

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Literatur Review

Dalam menganalisis bagaimana implementasi pemerintah Pulau Morotai untuk memperkenalkan Pulau Morotai sebagai destinasi wisata internasional, penulis mencoba untuk mengumpulkan beberapa informasi dari penelitian sebelumnya yang masih relevan untuk mendukung penelitian ini. Ada beberapa literatur review yang akan membantu penulis dalam penulisan ini, karena dalam sebuah karya tulis ilmiah terutama skripsi ini tidak ada yang bersifat asli yang benar-benar baru dihasilkan oleh penulis.

Literatur review pertama merupakan jurnal yang berjudul *“Promosi pariwisata melalui digital diplomasi : Upaya Internasionalisasi Pariwisata Daerah”*. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan bahwa dalam konteks otonomi daerah Pemerintah Daerah juga memiliki kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan atau aktivitas internasional agar dapat mengembangkan potensi daerah yang dimiliki. Melalui diplomasi digital, dapat memudahkan pemerintah daerah untuk melakukan promosi daerah didunia internasional, terutama pariwisata. Adapun temuan dalam jurnal ini menunjukkan bahwa pemerintah Daerah melakukan diplomasi digital dengan melakukan memanfaatkan media sosial, dan website dalam menginformasikan berbagai kegiatan dan potensi pariwisata daerah. Diplomasi digital yang dilakukan oleh pemerintah ini mempunyai tujuan agar mampu meningkatkan minat wisatawan domestik maupun luar negeri untuk berkunjung ke daerahnya (Faturachman Alputra Sudirman et al., 2020).

Kedua, dalam penelitian yang berjudul ***“Diplomasi Digital Indonesia Dalam Memperkenalkan Destinasi Pariwisata 10 Bali Baru”***. Dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa diplomasi digital adalah sebagai upaya diplomasi yang dilakukan diplomat dengan menggunakan instrumen digital. Diplomasi digital ini berkaitan dengan praktek diplomasi yang menggunakan teknologi yang berbasis jaringan dan digital. Dalam hal itu diplomasi digital pun tidak hanya dilakukan oleh pemerintah yang sebagai aktor Negara, melainkan juga masyarakat sebagai aktor non-Negara. Berkaitan dengan hal ini, Diplomasi Digital merupakan suatu instrumen yang juga berkembang dalam kerangka konsep Diplomasi Publik. Dalam penelitian ini berisi tentang digital diplomasi yang dilakukan mempunyai keberhasilan dalam memperkenalkan 10 Bali Baru, dengan menggunakan media sosial dan bantuan dari masyarakat melalui media sosial telah berhasil untuk menarik wisatawan mancanegara. Walaupun target pemerintah untuk mencapai 20 juta pengunjung tidak terealisasikan karena adanya bencana alam di Indonesia pada saat itu, namun kenaikan persentasi dapat terlihat signifikan dalam 5 tahun terakhir (Hajrillah, 2020).

Ketiga, Jurnal yang berjudul ***“Diplomasi Indonesia melalui Kampanye Wonderful Indonesia dalam meningkatkan pariwisata Indonesia di dunia internasional tahun 2011-2015”*** dalam jurnal tersebut membahas tentang diplomasi Indonesia melalui kampanye Wonderful Indonesia untuk meningkatkan sektor pariwisata Indonesia dalam ranah global. Jurnal tersebut mengatakan bahwa salah satu upaya pemerintah Indonesia untuk meningkatkan sektor pariwisata yaitu dengan meluncurkan branding negara guna mengiklankan pariwisata Indonesia. Dalam jurnal ini menunjukkan bagaimana diplomasi

Indonesia melibatkan banyak pihak untuk mempromosikan sektor pariwisata melalui kampanye Wonderful Indonesia. Indonesia sebagai Negara dengan keragaman hayati serta merupakan kepulauan terbesar di dunia, menjadikan promosi adalah prioritas pemerintah Indonesia untuk menunjukkan kepada dunia bahwa Indonesia memiliki banyak tujuan yang mendukung sektor pariwisata dan menciptakan citra Indonesia kepada dunia Internasional (Gusti Idriasih, 2016).

