

**UPAYA PEMERINTAH KOTA MAKASSAR DALAM  
MENGEMBANGKAN E-DIPLOMASI SEBAGAI SARANA PROMOSI  
PARIWISATA**



**SKRIPSI**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program**

**Studi Ilmu Hubungan Internasional**

**Oleh:**

**IRMA PUIYA**

**4512023003**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR**

**2017**

HALAMAN PENGESAHAN

**UPAYA PEMERINTAH KOTA MAKASSAR DALAM  
MENGEMBANGKAN E-DIPLOMASI SEBAGAI SARANA PROMOSI  
PARIWISATA**

IRMA PUIYA

45 12 023 003

Skripsi Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Zulkhair Burhan, S.Ip. M.A

  
Rosnani, S.Ip. M.A

Diketahui oleh:

  
Dekan, Universitas Bosowa

Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

  
Arief Wicaksono, S.Ip. M.A

  
Zulkhair Burhan, S.Ip. M.A

**HALAMAN PENERIMAAN**

Pada Hari Rabu, Tanggal Dua Puluh Tujuh September, Tahun Dua Ribu Tujuh Belas, Skripsi dengan Judul **"UPAYA PEMERINTAH KOTA MAKASSAR DALAM MENGEMBANGKAN E-DIPLOMASI SEBAGAI SARANA PROMOSI PARIWISATA"**,

Nama : IRMA PUIVA  
Nomor Induk : 45 12 023 003  
Jurusan : Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Sarjana Strata Satu (S-1) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bosowa Makassar.

Pengawas Umum :

  
Arief Wicaksono, S.Ip, M.A

Dekan Fisipol Universitas Bosowa

Panitia Ujian :

  
Arief Wicaksono, S.Ip, M.A

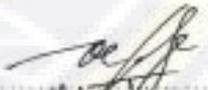
Ketua

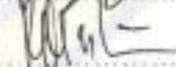
  
Zulkhair Burhan, S.Ip, M.A

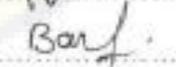
Sekretaris

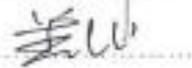
TIM Penguji :

1. Zulkhair Burhan, S.Ip, M.A
2. Rosnani, S.Ip, M.A
3. Beche BT.Mamma, S.Ip, M.A
4. Fivi Elvira Basri, S.Ip, M.A

 (.....)

 (.....)

 (.....)

 (.....)

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENERIMAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
D. Kerangka Konseptual .....	8
E. Metode Penelitian .....	11
1. Tipe Penelitian .....	11
2. Jenis dan Sumber Data .....	12
3. Teknik Pengumpulan Data .....	12
4. Teknik Analisis Data .....	13
F. Rancangan Sistematika Pembahasan .....	13

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 15**

- A. Perkembangan dan Manfaat Pariwisata ..... 15
- B. Sejarah E-diplomasi ..... 17
- C. Pemanfaatan E-diplomasi ..... 19

**BAB III GAMBARAN UMUM ..... 23**

- A. Tentang Kota Makassar ..... 23
  - 1. Sejarah Kota Makassar ..... 23
  - 2. Geografi Koata Makassar ..... 24
- B. Rencana Strategis Disparkref Kota Makassar ..... 24
- C. Smart City sebagai skema pembangunan kota Makassar ..... 33

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 35**

- A. Upaya Pemerintah Kota Makassar Dalam Mengembangkan E-Diplomasi Sebagai Sarana Promosi Pariwisata ..... 34
- B. Dampak Positif dari Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi Sebagai Promosi Pariwisata ..... 49

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 47**

- A. KESIMPULAN ..... 47
- B. SARAN ..... 48

**DAFTAR PUSTAKA ..... 49**

**LAMPIRAN ..... 51**

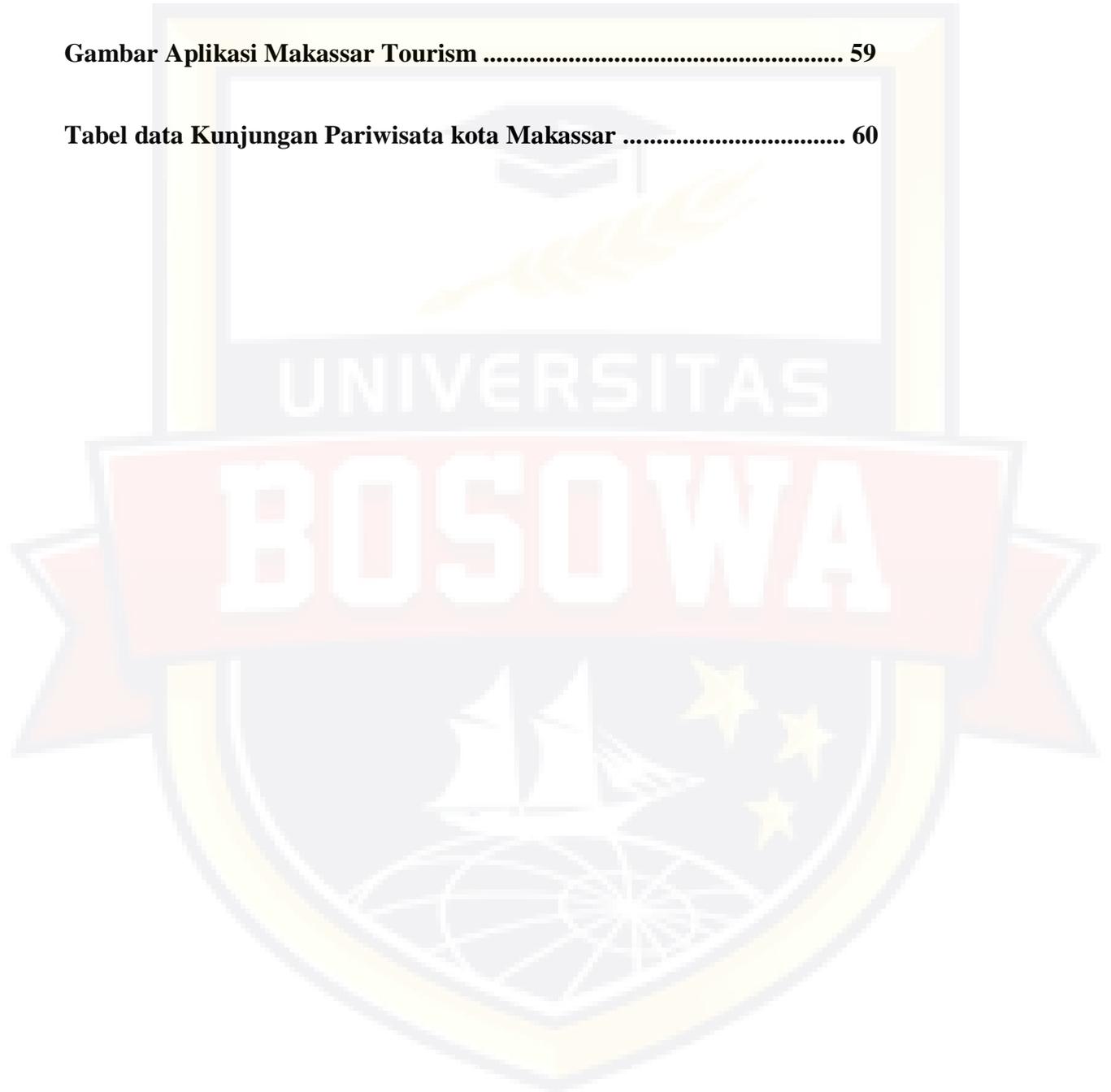
## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar Struktur Organisasi ..... 54

