untuk mengikuti sidang strata 1 dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang mengangkat topik serupa atau berkaitan. Selain itu, diharapkan menjadi media untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat selama berada di jenjang perkuliahan sebagai referensi atau sumber informasi dalam penyusunan kebijakan dalam mengembangkan potensi wisata Lombok.

1.4 Kajian Pustaka

Kajian ini khusus membicarakan tentang masalah pengembangan pariwisata di Lombok. Selama ini ada beberapa tulisan yang membahas tentang komunikasi internasional serta pengembangan pariwisata atau penelitian lain terkait dengan permasalahan pengembangan pariwisata yang dilakukan di daerah-daerah lain di Indonesia. Akan tetapi, ada beberapa persepektif yang berbeda yang perlu diulas

dalam penelitian ini sehingga memberikan hasil yang berbeda, masukan dan gambaran dari penelitian-penelitian sebelumnya. Kajian ini diambil dari beberapa jurnal yang ada.

Penelitian yang dilakukan oleh Stefanus C. Lombote mengenai “Peranan Pemerintah Daerah untuk Mengembangkan Wisata Pulau Maharo” membahas tentang Kabupaten Sitaro memiliki berbagai macam obyek wisata diantaranya wisata alam, wisata buatan, dan wisata sejarah yang apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik dan tepat maka akan menjadi daerah tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi.¹⁶ Obyek wisata pulau Mahoro merupakan obyek wisata favorit yang mempunyai daya tarik tinggi dengan suasana dan pemandangannya yang masih asri. Obyek wisata pantai dan laut pulau Mahoro memiliki daya tarik dan potensi dalam peningkatan pendapatan daerah yang menjadi salah satu aset wisata alam di Kabupaten Sitaro. Potensi yang dimiliki obyek wisata di Kabupaten Sitaro belum dikelola secara optimal sehingga keberadaan aset wisata belum mendapat respon positif wisatawan dalam bentuk kunjungan wisatanya.¹⁷

Peran pemerintah daerah Kabupaten Sitaro dalam mengembangkan obyek wisata di Kabupaten Sitaro melalui pengembangan pariwisata memiliki kesamaan dan perbedaan dengan apa yang dilakukan oleh pemerintah Nusa Tenggara Barat dalam mengembangkan pariwisata Lombok. Hal-hal yang dilakukan pemerintah daerah melalui di antaranya melalui optimalisasi informasi

¹⁶ <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksektif/article/viewFile/7880/7442> diakses pada 11 September 2016

¹⁷ Ibid

pariwisata; belum maksimal karena promosi baru dilaksanakan melalui seni budaya, festival lokal berbeda dengan pemerintah Nusa Tenggara Barat yang sekarang melakukan promosi tidak hanya melalui seni budaya dan festival lokal saja namun melalui media masa, media sosial serta kunjungan-kunjungan langsung ke luar daerah bahkan luar negeri. Mobilisasi masyarakat; kurangnya apresiasi pemerintah Kabupaten Sitaro serta masyarakat, dimana masyarakat lokal serta pengusaha kecil menengah belum dimaksimalkan terlibat sebagai pelaku industri usaha jasa pariwisata. Dalam pengembangan pariwisata Lombok, pemerintah Nusa Tenggara Barat telah beroptimal untuk mengembangkan obyek pariwisata di Lombok namun masyarakat lokal masih belum sepenuhnya mendukung pemerintah dan masyarakat lokal pun kerap bersikap acuh serta masih sangat minim pengetahuan tentang pariwisata.¹⁸ Manajemen peneglolaan pariwisata Kabupaten Sitaro memiliki kesamaan dengan Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu penanganan pariwisata yang bersifat dinamis, multidimensional dan kompleks belum didukung atau berlandaskan kesamaan visi oleh aparat pemerintah (pusat, provinsi, kabupaten/kota), kalangan industri pariwisata dan masyarakat. Hal tersebut menyebabkan timbulnya egoisme sektoral, kesalahan pemahaman terhadap substansi inti.