Keempat, jurnal yang berjudul *“Prospek Pariwisata Pulau Morotai”*. Dalam jurnal tersebut mengatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan salah satu bagian dari pembangunan ekonomi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara. Sasaran atau tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerah tersebut. Pengembangan pariwisata dalam suatu daerah yang menjadi objek atau kawasan pariwisata perlu memperhatikan potensi daerahnya, yang mana jika makin banyak potensi pariwisata yang ada pada suatu daerah itu, maka makin layak daerah itu dikembangkan menjadi tujuan wisata. Pengembangan potensi daerah dapat dilihat dari aspek sosial, budaya, dan alam. Disamping itu, dalam pengembangan pariwisata disuatu daerah harus menciptakan keunggulan komparatif, apalagi daerah yang dikembangkan termasuk kategori pemula. Pariwisata merupakan destinasi dimana wisatawan mancanegara maupun domestik melakukan rangkaian kegiatan secara langsung dan menjadi salah satu primadona bagi negara untuk meningkatkan sumber pendapatannya di luar migas dan pajak. Saat ini Indonesia sebagai negara berkembang di bidang pariwisata mulai mempromosikan negaranya agar menarik mata dunia. Morotai merupakan salah satu daerah yang memiliki nilai jual dalam bidang pariwisata

yang berkaitan dengannya, pemerintah pusat menjadikan Morotai sebagai daerah tujuan wisata. Destinasi wisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan asing dan domestik yang bersentuhan langsung dan melibatkan masyarakat sehingga membawa dampak ekonomi bagi masyarakat setempat (Nurdin Natan, 2016).

Kelima, jurnal yang berjudul ***“E-Diplomacy Sebagai Sarana Promosi Potensi Daerah Kepada Dunia Internasional”***. Dalam jurnal tersebut mengatakan bahwa di era global sekarang ini, setiap negara memiliki perbatasan dengan aktor lain dalam hal hubungan internasional. Dengan meningkatnya peran aktor non-negara ini membuat diplomasi baru, salah satunya adalah *E-Diplomacy* atau yang dikenal dengan diplomasi digital. Yang mana setiap pemerintah daerah di Indonesia memiliki kesempatan untuk membuat situs web mereka untuk mempromosikan semua potensi yang dimiliki daerahnya, terutama yang mempunyai peluang untuk menjalin kerjasama dengan semua aktor internasional. Hal ini merupakan salah satu yang penting untuk mendukung brandin h negara.

Keenam, dalam buku ***“Diplomasi Publik Digital”*** yang dikemukakan oleh Iva Rachmawati, Machya Astuti Dewi, dan Erna Kurniawati. Dalam buku ini mengatakan bahwa Diplomasi Publik Digital merupakan konsep dalam diplomasi publik yang menandai peran penting suatu teknologi digital. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sekarang ini membuat semua negara mempraktekkan diplomasi melalui teknologi digital dan juga mengembangkan diplomasi publik melalui media sosial dan atau paltform digital lainnya. Tidak saja institusi yang menjadi penyelernggara diplomasi publik digital ini, namun individu atau para

diplomasi juga aktif dalam mengelola media sosial mereka masing-masing untuk mempromosikan kepentingan luar nasionalnya.

Ketujuh, dalam buku yang berjudul *“Diplomasi Digital dan Kebijakan Luar Negeri Indonesia”*. Dalam buku tersebut menjelaskan bahwa perkembangan media sosial yang sedemikian pesat ini sangat menguntungkan bagi masa depan hubungan internasional, khususnya di dunia diplomasi. Indonesia pun tengah berusaha beradaptasi dengan perubahan pola hubungan antarnegara di dunia maya, sehingga Kementerian Luar Negeri RI melakukan berbagai penyesuaian secara struktural, antara lain dengan membentuk Direktorat Jenderal yang menangani diplomasi digital. Dalam perubahan itu memaksa para diplomat Indonesia bukan hanya harus menguasai substansi pekerjaan tetapi juga teknologi informasi terutamanya media sosial, dengan memiliki akun media sosial baik secara pribadi maupun kedinasan. Karena pada saat sekarang ini Diplomasi Digital dapat memberikan berbagai manfaat untuk masyarakat luas, seperti memerangi ekstremisme, mendorong inovasi, memberdayakan dan melindungi masyarakat, serta pembangunan ekonomi kawasan. Yang mana saat ini persaingan antarnegara di dunia untuk menarik wisatawan, investasi, dan juga peluang- peluang bisnis lainnya semakin sengit. Kemampuan dan inovasi dalam sektor diplomasi juga menjadi salah satu faktor yang krusial untuk dapat memenangkan persaingan global.