Tabel Tujuan, Sasaran, Strategi dan Kebijakan ..... 55

Gambar Aplikasi Makassar Tourism ..... 59

Tabel data Kunjungan Pariwisata kota Makassar ..... 60



## ABSTRAK

**IRMA PUIYA**, 4512023003, *Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana Promosi Pariwisata*. Dibawah Bimbingan **Zulhair Burhan S.ip, M.A** selaku Pembimbing I dan **Rosnani S.ip, M.A** selaku Pembimbing II, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Jurusan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bosowa Makassar.

Tujuan pengembangan sistem informasi berbasis digital atau internet ini adalah untuk mempromosikan wisata Kota Makassar Sulawesi Selatan. Sistem informasi berbasis Web atau Aplikasi adalah media yang memiliki unsur teks, gambar, video suara. Seperti media informasi lainnya, keberhasilan media ini juga ditentukan oleh keberhasilan penyampain pesan yang dibawanya. Dalam perancangan sistem informasi pariwisata berbasis web atau online di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar terdapat prosedur yang dilakukan untuk menggumpulkan data, yaitu dua jenis data berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer yang digunakan adalah observasi langsung dalam pengembangan dan promosi pariwisata berbasis online di kota Makassar. selain obserfasi juga dilakukan wawancara tak terstruktur, dimana wawancara secara sistematis. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah data mengenai pariwisata dan diplomasi dari buku, dan browsing di internet. Hasil rancangan sistem informasi pariwisata berbasis web atau online yang diharapkan mampu menjadi sebuah media yang dapat mempromosikan wisata kota makassar lebih dikenal oleh khalayak.

**Kata Kunci:** *Kota Makassar, Sistem Informasi Elektronik, Dinas Pariwisata, Web, Makassar Tourism.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

E-Diplomasi sendiri muncul ketika dunia semakin tanpa batas dengan teknologi internet. Beberapa pengambilan keputusan pada Negara-negara yang telah maju melihat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ini sebagai peluang untuk menyampaikan informasi secara efektif dan efisien baik kepada masyarakat lokal maupun internasional. Selain itu penggunaan E-Diplomasi yang semakin meluas juga dikarenakan tuntutan perkembangan masyarakat yang semakin kritis terhadap kebijakan Negara dan di dukung dengan tingkat penguasaan teknologi yang semakin tinggi. Dengan munculnya E-Diplomasi ini maka beberapa Negara maju di dunia yang telah memanfaatkan teknologi internet dengan baik dalam upaya membangun nilai tawar Negeranya.

Hal tersebut tidak hanya dilakukan oleh pemerintah pusat suatu Negara, melainkan oleh pemerintah lokal. Salah satu Negara yang sudah mulai melakukan atau menjalankan e-diplomasi itu sendiri adalah Negara Amerika. Dimana Negara amerika ini sendiri memanfaatkan e-diplomasi dengan tujuan mengelolah atau merespon berbagai informasi terbaru dari luar Negara yang berkaitan dengan kepentingan Amerika Serikat yang dilakukan di Dunia maya.

E-diplomasi secara aktif mengembangkan sejumlah teknologi yang memungkinkan komunitas diplomatik untuk berbagi dan memelihara kelembagaan pengetahuan. Adapun bentuk E-diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah amerika serikat yaitu adanya diplopedia, wiki dan mengelolah berbagai informasi, salah satunya adalah informasi pariwisata, contohnya seperti mereka mempromosikan perkebunan masyarakat untuk meningkatkan

departemen pertanian dan lain lain. Selain Amerika Serikat ada juga Negara lain yaitu Negara China. Dimana mereka juga melakukan hal yang sama dengan memanfaatkan teknologi internet mereka berlomba-lomba mempromosikan keunikan wisata yang ada baik itu wisata budaya dan memudahkan investasi untuk memacu pertumbuhan ekonominya.<sup>1</sup>

Fenomena ini sangat menarik dalam hubungan Internasional pada paruh abad kedua ini perjalanan Manusia antar Negara paling besar dilakukan untuk keperluan Pariwisata. Buruh murah yang disediakan Negara-negara itu menarik minat para Investor Perhotelan, yang menghadapi persoalan meningkatnya upah buruh dan biaya operasi di kota-kota besar, Negara-negara Industri sehingga Pariwisata meduduki tingkat kedua sesudah minyak sebagai penghasil devisa terbesar bagi dunia ketiga.<sup>2</sup>

Dilihat dari penjelasan di atas, Selain dari Dua Negara tersebut Negara Indonesia juga salah satu Negara yang mulai memanfaatkan teknologi internet dalam mengembangkan atau mempromosikan kegiatan pariwisata melalui digital atau internet dengan tema *wonderful Indonesia* atau Pesona Indonesia dalam meningkatkan pariwisata indonesia di dunia Internasional.<sup>3</sup>

Karena saat ini sektor pariwisata Indonesia merupakan salah satu sektor unggulan dalam perekonomian Nasional yang perlu dikembangkan dan tingkatkan. Kondisi seperti ini akan mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi Negara dengan event multiplayer. Oleh karena itu hal yang paling mendasar dan perlu diperhatikan adalah ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh masing-masing Stake Holders Industri Pariwisata, baik pada tingkat Nasional, Wilayah maupun Kawasan yang dikembangkannya.

---

<sup>1</sup> Tonny Dian Effendi “*e-diplomasi Pemerintah Daerah di Indonesia*” di post pada agustus 11, 2008.