Penelitian yang dilakukan oleh Tuhri Jasa Putra yang berjudul “Kegiatan Investasi Pariwisata di Lombok” pada tahun 2014, membahas tentang kepariwisataan di Lombok secara umum masih berkembang jika dibandingkan

¹⁸ Wawancara dengan Kepala BPPD NTB Bapak H. Affan Ahmad, Mataram, 26 Desember 2016

dengan kepariwisataan di Bali.¹⁹ Kepariwisataan Lombok hingga saat ini masih sangat bergantung pada Bali. Hal tersebut disebabkan karena ketersediaan fasilitas pendukung kepariwisataan di Lombok masih sangat terbatas, mulai dari akses hingga infrastrukturnya. Selain itu, sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Lombok rata-rata wisatawan yang telah berkunjung ke Bali terlebih dahulu, karena Bali merupakan titik distribusi pariwisata ke Lombok. Jadi ketika pariwisata Bali dilanda krisis akibat bom dahsyat pada tahun 2002 dan 2005 sangat berdampak buruk pada kepariwisataan di Lombok hal tersebut terlihat dari menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Lombok. Berbeda halnya dengan kerusuhan sosial yang berlangsung selama tiga hari di Lombok pada bulan Januari 2000 secara spontan membuat industri pariwisata di Lombok merasakan efek berat dari tragedi tersebut, namun tidak mempengaruhi kegiatan kepariwisataan di Bali meskipun jarak Lombok dengan Bali begitu dekat. Mengingat kepariwisataan di Lombok belum berkembang maka sangat perlu untuk dilakukan pengembangan yang lebih baik lagi dengan tetap menitikberatkan pada aspek keberlanjutannya. Keindahan alam dan sosial budaya di Lombok merupakan potensi yang dapat dikembangkan menjadi salah satu daya tarik wisata yang dapat mendukung pengembangannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Setzer Munavizt yang berjudul “Kebudayaan dan Pariwisata Bali dalam Era Globalisasi” menjelaskan bahwa globalisasi disebabkan oleh kemajuan-kemajuan iptek, terutama di bidang teknologi komunikasi yang membawa dunia saling berdekatan dan mudah berkomunikasi

¹⁹ <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/2679/6> diakses pada 29 Januari 2017

melalui berbagai media. Yang paling berpengaruh adalah perkembangan dari dunia pertelevisian.²⁰ Bali sebagai bagian dari Indonesia, pulau yang kecil tapi amat terkenal di dunia, berkat kebudayaannya melalui komunikasi pariwisata, tak dapat menjauhkan diri dari arus globalisasi ini. Bahkan kelihatannya Bali semakin intensif berhubungan dengan perkembangan dunia kepariwisataan yang diakibatkan oleh kemajuan teknologi komunikasi itu sendiri.

Lain halnya dengan pemerintah daerah Nusa Tenggara Barat melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata belum menggunakan teknologi-teknologi komunikasi yang ada. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB sebagian besar masih menggunakan cara lama yaitu promosi melalui pameran, festival dan kunjungan-kunjungan langsung. Namun, Badan Promosi Pariwisata Nusa Tenggara Barat melakukan promosi menggunakan teknologi-teknologi komunikasi seperti media masa dan media sosial.²¹ BPPD NTB mendapat dukungan penuh dari masyarakat kalangan remaja dalam pelaksanaan tugasnya. Disini dapat dilihat adanya perbedaan metode promosi yang dilakukan pemerintah daerah NTB.