Kedelapan, dalam buku yang diterbitkan oleh Widina Bhakti Persada Bandung, yang berjudul *”Promosi Pariwisata Daerah”*. Mengatakan pentingnya teknologi informasi dan komunikasi sebagai suatu pendorong dalam industri pariwisata, terutama dalam hal promosi pariwisata. Selama beberapa tahun

terakhir terdapat peningkatan digitalisasi berbentuk perangkat lunak aplikasi dalam pariwisata dan berbagai rangkaian perubahannya, karena adanya internet yang menjadi media sumber informasi utama bagi wisatawan dan pemerintah setempat sebagai penyedia layanan pariwisata (Nasrullah, Purwanti Dyah Pramanik, Supiah Ningsih, 2021). Salah satu hal yang menguntungkan adalah integrasi sistem aplikasi yang menjadi daya saing bagi pemerintah daerah, pusat, maupun mancanegara. Tidak bisa dipungkiri bahwa persaingan antar negara untuk menjadi tempat tujuan wisata semakin terlihat dengan berkembangnya e-tourism ini, atau promosi melalui digital.

Kesembilan, dalam buku ***“Memahami Diplomasi Digital : Implikasi dan Implementasi”*** Oleh penulis Habibah Hermanadi dan Nitya Saputri Rizal. Dalam buku tersebut mengakui bahwa tidak dapat dipungkiri lagi bahwa adanya revolusi teknologi saat ini dapat mengubah praktik diplomasi. Kemunculan media sosial pun dikatakan sebagai tantangan bagi praktik diplomasi lama. Dalam konteks ini, kemunculan media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, dan WhatsApp, menjadi fitur utama bagi transformasi tersebut. Mengikuti arus kemajuan teknologi, cara berbagai negara dalam melakukan diplomasi pun berkembang. Salah satunya diplomasi digital yang saat ini sangat memberikan dampak yang besar dalam berdiplomasi (Bjola C, 2015). Perubahan besar diplomasi digital adalah laju perkembangan yang lebih intensif, dengan adanya reaksi yang cepat terhadap perkembangan diplomasi digital hal tersebut juga mengubah relasi antara pemerintah, masyarakat, media, serta aktor-aktor yang terlibat.

Kesepuluh, penelitian yang berjudul “*Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital : Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia*”. Dalam penelitian tersebut juga mengatakan bahwa revolusi digital yang ditandai berbagai platform media sosial pada masa sekarang ini telah mengubah pola interaksi dalam hubungan internasional, namun hal tersebut juga dapat memudahkan aktor-aktor hubungan internasional. Di era digital saat ini, strategi suatu negara untuk melakukan diplomasi digital tentu akan membawa dampak terhadap pencapaian kepentingan nasional ditingkat global.

Kesebelas, dalam jurnal “*Analisis Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI*” juga mengatakan bahwa perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang terus meningkat sehingga membuat jumlah pengguna internet yang juga semakin tinggi diseluruh dunia setiap tahunnya, tak terkecuali di Indonesia. Dengan meningkatnya penggunaan internet menjadi peluang besar bagi para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan promosi begitu juga dengan pemerintah Indonesia yaitu Kementerian Pariwisata yang berupaya mempromosikan Pariwisata Indonesia melalui berbagai jenis media. Hal ini menjadikan media sosial sebagai salah satu alat promosi yang efektif.

## **2.2 Kerangka Teoritis/Konseptual**

Untuk mempermudah dalam melakukan proses penelitian, kerangka penelitian harus ditinjau dengan memperkuat argumen atas analisa yang berpacu pada landasan dasar juga analisa penulis. Sehingga untuk menganalisis masalah yang diangkat, penulis mencoba memaparkan landasan teori terkemuka dari

permasalahan yang sedang diangkat sehingga korelasinya mampu menghasilkan teori yang relevan. Maka penulis memaparkan teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan adanya landasan teori diharapkan dapat digunakan sebagai dasar yang kuat untuk mengangkat permasalahan dalam penelitian ini.