<sup>2</sup> Dr. Mochtar Mas’oed “*Ekonomi-Politik Internasional dan Pembangunan*” penerbit Pustaka Pelajar , hal 193

<sup>3</sup>Gusti Idriasih “*Diplomasi Indonesia melalui kampanye Wonderful Indonesia dalam meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional*”.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataannya bahwa, Pembangunan Pariwisata perlu ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan usaha, meningkatkan penerimaan devisa serta memperkenalkan alam kebudayaan bangsa Indonesia. Selain itu pembangunan kepariwisataan harus tetap memperhatikan jumlah penduduk. Karena jumlah penduduk akan menjadi salah satu modal utama dalam pembangunan kepariwisataan pada masa sekarang dan akan datang, karena memiliki fungsi ganda, disamping sebagai aset sumber daya manusia, juga berfungsi sebagai sumber potensi wisatawan nusantara.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan suatu konsep atau rumusan perencanaan pengembangan kepariwisataan secara Nasional (RIPPNA), regional atau provinsi (RIPP-Provinsi), dan lokal kota serta kabupaten (RIPP-kota/kabupaten). Khusus di tingkat pemerintah kota Makassar, maka penyusunan induk pembangunan Pariwisata (RIPP) Kota Makassar merupakan penjabaran dari RIPPNAS dan RIPP Provinsi Sulawesi Selatan.

Pemerintah Kota Makassar menyatakan bahwa daerah yang mempunyai berbagai objek wisata yang potensial dan dilatar belakangi oleh kesadaran dan kemauan politik (Political Will). Agar lebih meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersumber dari sektor pariwisata dan dapat diciptakan pembangunan yang serasi dan seimbang antara semua sektor dengan tetap mengacu kepada Rencana Umum Tata Ruang Wilayah Kota Makassar, sehingga kedudukan RIPP kota Makassar menjadi acuan dalam perencanaan pariwisata yang lebih detail atau teknis.

Potensi pengembangan Sektor Pariwisata di kota Makassar mempunyai prospek yang cukup potensial karena mempunyai berbagai jenis obyek wisata seperti: wisata bahari, wisata kuliner, wisata sejarah serta seni budaya dan lain-lain. Agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan maka, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Makassar perlu melakukan promosi

wisata yang terdiri dari promosi dalam dan luar Negeri, seperti halnya menerbitkan booklet, membuat video atau audio, pemasangan berbagai iklan dan artikel majalah internasional, serta berpartisipasi didalam event-event regional, Nasional dan Internasional yang berkaitan dengan promosi Pariwisata Kota Makassar.

Untuk keberhasilan kepariwisataan Kota Makassar, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di harapkan dapat melaksanakan fungsi sebagai produsen sekaligus sebagai koordinator dari beberapa kepariwisataan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di kota Makassar dengan jalan promosi. Demikian pula terhadap promosi Pariwisata yang diadakan adalah untuk memberitahukan, membujuk atau mengingatkan, konsumen atau wisatawan supaya wisatawan yang bersangkutan mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke kota atau daerah yang telah di promosikan. Maka promosi harus dilakukan melalui media komunikasi yang efektif, sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbeda-beda.<sup>4</sup>

Pada kasus diatas, penulis menganggap bahwa perlu bagi kita untuk mengetahui “Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai Sarana Promosi Pariwisata” agar kita mampu untuk mengukur sejauh mana Upaya Pemerintah Kota Makassar tersebut terhadap Industri Pariwisata. Maka dengan alasan tersebutlah, peneliti ini berjudul: **Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-Diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata.**

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan mempertimbangkan keterbatasan penelitian, maka peneliti membatasi masalah pada Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam

---

<sup>4</sup> “Aktifitas promosi dinas kebudayaan dan pariwisata kota makassar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan” <http://www.mysciencework.com/publication/download>

Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana Promosi Pariwisata, dari mulai masa Pemerintahan Wali Kota terpilih pada saat ini.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya pemerintah kota makassar dalam mengembangkan E-Diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata?
2. Bagaimana dampak positif dari Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata.?

## C. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Penelitian ini bertujuan :

Untuk mengetahui dan menjelaskan Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata

2. Adapun kegunaan Penelitian ini adalah:

1. Secara umum pemerintah kota Makassar menjadikan ini sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk lebih memanfaatkan *E-diplomacy* sebagai wadah promosi pariwisata melalui teknologi informasi dan komunikasi.
2. Bagi pihak akademisi setidaknya bisa menjadi bahan telaah dan kajian lebih lanjut bahwa perkembangan diplomasi yang semakin mutakhir dengan majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, komunikasi dan informasi saat ini. Sebagai contoh misalnya *E-diplomacy* atau diplomasi internet yang banyak telah di lakukan di kota atau daerah yang mempunyai potensi-potensi yang ada dengan dukungan aktor dan non aktor.

## D. Kerangka Konseptual

Untuk memahami suatu fenomena serta menjawab suatu permasalahan yang ada diperlukan kerangka dasar pemikiran berupa teori ataupun konsep untuk menganalisa permasalahan tersebut. Dimana penelitian ini merujuk pada satu instansi Pemerintah kota Makassar khususnya dibidang Pariwisata dalam mengupayakan Pengembangan E-diplomasi sebagai sarana Promosi Pariwisata. Maka terlebih dahulu diketahui tahapan-tahapan mengembangkan E-diplomasi dalam promosi Pariwisata berbasis online.

### 1. Virtual Diplomasi

Menurut E.J Dionne, Jr. Meliputi pengambilan keputusan, koordinasi, komunikasi dan praktik hubungan internasional yang di pengaruhi oleh bantuan teknologi komunikasi dan informasi.<sup>5</sup> Istilah ini dapat disamakan dengan pengertiannya dengan istilah Cyber Diplomasi atau Eletronik Diplomasi (E-Diplomasi). E-diplomasi sendiri menurut Departemen Luar Negeri Amerika Serikat didefinisikan sebagai sebuah sarana khusus dalam berdiplomasi yang menitik beratkan pada usaha untuk mendapatkan dan mengelola informasi yang berkaitan dengan diplomasi Amerika Serikat melalui internet.

E-diplomasi ini juga dibangun untuk merespon informasi dari luar negeri yang berkaitan dengan kepentingan Amerika Serikat yang dilakukan di dunia maya. Sedangkan cyber diplomasi dapat diartikan sebagai perluasan penggunaan internet sebagai salah satu sumber teknologi informasi yang mengefektifkan pelaksanaan suatu kebijakan luar negeri.<sup>6</sup>

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengertian umum dari virtual diplomasi, cyber diplomasi, dan e-diplomasi adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan internet yang merupakan salah satu media teknologi informasi sebagai sarana pengefektifan sebuah praktik diplomasi untuk menjamin hubungan luar negeri dan dalam negeri dalam kaitannya dengan pelaksanaan kebijakan luar negeri.