Bali memiliki daya tarik sendiri sebagai objek wisata, Bali memiliki beberapa hal yang tidak atau belum dimiliki oleh daerah lain yaitu memiliki pertunjukan kesenian dan pameran kesenian yaitu Pesta Kesenian Bali yang telah berjalan 10 tahun, memiliki masyarakat yang modern dan mau terbuka dengan hal-hal baru, pola kehidupan yang menyatu yaitu keagamaan, seni budaya adat maka harus ke

²⁰ <http://pariwisatadanteknologi.blogspot.co.id/2010/04/kebudayaan-dan-pariwisata-bali-dalam-25.html> diakses pada 14 Februari 2017

²¹ Wawancara dengan Kepala BPPD NTB Bapak H. Affan Ahmad, Mataram, 26 Desember 2016

arah komersialisasi akan kecil dan selalu akan dapat diatasi sendiri. Dan dalam perkembangan seni tampak jelas adanya dua arah dan dua pola secara bersama-sama yaitu pola kesenian untuk pariwisata dan pola kesenian untuk kehidupan masyarakat dan ini lebih besar perkembangannya. Dalam hal ini, Lombok belum memiliki atau belum mengarah seperti apa yang telah dilakukan oleh Bali. Sebagian masyarakat Lombok belum mengenal kekayaan seni budayanya sendiri.

Disini bisa dilihat faktor-faktor yang membedakan kebudayaan dan pariwisata kedua daerah tersebut, masyarakat Lombok berbeda dengan masyarakat Bali, masyarakat Lombok masih bisa dibidang primitif dan sangat tertutup dengan hal-hal baru yang datang dari zona nyaman mereka. Mereka terbiasa dengan hal-hal yang bersifat monoton tidak berani mencoba hal-hal baru, berbeda dengan masyarakat Bali yang mau menerima dan mencoba hal baru yang membuat masyarakat Bali lebih maju daripada masyarakat Lombok.

1.5 Kerangka Pemikiran

Hubungan internasional merupakan sebuah interaksi manusia yang terjadi antar bangsa untuk mencapai tujuan tertentu. **Hubungan Internasional** adalah studi tentang bagaimana memahami teori, konsep dan politik dunia yang tercermin dalam aktor-aktor internasional yang meliputi negara, organisasi internasional, korporasi multinasional dan juga kelompok teroris.²² Selain itu, hubungan internasional juga merupakan hubungan yang dilakukan oleh bangsa-bangsa atau

²² Paul R. Viotti, Mark V. Kauppi, 1999. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism and Beyond*, third edition. New York

negara-negara, atau merupakan suatu hubungan bersifat global yang meliputi seluruh hubungan yang terjadi melewati dan melampaui suatu batas-batas kenegaraan. Dalam hubungan internasional, terdapat banyak pendekatan untuk menjelaskan suatu fenomena.

Penulisan kali ini menggunakan pendekatan **Pluralisme** yang menyatakan bahwa aktor-aktor hubungan internasional tidak saja aktor negara melainkan pula non negara. Jika realisme berasumsi bahwa negara ada secara independent dan memiliki kepentingan sendiri, pluralisme menawarkan konsep *complex interdependence*.²³ *Complex Interdependence* adalah kritikan atas pandangan kaum realis atau neorealist mengenai tatanan internasional yang anarki. *Complex Interdependence* lebih bersifat dekat dengan realitas yang ada daripada realis. Lebih menekankan pada dunia yang diisi oleh aktor-aktor lain selain negara yang dapat berpartisipasi secara langsung dalam politik dunia, dan juga ketika force tidak lagi menjadi instrumen yang efektif dalam pembuatan kebijakan. *Complex Interdependence* bisa diumpamakan seperti jaring laba-laba, yang dikarakterkan sebagai jaringan yang banyak antara banyak aktor dimana tidak terdapat hirarki dalam isu yang ada. Kaum pluralisme memandang hubungan internasional tidak hanya terbatas pada hubungan antar negara saja tapi juga merupakan hubungan antara individu dan kelompok kepentingan dimana negara tidak selalu sebagai aktor utama dan aktor tunggal.