### **2.2.1 Hubungan Internasional**

Hubungan Internasional merupakan interaksi yang dilakukan oleh warga negara baik dilakukan oleh aktor pemerintah maupun individu. Didalam ranah hubungan internasional ini bisa membahas mengenai semua hal yang menjadi ranah internasional termasuk juga perdagangan internasional, pertukaran budaya, komunikasi, pariwisata serta perkembangan nilai-nilai dan etika internasional.

Menurut **Anak Agung Banyu Perwita** dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Hubungan Internasional”, mengartikan hubungan internasional sebagai berikut:

**“Hubungan internasional dapat diartikan sebagai studi yang membahas interaksi antar berbagai aktor yang ikut dalam partisipasi politik internasional baik itu negara-negara, organisasi internasional, organisasi non-pemerintah, kesatuan sub-nasional semacam birokrasi serta pemerintah domestik dan individu-individu. Tujuan yang mendasar yaitu untuk mempelajari lebih rinci mengenai perilaku internasional (negara ataupun non-negara). Perilaku tersebut dapat membentuk sebuah kerjasama, membentuk aliansi, perang, konflik maupun interaksi dalam organisasi internasional.”** (Dr. Anak Agung Banyu Perwita, 2014).



Dalam hubungan internasional tidak hanya membahas mengenai satu aspek saja, tetapi juga membahas dan mencakup seluruh aspek dengan melalui interaksi yang dibangun baik itu membahas mengenai politik, sosial, ekonomi, budaya, kesehatan, keamanan nasional, lingkungan hingga pariwisata serta pertukaran budaya. Selain itu, aktor yang dapat berperan dan mempengaruhi dalam hubungan internasional sangat luas, mulai dari individu, kelompok, sampai negara itu sendiri. Dengan begitu Pemerintah Daerah Pulau Morotai berhak untuk melakukan internasionalisasi pariwisata daerahnya, dalam hal itu Pemerintah Daerah Pulau Morotai mewujudkan hal tersebut dengan melakukan promosi pariwisata melalui *digital diplomacy*.

### **2.2.2 Diplomasi**

Diplomasi secara teori yaitu praktek pelaksanaan hubungan antarnegara melalui perwakilan resmi. Diplomasi sendiri merupakan teknik operasional untuk mencapai kepentingan nasional di luar wilayah yurisdiksi suatu negara. Diplomasi dilakukan oleh Indonesia dengan tujuan untuk mendapatkan pengakuan internasional sebagai negara yang berdaulat. Strategi diplomasi Indonesia dalam sejarahnya tidak berdiri sendiri. Diplomasi Indonesia adalah cara pelaksanaan politik luar negeri dengan landasan konstitusionalnya pada Pembukaan UUD (Undang – Undang Dasar) 1945.

Berikut ini dipaparkan beberapa definisi tentang diplomasi menurut kamus dan para ahli (Asep Setiawan, 2016) :

1. Menurut “Random House Dictionary” diplomasi diartikan sebagai “Tindakan pejabat pemerintah untuk mengadakan perundingan-perundingan dan

hubungan lainnya antara negara-negara; seni atau pengetahuan untuk melakukan perundingan-perundingan tersebut; kepandaian untuk mengatur atau melakukan perundingan, serta menghadapi orang-orang”;

2. Menurut Sir Ernest Satow, diplomasi adalah penggunaan dari kecerdasan dan kebijaksanaan untuk melakukan hubungan resmi antar pemerintah negara-negara merdeka dan dilakukan dengan cara damai;
3. Menurut Harold Nicholson, diplomasi manajemen hubungan internasional sebagai alat negosiasi yang dilakukan oleh duta besar;
4. Menurut Ian Brownlie, diplomasi merupakan setiap cara yang diambil untuk mengadakan dan membina hubungan dan berkomunikasi satu sama lain atau melaksanakan transaksi politik maupun hukum yang dilakukan oleh wakil-wakil yang mendapat otorisasi;
5. Menurut R.P. Barston, diplomasi itu menyangkut pengelolaan dari hubungan-hubungan antar negara dengan cara negosiasi dengan negara lain;
6. Menurut Ivo D. Duchacek, diplomasi didefinisikan sebagai praktik pelaksanaan politik luar negeri suatu negara dengan cara negosiasi dengan negara lain;
7. Menurut Hans J. Morgenthau, diplomasi adalah promosi kepentingan nasional dengan cara damai.