---

<sup>5</sup> E.J Dionne, Jr “pengertian virtual diplomasi” <http://Kuliahonline.unikom.ac.id>

<sup>6</sup>Tonny Dian Effendi “definisi digital dplomacy” <http://internatinonalrelationjefri.blogspot.co.id/2015/06>

Konsep Virtual Diplomasi yang di kemukakan oleh E.J Dionne, Jr bisa di temukan dikota Makassar. karena kondisi tersebut telah diterapkan oleh Pemerintah Kota Makassar, sebagai wadah pemerintah yang koordinasi daerah-daerah di sekitarnya dalam membuat keputusan atau aturan-aturan yang terkait dengan Kota tersebut. Selain itu Pemerintah Kota Makassar telah melakukan komunikasi dan praktik hubungan internasional, yang dipengaruhi oleh bantuan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) seperti: event-event yang di lakukan Pemerintah Kota Makassar untuk mengikut sertakan atau mengundang Negara-negara lain secara resmi, baik itu melalui media teknologi, informasi dan komunikasi berupa E-mail ataupun kesepakatan yang telah dilakukan tempo hari.

## 2. Konsep E-Tourism

Konsep E-Tourism pada dasarnya merupakan konsep yang masih baru dan belum mendapatkan perhatian dari berbagai pihak yang bergerak dalam bidang pariwisata, khususnya di Indonesia. E-Tourism masih dilihat sebagai sesuatu hal yang masih perlu dikaji lebih jauh mengenai keberadaanya. Meskipun dilain pihak dalam pengembangan pariwisata penekanan terhadap pemanfaatan Internet sudah tinggi, namun hal ini tidak dibarengi dengan Aplikasi Internet tersebut sebagai alat pengembangan pariwisata. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka pengembangan E-Tourism sangat terkait erat dengan penggunaan Internet sebagai media utama yang dipakai.

Pada hakekatnya Internet memegang peranan yang penting dalam pariwisata. Internet sudah menjadi salah satu solusi yang ditawarkan untuk mempermudah kinerja pengembangan pariwisata di Indonesia. Melalui Internet banyak hal dapat diakses secara mudah, dan dapat digunakan oleh sebagian besar masyarakat di Dunia. Hal ini memungkinkan penyebaran

Informasi mengenai pengembangan Pariwisata dapat diakses kapan saja, dan dimana saja oleh siapa saja.

Pemanfaatan Internet di Indonesia umumnya masih berada di kota-kota besar. Hal ini disebabkan karena Internet masih dipandang sebagai produk yang hanya dipergunakan oleh kalangan tertentu. Hal ini disebabkan karena E-Tourism dipandang dapat membantu negara-negara berkembang dalam mengoptimalkan potensi-potensi yang belum dimanfaatkan selama ini sebagai peluang dalam pembangunan Pariwisata.<sup>7</sup>

### **Peran E-Tourism Marketing**

Teknologi memainkan peran penting dalam perluasan pasar perjalanan dan industri Pariwisata. Selain mampu meningkatkan produktivitas yang lebih tinggi, teknologi online juga mampu memberikan struktur informasi baru untuk mengembangkan dan mengoperasikan pariwisata, pemasok, dan wisatawan, memberdayakan mereka untuk berkomunikasi, menginformasikan, bernegosiasi, mengurangi jarak, serta mengurangi kesenjangan komunikasi.

Kontribusi penting dalam pariwisata adalah menangani sumber daya pariwisata dan distribusi informasi kepada wisatawan potensial untuk menawarkan layanan jasa penerbangan, penginapan diseluruh pelosok dunia, atraksi lokal, produk dan fasilitas. Internet juga memungkinkan untuk mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan lintas batas geografi yang lebih akurat dan efektif, menembus pasar asing. Sebagai bagian penting dari gerakan promosi E-Tourism adalah:

1. GPS (*Global position system*) Dalam bisnis pariwisata GPS ini digunakan sebagai alat navigasi seperti kompas. Kendaraan dilengkapi dengan GPS dan peta untuk tujuan: pertama, sebagai alat bantu navigasi memandu pengendara,

---

<sup>7</sup> Augie D. Manuputty & Andeka Rocky Tanaamah “ Kepariwisataan Berbasis E-Tourism di Indonesia”.

sehingga pengendara bisa mengetahui jalur mana yang sebaiknya dipilih untuk mencapai destinasi yang diinginkan. Kedua, sebagai sistem pelacakan kendaraan dimana pemilik atau pengelola armada yang bisa mengetahui dimana saja keberadaan kendaraannya.

2. *CRSA* (Computer reservation system for airline)
3. *Cashless payment* (pembayaran non-tunai)
4. *Touch screen of point self-sevice* (layar sentuh)
5. *Technology of print according by order* (teknologi pencetak sesuai pesanan).

### **Strategi promosi Pariwisata Online**

Strategi promosi pariwisata online adalah upaya untuk meningkatkan distribusi informasi melalui internet atau online dan vasibilitas global produk wisata yang lebih signifikan. Rencana pemberdayaan digital yang dapat memastikan promosi dan distribusi Pariwisata Online berjalan dengan baik.

Agar sukses atau berhasil strategi promosi pariwisata online ini harus difasilitas oleh kelompok strategi pariwisata jangka panjang, terutama yang berkaitan dengan:

1. Mengakui bahwa industri pariwisata berada pada berbagai tahap adopsi mengubah metode distribusi termasuk pergeseran untuk menggunakan saluran digital seperti pemesanan online, agen perjalanan online dan media sosial.
2. Membangun organisasi pariwisata daerah untuk bekerja sama agar bisa memastikan keunggulan dalam promosi dan distribusi informasi destinasi wisata, pengalaman, produk dan persediaan online.
3. Mengidentifikasi peran pemerintah, di sektor komersial dan industri pariwisata dan mekanisme yang paling tepat dan responsif bagi keterlibatan diberbagai entitas.

4. Dukungan secara aksi untuk *go global promotion* dengan menyediakan sumber daya yang memberikan pedoman:

- Mengaktivasi distribusi informasi melalui teknologi digital dan bagaimana kaitanya dengan pemasok pariwisata;
- Mengoptimisasi pemasok pariwisata dalam mengembangkan informasi bisnis secara online, meningkatkan aktivitas promosi online dan menerima transaksi online;
- Memanfaatkan distribusi informasi global, organisasi perjalanan online dan lain lain;
- Mengidentifikasi peluang distribusi melalui mitra perjalanan online dan peluang yang berskala besar yang dapat menguntungkan operator pariwisata melalui hubungan yang di tengah oleh organisasi negara atau kota dan daerah.