²³ <http://doelzone.blogspot.co.id/2012/11/complex-interdependence.html> diakses pada 17 Februari 2017

Pluralisme juga menekankan bahwa aktivitas internasional tidak hanya melulu tentang tingkah-laku negara akan tetapi juga tingkah laku aktor lain. Kepentingan negara juga bukan hanya soal keamanan dan power. Pluralisme memiliki empat asumsi utama, yaitu aktor non negara memiliki peran penting dalam politik internasional seperti MNCs, kelompok dan individu, negara bukan aktor tunggal karena kelompok kepentingan, birokrasi dan sejumlah aktor lainnya pun turut andil dalam pembuatan keputusan. Pluralisme juga memperhatikan isu-isu lainnya seperti ekonomi, sosial, lingkungan yang muncul bersamaan dengan berkembangnya interpedensi antar negara dan masyarakat.²⁴ Meski menekankan pada aktor ekonomi namun mereka tidak mengesampingkan internasional aktor lainnya. Misalnya gerakan religius, gerakan nasional dan lain lain, mereka tidak bertindak atas nama negara seperti yang diasumsikan realisme.²⁵

Sebagai sebuah bidang kajian, **Komunikasi Internasional** memfokuskan perhatian pada keseluruhan proses data dan informasi mengalir melalui batas-batas negara. Subjek yang ditelaah bukanlah sekedar arus itu saja, melainkan juga struktur arus yang terbentuk, aktor-aktor yang terlibat di dalamnya, sarana yang digunakan, efek yang ditimbulkan, serta motivasi yang mendasarinya. Komunikasi Internasional adalah komunikasi yang dilakukan oleh komunikator yang mewakili suatu negara untuk menyampaikan sebuah pesan-pesan yang berkaitan dengan

²⁴ Paul R. Viotti, Mark V. Kauppi, 1999. *International Relations Theory: Realism , Pluralism, Globalism and Beyond*, third edition. New York

²⁵ <http://tipsmotivasihidup.blogspot.co.id/2013/10/ralisme-pluralisme-dan-strukturalisme.html> diakses pada 27 Januari 2017

kepentingan negaranya kepada komunikan yang mewakili negara lainnya.²⁶ Letak perbedaan antara hubungan internasional dan komunikasi internasional yaitu pada sifat kecenderungan saling mempengaruhi, dimana ide suatu negara, kepentingan, kehendak dan upaya menguasai pikiran negara lain yang ditransfer dalam bentuk kemasan komunikasi dengan berbagai macam *device* dan motivasi.

Dalam komunikasi internasional kecenderungan interaksi lebih dipengaruhi oleh kebijaksanaan negara dalam memenuhi kepentingan negara tersebut. Bahkan wujud komunikasi antar bangsa lebih memicu kepada hubungan politik yang dikembangkan ke hubungan bidang-bidang lainnya. Pendekatan yang digunakan bersifat makro, dengan aktor-aktor non-individual sebagai unit analisa, dan dekat dengan wilayah disiplin ilmu hubungan internasional atau ekonomi politik internasional.

Perubahan tradisi komunikasi pada abad ke-21 ini ditandai sebagai era internet. Pada era ini, dunia dihadapkan dengan banyak kontradiksi, kesadaran umat manusia dibangkitkan dengan maraknya komunikasi global yang disalurkan melalui media sosial. Menurut Chris Brogan, **media sosial** adalah satu set komunikasi baru dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa.²⁷ Media sosial digital mampu menjangkau semua orang yang semula hanya mampu menjangkau khalayak terbatas. Dalam media sosial, masyarakat memiliki kesempatan untuk berekspresi dan berpartisipasi dalam

²⁶ Deddy Djamaluddin Malik. 1993. Komunikasi Internasional. Bandung: Remaja Rosdakarya