Dari beberapa definisi di atas, peneliti menarik sebuah kesimpulan bahwa diplomasi adalah metode atau cara untuk memengaruhi keputusan dan perilaku pemerintah dan masyarakat melalui dialog, negosiasi, dan tindakan sejenis dengan cara damai.

### 2.2.3 Diplomasi Publik

Konsep diplomasi publik dapat diartikan sebagai proses komunikasi pemerintah terhadap warga mancanegara yang bertujuan untuk memberikan pengertian atas Negara, sikap, institusi, kepentingan nasional, budaya, dan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negaranya (Mark Leonard, 2009). Jang Wang mengatakan bahwa diplomasi publik ini merupakan suatu perbuatan untuk memperbesar kualitas komunikasi antar Negara untuk publik (Jay Wang, 2022). Diplomasi publik juga mensyaratkan kemampuan komunikasi karena adanya perubahan sikap publik. Di era informasi ini, pendapat publik bisa secara efektif mempengaruhi tindakan pemerintah. Karakteristik internasional juga mengoptimalkan berbagai permasalahan domestik dan luar negeri. Dengan begitu, diplomasi publik dapat mengoptimalkan aktivitas komunikasi, yaitu dengan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi.

Namun dengan perkembangan zaman, perubahan terjadi dalam konseptualisasi dan praktek diplomasi publik, yang mana menjadi menggunakan *platform* media sosial pada abad ke-21. Dengan lahirnya diplomasi publik baru yang dihasilkan dari kebutuhan untuk bersaing dengan ekologi media yang ditransformasi dengan ditandai oleh fragmentasi audiens ke dalam jaringan internet (Corneliu Bjola, 2015). Diplomasi publik baru menyarankan kementerian luar negeri untuk memasukkan platform media sosial kedalam praktik diplomasi publik dengan memanfaatkan keunggulan. Diplomasi publik baru pun berkembang menjadi diplomasi digital.

#### 2.2.4 Diplomasi Digital

Definisi diplomasi digital adalah penggunaan media sosial dengan tujuan diplomatik, dan dapat merubah praktik diplomat dengan melibatkan diplomasi publi, manajemen informasi, negosiasi internasional, strategi perencanaan, dan bahkan manajemen krisis (Corneliu Bjola, 2015).

Secara konseptual, diplomasi digital digunakan dengan istilah lain yaitu *E-Diplomacy* dengan target yang dikhususkan untuk media online. Diplomasi digital sejauh ini disajikan dengan penggunaan internet dan teknologi informasi untuk melaksanakan tujuan diplomatik serta dapat memecahkan masalah kebijakan luar negeri. Namun, saat ini diplomasi digital harus dapat dipahami dan digunakan sebagai praktik dari soft power dan konsep diplomasi publik (Corneliu Bjola, 2015). Karena dalam hal penggunaan media sosial sebagai alat pendukung kegiatan diplomasi publik, contohnya instagram, facebook, dan Youtube yang dianggap mampu menjalin hubungan dengan publik secara luas.

Perkembangan media sosial yang sedemikian pesat sangat menguntungkan bagi masa depan Hubungan Internasional, khususnya dunia diplomasi. Diplomasi sendiri juga dapat menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi baru, dan dapat menimbulkan solusi bagi tantangan global. Saat ini media sosial tidak diragukan lagi karena telah mengubah perilaku komunitas internasional menjadi saluran komunikasi diplomatik dan juga mengubah praktik diplomasi. Saat ini diplomasi digital juga sudah melengkapi sarana kebijakan politik luar negeri, serta mempunyai instrumen yang inovatif dan diadaptasi sepenuhnya dengan memanfaatkan jaringan dan teknologi (Effendi, 2008). Kementerian luar negeri dan Kedutaan pun telah menjadi bagian dari berbagai jejaring sosial online, yang