Tujuan dan kegiatan yang ditetapkan dalam strategi promosi pariwisata online akan memungkinkan pengembangan pendekatan baru dalam operasi online industri pariwisata. Tujuannya untuk menawarkan produk wisata secara digital kepada wisatawan dimana pun mereka berada, agar wisatawan dapat menemukan dan berinteraksi dengan produk.<sup>8</sup>

Jika hal ini dikaitkan dengan upaya Pemerintah kota Makassar dalam mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata, promosi E-tourism ini sangat penting untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi pariwisata. Karena menurut konsep tersebut lebih baik dan ampuh dalam meningkatkan para pengunjung atau wisatawan. Adapun tujuan dari pada penggunaan pelayanan publik online dan penggunaan teknologi yaitu untuk meningkatkan produktivitas yang lebih tinggi.

#### **E. Metode Penelitian**

---

<sup>8</sup> Ali Hasan, S.E., M.M. Tourism Marketing. CAPS(Center for Academic Publishing Service) hal 460

Metode Penelitian adalah metode yang digunakan dalam aktivitas ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>9</sup> Metodologi adalah pengkajian tentang peraturan- peraturan sistimatis dalam penelitian.<sup>10</sup> Sehingga, untuk mencapai sistimatisnya sebuah penelitian setidaknya di mulai dari hal- hal sebagai berikut:

### 1. Tipe Penelitian

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian maka tipe penelitian ini bersifat deskriptif analisis yang berusaha menggambarkan bagaimana aktivitas dan kondisi Kota Makassar yang menitik beratkan pada pemanfaatan e-diplomasi dalam Pengembangan Sektor Pariwisata.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Namun, untuk menambah sumber data penulis juga menggunakan telaah pustaka (*library research*) yaitu dengan cara mengumpulkan data dari literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas, dan kemudian menganalisisnya. Literatur ini berupa buku-buku, jurnal- jurnal, majalah, surat kabar, dan situs-situs internet ataupun laporan- laporan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan penulis teliti. Adapun tempat penelitian yang telah penulis kunjungi yaitu : Perpustakaan Univestitas Bosowa Makassar.

### 3. Jenis Data

Jenis data yang penulis gunakan adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur dan hasil olahan yang diperoleh dari berbagai sumber. Adapun data sekunder yang dibutuhkan adalah :

---

<sup>9</sup> Kuswana, Dadang. 2011. Metode Penelitian Sosial. CAPS. Bandung.Hal.5.

<sup>10</sup> Usman , Purnomo Setiady Akbar. 2006, *Metode Penelitian Sosial*, , Bumi Aksara.

1. Kondisi Perkembangan Sektor Pariwisata berbasis E-diplomasi di Kota Makassar. dan;
2. Strategi Pemerintah kota Makassar dalam Pengembangan Pariwisata berbasis E-diplomasi .

Sedangkan data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan melalui:

1. Observasi yaitu dengan melihat secara langsung bagaimana penerapan E-diplomasi di Kota Makassar dalam Sektor Pariwisata. Adapun data Primer yang di butuhkan adalah : Wawancara yaitu dengan mengajukan bebarapa pertanyaan kepada informan terkait Pengembangan promosi Pariwisata berbasis online atau internet di Kota Makassar. Adapun yang akan diwawancarai seperti Badan Instansi, dan Masyarakat.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah teknik analisis data kualitatif, dimana permasalahan digambarkan berdasarkan fakta-fakta yang ada kemudian dihubungkan antara fakta yang satu dengan fakta yang lainnya, kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Penulis menggunakan teknik ini karena bisa mewakili hal- hal yang akan di analisis oleh penulis sehingga dapat melahirkan teori yang cocok untuk membedah permasalahan yang ada. Oleh karena itu, menghasilkan hipotesa bahwa penggunaan E-diplomasi dalam kinerja Pemkot Makassar dalam mengembangkan pariwisata sangat bermanfaat terbukti dengan keterlibatan Perusahaan atau Instansi swasta maupun individu dalam hal mempromosikan Potensi dan Budaya kota Makassar.

#### **F. Rancangan Sistematika Penulisan**

Dalam hasil penelitian yang akan dilakukan dalam susunan karya tulis ilmiah (Skripsi), dengan rancangan sistematika sebagai berikut:

1. Bab Pertama, yaitu yang berisi latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penulisan.
2. Bab Kedua, yaitu tinjauan pustaka yang berfokus pada sejarah perkembangan dan pemanfaatan E-diplomasi di Amerika Serikat, sehingga di aplikasikan di indonesia khususnya kota Makassar.
3. Bab Ketiga, yaitu gambaran umum mengenai potensi pariwisata di kota Makassar serta pembangunan kota dengan skema Smart City.
4. Bab Keempat, yaitu analisis pembahasan hasil penelitian terhadap hasil dari upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kota makassar dalam mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata serta membangun sebuah aplikasis berbasis online.
5. Bab Kelima, yaitu penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran mengenai objek penelitian, dalam hal ini menyangkut dengan pengembangan E-diplomasi dalam promosi pariwisata di kota makassar.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Perkembangan dan Manfaat Pariwisata

Fenomena yang sangat menarik dalam hubungan internasional pada abad ke-dua ini adalah perjalanan manusia antar negara paling besar dilakukan untuk keperluan pariwisata. Buruh murah yang disediakan negara-negara itu menarik minat para investor perhotelan, yang menghadapi persoalan meningkatnya upah buruh dan biaya operasi di kota-kota besar, negara-negara industri, sehingga pariwisata menduduki tingkat kedua sesudah minyak sebagai penghasil devisa terbesar bagi dunia ketiga.

Perlu di perhatikan bahwa pariwisata berkembang sejak tahun 1960-an dan merupakan sebuah industri yang memang ditakdirkan untuk dunia ketiga. Dimana saat itu banyak aset-aset atau destinasi yang diminati oleh para pengunjung. Dalam fenomena pariwisata ini, dilihat dari literatur Hubungan Internasional terdapat dua konsep. Pertama konsep Hubungan Transnasional “yang menyatakan bahwa, Hubungan yang bermakna bukan hanya terjadi antara Bangsa dan Negara melainkan juga Instansi Swasta seperti Perusahaan Multinasional, LSM maupun Individu”. Dan konsep yang kedua yaitu konsep “Ekonomi Politik Internasional yang menekankan bahwa, pemahaman yang lengkap mengenai Hubungan Internasional mengharuskan kita untuk melihat fenomena Domestik-Internasional dan Ekonomi-Politik dari satu perspektif”.<sup>11</sup>

Berdasarkan pengertian dari World Tourism Organization, pariwisata adalah perjalanan untuk rekreasi, liburan atau bisnis. Sedangkan Organisasi Pariwisata Dunia di mendefinisikan wisatawan sebagai orang yang melakukan “perjalanan dan tinggal di tempat-

---

<sup>11</sup>Mas'ood Mochtar. Ekonomi Politik Internasional dan Pembangunan, Pustaka Pelajar.

tempat diluar lingkungan yang biasa mereka tempati selama lebih dari 24 jam dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk bersantai, bisnis dan tujuan lainnya yang tidak terkait dengan pelaksanaan kegiatan yang dibayar dari dalam tempat yang di kunjungi.