²⁷ Chris Brogan. 2010. Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online. United States: Wiley. Hlm 11

sebuah dialog melalui media virtual yang sama. Alasan masyarakat memanfaatkan media sosial adalah untuk interaksi dan koneksi dengan orang-orang dari latar belakang yang berbeda. Dampak integrasi antara media baru dan globalisasi informasi dapat diringkas dalam lima efek yaitu dunia yang semakin mengerut, padatnya ruang dan waktu, tingginya frekuensi interaksi masyarakat dalam berbagai aspek yang berbeda, konetivitas global dan kerja sama, serta persaingan global dan lokal yang sangat ketat.²⁸

Komunikasi global yang dipraktikkan dalam menjalin hubungan internasional pada abad sekarang ini telah menimbulkan banyak dampak di bidang teknologi, sosial, budaya, serta politik dan ekonomi tak terkecuali aliansi dan konglomerasi.²⁹ Media baru khususnya media sosial seperti *Facebook*, *blog*, *Youtube*, *Twitter*, *Instagram* dan lainnya telah memungkinkan orang dari setiap sudut dunia untuk menyatakan eksistensinya dengan cara tertentu dan selamanya terhubung dengan dunia maya. Banyaknya media sosial baru secara langsung memberikan pengaruh positif atau negatif terhadap perkembangan hubungan lintas budaya dalam masyarakat virtual melalui jaringan koneksi personal.³⁰ Pada umumnya, budaya dan pariwisata saling terkait di mana seringkali sebuah kebudayaan tersebutlah yang

²⁸ Gou-Ming Chen dan Starosta, W.J. 2010. *New Media and Cultural Identity in the Global Society*

²⁹ Majid Tehrani. 2013. *Global Communication and International Relation: Changing Paradigm and Policy*

³⁰ D.M. Boyd dan Ellison, N.B. 2007. *Social Network Sites: Definiton, History and Scholarship*, *Journal of Computer-Mediated Communication*

membentuk pariwisata dan korelasi itu disempurnakan oleh kehadiran media sosial dengan segala perannya.

Media sosial adalah wadah masyarakat untuk saling berbagi ide dan bekerjasama untuk menciptakan kreatifitas, perdebatan, menambah teman baru, bahkan membangun sebuah komunitas. Media sosial dipakai secara luas oleh hampir semua kalangan masyarakat, mulai dari pemerintah, perusahaan swasta bahkan individu karena keunggulannya sebagai salah satu cara berkomunikasi yang efektif dan efisien. Peran media dalam hubungan internasional sangatlah penting mengenai kemampuan media dalam menyampaikan citra suatu negara.

Pasca perang dingin, dinamika hubungan internasional menjadi kontemporer. Dimana munculnya isu-isu baru yang secara signifikan telah mengubah dunia satu dasawarsa terakhir ini. Salah satu isu yang muncul adalah globalisasi, regionalisme, dan internasionalisasi isu-isu lokal. Sejalan dengan perubahan tersebut, perubahan juga terjadi pada aktor internasional lainnya, hal ini terlihat dengan munculnya internasional governmental organization dan non-governmental organization. Interaksi yang dihasilkan keduanya juga semakin rumit, karena keterkaitan mereka dalam beragam isi yang begitu luas, salah satunya adalah pariwisata.³¹ Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.³² Jadi, dari pengertian tersebut wisata itu mengandung

³¹ Perwita, Banyu A.A; Yani, Mochamad. 2005. Pengantar Ilmu Hubungan Internasional. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