mana menjadi tempat informasi dikumpulkan, dianalisis, dan disebarluaskan. Pada dasarnya, diplomasi digital telah membawa perubahan perilaku diplomasi tradisional. Hal itu menegaskan bahwa adanya perubahan baik dalam struktur serta proses di kementerian luar negeri, bahkan perubahan teknologi informasi dan komunikasi membuat penyebaran informasi menjadi cepat dan luas. Dari hal tersebut cara pemerintah berinteraksi menjadi lebih cepat dan dapat menjangkau lebih banyak hampir pada setiap bagian dunia (Humphrey Wangke, 2020).

Beberapa definisi tentang diplomasi akan dipaparkan berikut ini :

1. Menurut Holmes, diplomasi digital tidak sekedar penggunaan internet dalam memberikan atau memperoleh informasi, melainkan sebuah strategi mengelola perubahan melalui alat digital dan kolaborasi virtual dan juga alat untuk memperbaiki citra dan reputasinya dalam dunia internasional dan memperluas jaringan serta pengaruh (Kurniawati et al., 2020).
2. Menurut Bjola, diplomasi digital adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet untuk membantu aktor negara dan non-negara dalam pengelolaan dinamika internasional (Muhammad Fikry Anshori, 2020).
3. Menurut Holmes, diplomasi digital memiliki tiga komponen utama, yakni: (1) merujuk pada cara aktor terlibat dengan audiens luar dengan tujuan menyampaikan pesan atau citra tertentu, (2) berhubungan dengan aksesibilitas informasi sebagai sumber daya diplomasi, dan (3) merujuk pada aktivitas analisis data mengenai isu internasional. Lebih lanjut menurut Holmes, dalam diplomasi digital, aktor perlu memperoleh dan mengolah data untuk memantau berbagai dinamika internasional berdasarkan struktur politik atau opini publik (Muhammad Fikry Anshori, 2020).

Dalam penelitian ini penulis mengacu pada konsep diplomasi digital dimana ia tidak saja sebagai media menyampaikan informasi dan komunikasi, namun juga sebagai wadah untuk memperluas jaringan, baik domestik maupun internasional, serta dianggap mampu sebagai alat promosi.

### **2.2.5 Promosi**

Di bawah ini dipaparkan beberapa konsep menurut para ahli, sebagai berikut:

1. Menurut Tjiptono, promosi adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atau perusahaan dan juga produknya agar masyarakat bisa menerima, membeli dan juga loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau pengguna jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, hal itu dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi (Lupiyoadi, 2013). Sejalan dengan ini, Boyd juga mengemukakan bahwa promosi adalah upaya untuk membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan (Nyanyu Ully Aulina, 2021).
2. Swastha juga mengemukakan pengertian promosi sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Nyanyu Ully Aulina, 2021).

3. Sementara Saladin, mengungkapkan pengertian promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk mempengaruhi mereka untuk membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, perorangan atau periklanan. Dari beberapa definisi tentang promosi di atas, dapat disimpulkan bahwa kata kunci dari promosi adalah membujuk pihak lain untuk membeli barang atau jasa yang kita jual (Mita Sari Tolan, Frendy A. O. Pelleng, 2021).

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dalam kaitannya dengan pariwisata, promosi merupakan variabel khusus pemasaran guna menarik perhatian wisatawan potensial ke obyek wisata tertentu dan menikmati berbagai kegiatan yang dikelola dan dirancang dalam pariwisata. Promosi wisata adalah komunikasi dalam pemasaran pariwisata. Promosi wajib dilakukan dalam dunia pariwisata dengan tujuan untuk memberitahukan, membujuk, dan menarik minat konsumen atau wisatawan agar datang berkunjung ke daerah yang dipromosikan. Oleh karena itu promosi harus dilakukan menggunakan media komunikasi yang efektif, agar hasil yang diperoleh lebih memuaskan. Maka seiring perkembangan teknologi sekarang ini, cara dan pola promosi pun berkembang lebih cepat dan efektif melalui media yang bervariasi. Promosi wisata melalui media sosial sedang marak di era globalisasi informasi sekarang ini, hal ini tentunya harus dimanfaatkan dengan baik (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2019).