Tourism merupakan industri terbesar di dunia, dan merupakan industri yang bergerak dalam bidang jasa. Jasa-jasa yang terkait dengan industri pariwisata antara lain transportasi, hotel, resrtoran, bank, asuransi, keamanan dan jasa-jasa yang terkait lainnya. Banyak pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pembangunan industri pariwisata merupakan salah satu strategi yang digunakan, oleh Organisasi Non-Pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata guna meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada calon wisatawan.<sup>12</sup>

Akan tetapi, barbagai faktor pendukung tersebut tidak akan maksimal tanpa adanya kegiatan promosi yang mendukung, seperti halnya produk jasa lainnya, pariwisata juga sangat tergantung dengan promosi yang dilakukannya. Sebuah produk tanpa promosi akan sulit di respon oleh pasar. Padahal sekarang banyak media promosi yang bisa dimanfaatkan oleh para pelaku pariwisata untuk mempromosikan produknya.

## **B. Sejarah E-Diplomasi**

Pada tahun 1990-an setelah Menggunakan internet, diplomat Amerika Serikat Zbigniew Brzezinski membuat prediksi setelah melihat banyak perubahan inkremental cara diplomasi, dan sebagian besar perubahan ini dapat di hubungkan ke internet. Pengambilan keputusan kooordinasi, komunikasi dan pelaksanaan kegiatan untuk mencegah, mengelola dan menyelesaikan konflik internasional yang bergantung pada teknologi informasi dan

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, Hal 53

komunikasi yang di adopsi oleh warga negara, organisasi non pemerintah, badan-badan internasional dan negara- bangsa.

Kemampuan untuk praktek diplomasi adalah salah satu elemen medefinisikan suatu negara, dan diplomasi telah dilakukan sejak pembentukan negara. Awalnya diplomat yang dikirim hanya untuk negosiasi tertentu. Diplomat sebagai peringkat tinggi untuk memberikan legitimasi untuk berusaha bernegosiasi dengan negara lain. Diplomasi modern atau disebut sebagai E-diplomasi sering dilacak kepada negara-negara utara Renaissans Italia dengan kedutaan besar pertama yang didirikan pada abad ketiga belas.

Aktifitas diplomasi merupakan upaya pencapaian kepentingan nasional dalam jalan damai, tidak ada yang menyangka dengan majunya dunia internasional dengan globalisasinya membuat substansi dan peran diplomasi semakin modern dan lebih baik. Oleh karena itu diplomasi muncul sebagai sebuah bentuk diplomasi modern yang melibatkan publik sebagai negosiator yang berperan dalam melaksanakan pencapaian sebuah kepentingan melalui wadah internet sebagai media komunikasi dan informasi antara pihak-pihak yang berdiplomasi yang akhirnya akan mencapai pada tingkat negosiasi.

E-diplomasi secara efektif mengembangkan sejumlah teknologi yang memungkinkan komunitas diplomatik untuk berbagi dan memelihara kelembagaan pengetahuan. Dari komunitas online untuk Virtual kehadiran post, E-diplomasi lebih baik dan lebih luas mempromosikan penggunaan teknologi informasi baru, perubahan proses bisnis dan pengembangan budaya organisasi untuk inofasi dalam cara negara memimpin dan menerapkan proses kebijakan luar negeri.

Istilah E-diplomasi menggambarkan motode baru dalam melakukan diplomasi dan hubungan internasional dengan bantuan internet dan teknologi informasi dan komunikasi (

ICT). Istilah ini juga merujuk pada studi tentang dampak ICT dan praktek-praktek diplomatik kontemporer.

“Menurut Keith Richard Hamilton dan Langhorne”(1980: 932), membentuk perkembangan diplomasi:

1. Tatanan internasional; maksud dan tujuannya adalah meningkatkan jumlah dan jenis aktor internasional ditambah dengan meluasnya agenda diplomasi biasanya diidentifikasi sebagai perubahan yang signifikan dalam tatanan internasional. Tidak hanya jumlah negara yang bertambah, namun jenis aktor-aktor barupun mulai berpartisipasi dalam hubungan internasional.
2. Ancaman prevalensi dan sifat perang yang berubah; seperti munculnya senjata nuklir dianggap sebagai ancaman terhadap kedaulatan negara, pilar utama yang menyangga diplomasi modern.
3. Evolusi negara ini adalah salah satu perkembangan diplomasi yang banyak dipertanyakan atau diperdebatkan tentang masa depan negara berdaulat karena mencerminkan diplomasi, dan;
4. kemajuan dalam ilmu dan teknologi, mungkin merupakan salah satu faktor yang paling penting yang mempengaruhi evolusi diplomasi suatu negara dalam teknologi komunikasi dan transportasi. Dimana kecepatan atau kemudahan transportasi dan komunikasi telah mengurangi peran diplomat dengan cara-cara yang berbeda.<sup>13</sup>

### **C. Pemanfaatan E-diplomasi**

---

<sup>13</sup>Walter Carlsnaes, Thomas Risse, Beth A Simmons “HandBook Hubungan Internasional. Diplomasi, Tawar Menawar dan Negosiasi”, hal 436.

Pemanfaatan E-diplomasi di akibatkan oleh perkembangan teknologi internet dengan baik dalam membangun nilai tawar Negara sendiri. Saat ini Nagara-negara Maju maupun Negara Berkembang di dunia mulai memanfaatkan teknologi internet, dengan tujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam bidang pariwisata dan lain-lain. Adapun Negara-negara yang memanfaatkan E-diplomasi sebagai sarana promosi pariwisata adalah:

#### 1. Negara Amerika Serikat

Salah satu bentuk E-diplomasi yang dilakukan oleh Amerika Serikat adalah dengan membangun kantor E-diplomasi, dengan tujuan mengelola berbagai informasi terbaru dari beberapa program utama yang dikembangkan dan menandai perubahan pasca perang dingin. Adapun bentuk E-diplomasi yang dilakukan oleh Amerika Serikat adalah sebagai berikut:

1. Adanya diplopedia, wiki, mengelola berbagai informasi salah satunya adalah informasi Pariwisata. Adapun contoh promosi Pariwisata seperti mempromosikan perkebunan masyarakat untuk meningkatkan departemen Pertanian.
2. Meningkatkan cara berkolaborasi dengan orang lain baik di dalam maupun di luar Negeri.
3. Mengklasifikasikan penerbitan web untuk berbagi informasi dan menganalisis diplomatik dengan urusan pemerintah Amerika Serikat di luar negeri dan keamanan nasional masyarakat, dan;
4. Mempromosikan manajemen pengetahuan dan investasi dan lain lain.