³² Ismayanti. 2011. Pengantar Pariwisata. Jakarta: Grasindo

unsur-unsur; kegiatan perjalanan, dilakukan secara sukarela, bersifat sementara, dan perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Agar sebuah objek wisata dan tujuan wisata (ODTW) suatu daerah dapat diketahui oleh calon wisatawan, dibutuhkan adanya **promosi** untuk dapat menyampaikan hal-hal yang belum diketahui oleh para calon wisatawan tersebut. Promosi yang dilakukan disini bisa dengan berbagai cara, mulai dari media massa, internet, buku dan juga dari mulut ke mulut. Menurut Saladin, promosi adalah suatu komunikasi informasi diantara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan menginginkan produk tersebut.³³ Promosi pariwisata yang dimaksud adalah kampanye dan propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara berlanjut. Promosi ini ditujukan kepada masyarakat dalam negeri dan luar negeri. Promosi ke dalam negeri bermaksud dan bertujuan menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga industri pariwisata di negeri ini memperoleh dukungan. Promosi ke luar negeri ditujukan kepada dunia luar dimana kampanye penerangan ini benar-benar mengandung berbagai fasilitas dan atraksi yang unik dan menarik yang dapat disajikan kepada sang wisatawan.

³³ Djaslim Saladin. 2002. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung

Adapun komunikasi dalam kegiatan promosi dapat dibagi dalam tiga bagian penting, yaitu; harus ada komunikator yang bertindak sebagai pengirim, harus ada penerima yang akan menerima berita dari komunikator, harus ada alat untuk menyampaikan berita yang berupa channel yang bertindak sebagai media saluran berita. Pemerintah ataupun produsen perusahaan-perusahaan industri pariwisata yang bekerjasama dengan tourist organization lainnya sebagai komunikator. Mereka yang bertanggung jawab terhadap pemasaran produk yang dihasilkan industri pariwisata di daerah. Selain itu, mereka juga harus merumuskan berita yang akan disampaikan kepada calon konsumen atau penerima. Untuk itu pula perlu direncanakan pembuatan bahan promosi yang baik agar kesan terhadap produk yang dihasilkan memenuhi keinginan konsumen yang diharapkan akan membelinya atau mengunjungi suatu daerah tujuan.³⁴ Promosi dapat dilakukan terhadap orang-orang yang berpengaruh atas pengambilan keputusan seperti politisi, artis dan bermacam- macam tokoh umum nasional maupun internasional yang pernah mengunjungi suatu atraksi atau obyek wisata.³⁵ Seringnya juga terdapat tokoh-tokoh yang menarik, seperti artis-artis terkenal dalam suatu daerah pariwisata akan membuat daerah pariwisata yang bersangkutan menjadi lebih menarik.

³⁴ R. G. Soekadijo .2000. Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Systematic Linkage, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

³⁵ Nyoman Pendit S. 1999. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana, Jakarta: Pradnya Paramita.

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Data yang digunakan adalah data-data primer dan sekunder. Data primer dilakukan melalui wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan NTB dan Badan Promosi Pariwisata NTB, Lalu M. Faozan dan Kepala Badan Promosi Pariwisata Daerah NTB, Affan Ahmad.. Selain itu, data-data sekunder diperoleh melalui dokumen dan studi kepustakaan, yaitu dari berbagai literatur dokumen-dokumen tertulis baik berupa *text book*, jurnal, surat kabar, majalah, dan juga dari internet. Penulis juga menggunakan materi dari audio visual seperti foto dan video sebagai data untuk membantu pengumpulan data.

1.7 Sistematika Pembahasan

Penulisan ini dibagi ke dalam lima bab. Bab pertama membahas pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, dan sistematika pembahasan. Pada bab kedua, penulis mendeskripsikan Lombok sebagai daerah wisata baru, yang terdiri dari wisata alam, kesenian dan kebudayaan masyarakat, dunia kuliner serta keunggulan kompetitif yang dimiliki Lombok. Pada bab ketiga, penulis membahas aktor-aktor pendukung pariwisata Lombok yang terdiri dari pemerintah daerah didukung oleh Badan Promosi Pariwisata Lombok, organisasi-organisasi kepariwisataan dan pihak swasta. Pada bab keempat penulis menganalisis upaya-upaya komunikasi internasional pemerintah daerah NTB dalam meningkatkan

pariwisata Lombok yang berisi promosi wisata melalui media, mengikuti beberapa pameran dan mengadakan acara-acara tahunan. Pada bab kelima adalah kesimpulan dan saran.