Dengan adanya digital diplomasi dalam suatu kegiatan promosi, menjadikan berbagai hambatan yang ada dalam kegiatan promosi itu dapat diatasi. Karena kementrian luar negeri dapat mengawasi kerja sama antara semua pemangku

kepentingan dalam proses promosi tersebut. Adapun dua tingkatan dalam hal diplomasi digital, yaitu kementrian luar negeri dan kedutaan di seluruh dunia. Selain itu, media sosial antara kementrian luar negeri dan pengikutnya memungkinkan ada interaksi dua arah, sehingga dapat memfasilitasi terciptanya hubungan jangka panjang. Pada akhirnya, tujuan dari diplomasi digital adalah alat yang penting dalam menggambarkan pengelolaan diplomasi karena publik yang mengunjungi akun media sosial suatu Negara sering mencari interaksi dan membuka saluran dialog.

Konsep digital diplomasi dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan apa saja cara yang dilakukan Pemerintah Daerah dalam upaya internasionalisasi pariwisata daerahnya melalui diplomasi digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni tentang promosi wisata yang dilakukan melalui diplomasi digital, dimana Pemerintah Daerah Pulau Morotai melakukan diplomasi secara online melalui media sosial yang ada (Twitter, Facebook, WhatsApp, Instagram, Tiktok, Youtube, dan lain-lain) dalam upaya internasionalisasi pariwisata daerahnya.

### **2.3 Hipotesis Penelitian**

Preposisi atau hipotesis penelitian adalah dugaan sementara dari sebuah penelitian terhadap fenomena yang terjadi. Dari uraian di atas, maka preposisi penelitian ini adalah *“Dengan adanya diplomasi digital yang dilakukan pemerintah Pulau Morotai guna menarik minat pengunjung dalam upaya internasionalisasi pariwisata daerah maka dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Morotai.”*



## 2.4 Verifikasi Variabel dan Indikator

Tabel 2.4 Verivikasi Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Verifikasi
<p><b>Variabel Bebas :</b></p> <p>1. Jika promosi pariwisata pulau Morotai melalui diplomasi digital dalam upaya internasionalisasi pariwisata daerahnya dilakukan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah daerah Pulau Morotai dan pemerintah pusat untuk mempromosikan pariwisata di Pulau Morotai</li> <li>2. Adanya promosi pariwisata melalui media sosial yang dilakukan pemerintah daerah guna menarik perhatian wisatawan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertemuan Bupati Pulau Morotai dengan Kementerian Luar Negeri mengenai kerjasama untuk promosi pariwisata Pulau Morotai.</li> <li>2. Presentasi Bupati Pulau Morotai tentang keunggulan, prestasi, dan keindahan Pulau Morotai kepada Kementerian Luar Negeri.</li> </ol> <p>Promosi pariwisata yang dilakukan melalui media sosial seperti <i>tiktok</i>, <i>instagram</i>, <i>youtube</i>, <i>twitter</i>, dll.  <a href="https://instagram.com/morotaiindonesia?igshid=YmMyMTA2M2">https://instagram.com/morotaiindonesia?igshid=YmMyMTA2M2</a>  <a href="https://vt.tiktok.com/ZSdyAhbsY/">https://vt.tiktok.com/ZSdyAhbsY/</a>  <a href="https://youtube.com/channel/UCHtnibZILkBCIB_hKLgQ-3A">https://youtube.com/channel/UCHtnibZILkBCIB_hKLgQ-3A</a>)</p>
<p><b>Variabel Terikat :</b></p> <p>1. Maka akan ada peningkatan wisatawan pulau Morotai baik wisatawan lokal maupun manca negara.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya peningkatan minat wisatawan domestik maupun manca negara untuk berkunjung ke Pulau Morotai</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Journal tentang prospek pariwisata Pulau Morotai oleh Nurdin Natan  <a href="https://media.neliti.com/media/publications/152455-ID-prospek-pariwisata-morotai.pdf">https://media.neliti.com/media/publications/152455-ID-prospek-pariwisata-morotai.pdf</a> )</li> </ol>

## 2.5 Skema dan Alur Penelitian