#### 2. Negara indonesia khususnya kota Makassar

Dimana kota Makassar salah satu kota yang dibagian timur Indonesia yang mempunyai banyak potensi diberbagai bidang sehinga pemerintah kota Makassar bertujuan untuk memberitahukan atau menginformasikan kepada masyarakat luar agar mengetahui

potensi-potensi yang ada, dengan memanfaatkan diplomasi internet, pemerintah kota makassar membuat web <http://makassarkota.go.id> dengan tujuan menginformasikan kepada khalayak tentang profil kepemimpinan dan profil instansi-instansi lainnya yang ada di Pemerintahan kota Makassar.<sup>14</sup>

Khusus di instansi pariwisata dan ekonomi kreatif kota makassar, mereka membuat web <http://www.tourism-makassar.id> sendiri untuk menginformasikan kegiatan, destinasi dan lain-lain yang berkaitan dengan instansi tersebut.<sup>15</sup>

Keberadaan internet ini sendiri tidak dapat dipungkiri telah memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam kehidupan. Fakta ini, terlihat dari aktifitas manusia yang menggunakan internet dalam berbagai bidang kehidupan mulai dari ekonomi, politik, budaya bahkan di tingkat sekolah ataupun universitas. Metode diplomasi baru di dunia maya, banyak di sebut sebagai “cyber diplomasi”, “internet diplomasi”, “digital diplomasi”, dan e-diplomasi. Adapun indikator-indikator yang memdefinisikan E-diplomasi itu sendiri:

Menurut Oktavia Maludin : 2001 “ E-diplomasi sendiri merupakan salah satu kesempatan yang diberikan sebagai hasil dari kemajuan teknologi komunikasi global yaitu internet. Dalam diplomasi internet telah berhasil mendemokratisasikan diplomasi dalam bentuknya yang unik. Diplomasi dengan menggunakan internet sendiri merupakan salah satu cara dalam melakukan diplomasi yang pada gilirannya akan memeberikan akses yang sangat luas kepada aktor-aktor lain selain negara yang dimana sangat banyak untuk menyuarakan aspirasi mereka agar dikenal”.

Menurut Zainal A. Hasibuan : 2007. UI, Vol.3 No. 1 “E-diplomasi sebagai salah satu cara berdiplomasi lewat internet, dan bisa dimanfaatkan secara efektif oleh pemerintah daerah

---

<sup>14</sup> <http://makassarkota.go.id>

<sup>15</sup> <http://www.tourism-makassar.id>

dalam hal menarik investasi asing. Terlebih lagi, berdasarkan instruksi presiden RI No.3 Tahun 2003 dan Keputusan Departemen Komunikasi dan Informasi RI Jakarta Tahun 2004 tentang Blue Print. Sistem Aplikasi E-Government bahwa adanya pembuatan website baik di tingkat daerah maupun di tingkat pusat adalah dengan tujuan untuk menciptakan pemerintahan yang berbasis teknologi informasi. Selain itu, adalah untuk sarana koordinasi yang lebih baik antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah”.

Konsep E-diplomasi itu sendiri menurut “Departemen Luar Negeri Amerika Serikat didefinisikan sebagai sebuah sarana khusus dalam berdiplomasi yang menitik beratkan pada usaha untuk mendapatkan dan mengelola informasi yang berkaitan dengan diplomasi Amerika Serikat melalui internet. E-diplomasi ini juga dibangun untuk merespon informasi-informasi dari luar negeri yang berkaitan dengan kepentingan Amerika Serikat yang dilakukan di dunia maya”. (Tonny Dian Effendi : 2008).<sup>16</sup>

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM**

##### **A. Tentang Kota Makassar**

###### **1. Sejarah kota makassar**

Makassar dahulu merupakan nama dari sebuah bandar niaga dari kerajaan kembar, Kerajaan Gowa dan Tallo sebelum pada akhirnya kerajaan kembar tersebut bersatu dan menyandang nama Kerajaan Makassar. Nama Makassar sendiri telah disebutkan dalam naskah kuno Jawa, yaitu Negara Kertagama yang ditulis oleh Mpu Prapanca pada tahun 1364.

---

<sup>16</sup><http://internationalrelationsjefri.blogspot.co.id/2015/06/definisi-digital-diplomacy-ediplomacy.html?m=1>

Dalam naskah itu pula disebutkan nama Luwu, Bantaeng dan juga Selayar. Dahulu Makassar pernah menjadi salah satu kota niaga terkemuka di dunia. Perkembangan Makassar yang pesat tersebut tidak lepas dari hubungannya dengan perubahan-perubahan pada tatanan perdagangan internasional saat itu karena pusat perdagangan di Malaka telah ditaklukan oleh Portugis pada tahun 1511.<sup>17</sup>

## 2. Geografi Kota Makassar

Kota Makassar mempunyai posisi strategis karena berada di persimpangan jalur lalu lintas dari arah selatan dan utara dalam propinsi di Sulawesi, dari wilayah kawasan Barat ke wilayah kawasan Timur Indonesia dan dari wilayah utara ke wilayah selatan Indonesia. Dengan kata lain, wilayah kota Makassar berada koordinat 119 derajat bujur timur dan 5,8 derajat lintang selatan dengan ketinggian yang bervariasi antara 1-25 meter dari permukaan laut. Kota Makassar merupakan daerah pantai yang datar dengan kemiringan 0 - 5 derajat ke arah barat, diapit dua muara sungai yakni sungai. Tallo yang bermuara di bagian utara kota dan sungai Jeneberang yang bermuara di selatan kota.

Luas wilayah kota Makassar seluruhnya berjumlah kurang lebih 175,77 Km<sup>2</sup> daratan dan termasuk 11 pulau di selat Makassar ditambah luas wilayah perairan kurang lebih 100 Km<sup>2</sup>. Jumlah kecamatan di kota Makassar sebanyak 14 kecamatan dan memiliki 143 kelurahan. Diantara kecamat-an tersebut, ada tujuh kecamatan yang berbatasan dengan pantai yaitu kecamatan Tamalate, Mariso, Wajo, Ujung Tanah, Tallo, Tamalanrea dan Biringkanaya.<sup>18</sup>

### **B. Rencana Strategis Disparekraf Kota Makassar**

---

<sup>17</sup> <http://makassarkota.go.id/105-sejarahkotamakassar.html>

<sup>18</sup> <http://makassarkota.go.id/110-geografiskotamakassar.html>

Dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata dan ekonomi kreatif agar lebih berkualitas, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar selaku penanggung jawab teknis Penyelenggaraan Pembangunan daerah dalam Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berkewajiban menyusun Rencana Strategis (Renstra) tahun 2014 s/d 2019 sebagai acuan dalam pelaksanaan penyusunan program dan kegiatan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.

Renstra mempunyai fungsi penting dalam sistem perencanaan daerah yang menjabarkan visi, misi dan arah kebijakan pembangunan di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk lima tahun mendatang namun tetap mengacu kepada visi, misi Pemerintah Kota Makassar sehingga dapat bersinergi dengan arah pembangunan Walikota dan Wakil Walikota sebagai Kepala daerah terpilih. Renstra Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dapat juga dijadikan sebagai bahan evaluasi yang penting agar pembangunan dapat berjalan secara lebih sistematis, komprehensif dan tetap fokus pada pemecahan masalah-masalah mendasar yang dihadapi khususnya di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

Proses penyusunan Renstra didasarkan pada penjaringan aspirasi yang diformulasikan melalui forum SKPD adalah forum para pemangku kepentingan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk membahas rancangan Renstra dibawah koordinasi kepala Dinas untuk mendapatkan masukan bagi penajaman dan penyempurnaan substansi rancangan Renstra. Forum ini penting guna membantu memastikan bahwa isu strategis, tujuan dan sasaran, kebijakan, program dan kegiatan yang akan dimuat dalam dokumen Renstra mampu merespon kebutuhan dan aspirasi para pemangku kepentingan pelayanan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Rencana Strategis di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai Penjabaran Operasional Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Makassar merupakan

sebuah dokumen perencanaan yang disusun secara sistematis dalam rangka menata perbaikan, pembaharuan dan peningkatan dalam bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan berpedoman pada arah kebijakan yang tertuang dalam Renstra K/L, Renstra Provinsi dan RPJMD Kota Makassar.

#### 1. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya yang berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 7 tahun 2013 Tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Daerah Nomor 3 tahun 2009 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Perangkat daerah Kota Makassar, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar memiliki struktur organisasi.

#### 2. Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran, Strategi dan Kebijakan

Sebagai Dinas Teknis yang menangani pariwisata dan ekonomi kreatif, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mempunyai tantangan yang sangat kuat untuk memenuhi kedua tugas tersebut. Untuk memperoleh hasil yang maksimal dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat sekaligus mewujudkan Visi Kota Makassar maka diperlukan upaya-upaya pengembangan segenap potensi dan sumber daya sebagai kekuatan internal yang harus saling bersinergi secara optimal dalam rangka peningkatan manajemen Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

##### 1. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar

Oleh karena itu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menetapkan Visi sebagai berikut :

***“Terwujudnya kota Makassar sebagai Destinasi pariwisata Dunia”***

Makna pokok yang terkandung dalam Visi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar tersebut merupakan hasil pendalaman dari rangkaian antara kegiatan dan substansi tupoksi serta jati diri pelayanan yang merupakan eksistensi dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar yang diwujudkan dalam peningkatan kinerja untuk mencapai tujuan dan sasaran yang diharapkan.

Pokok pokok Visi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar adalah sebagai berikut :

***Destinasi Pariwisata*** : artinya bahwa pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Kota Makassar didasarkan pada upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara melalui perencanaan dan pembangunan terpadu dari alam, budaya, dan sejarah masyarakat sehingga terbentuk ikon pariwisata yang berdaya saing dan unggul dalam menggerakkan pembangunan ekonomi kota Makassar.

***Dunia*** : artinya bahwa pelaksanaan pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif Kota Makassar harus memiliki daya saing yang unggul dan terkemuka sehingga mampu mengembalikan citra Kota Makassar sebagai bandar dunia yang menarik dikunjungi oleh wisatawan mancanegara dan nusantara melalui penyediaan dan pengembangan aksesibilitas, atraksi wisata, aktivitas wisata, akomodasi dan sarana prasaran penunjang kegiatan wisata yang berkualitas, ramah lingkungan, berkelanjutan dan berkelas dunia.

Untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan dalam 5 (lima) tahun kedepan (2014-2019), Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menetapkan misi sebagai pernyataan dalam upaya atau cara mencapai visi yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Peningkatan promosi dan pemasaran pariwisata yang terarah dan terencana;
2. Penataan dan pengembangan usaha industri pariwisata dalam meningkatkan daya saing;

3. Peningkatan kompetensi dan daya saing SDM pariwisata dan ekonomi kreatif yang berstandar internasional;
  4. Pengembangan potensi ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya;
  5. Peningkatan kapasitas kelembagaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
2. Tujuan dan Sasaran Jangka Menengah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar

Tujuan merupakan penjabaran atau implementasi dari pernyataan misi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar, yaitu sesuatu (apa) yang akan dicapai atau dihasilkan dalam jangka waktu 5 (lima tahun) kedepan. Sedangkan sasaran merupakan penjabaran dari tujuan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar, yaitu hasil yang akan dicapai secara nyata dalam rumusan yang lebih spesifik, terperinci, dapat diukur dan dapat dicapai, serta dalam kurun waktu yang lebih pendek dari tujuan.

### 3. Strategi dan Kebijakan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar

Strategi pada dasarnya lebih bersifat grand design (agenda), sebagai suatu cara atau pola yang dirancang untuk merespon isu strategis yang dihadapi dan untuk mencapai visi, misi, tujuan dan sasaran instansi. Dengan kata lain, strategi merupakan suatu cara atau pola untuk mewujudkan tujuan atau misi yang ditetapkan.

Strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar, selain dirancang untuk merespon isu strategis juga dirancang dengan mengakomodir 'Strategi Pembangunan Daerah' sebagai suatu strategi pembangunan jangka menengah daerah Kota Makassar sebagaimana tertuang dalam RPJMD Kota Makassar Tahun 2014-2019.

Kebijakan pada dasarnya merupakan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar untuk dijadikan pedoman, pegangan atau

indikasi kegiatan guna tercapainya kelancaran dan keterpaduan dalam perwujudan sasaran, tujuan, serta visi dan misi. Berdasarkan visi dan misi yang telah ditetapkan maka diperlukan strategi dan kebijakan sebagai suatu landasan tindak lanjut untuk merespon isu strategis serta prospek pembangunan tahun 2014 – 2019.<sup>19</sup>

### **C. Smart City sebagai Skema Pembangunan di Kota Makassar**

Smart City merupakan sebuah bentuk strategi kebijakan yang diterapkan untuk menjawab ekspektasi masyarakat dengan semakin majunya dunia oleh teknologi informasi. Dengan tuntutan itu, masyarakat memiliki obsesi untuk menikmati kota yang bisa melayani dengan cepat, tepat dan efisien. Gagasan kota berbasis Smart City merupakan keinginan kota untuk lebih maju dalam menjawab tantangan jaman.

Smart City dapat di definisikan menjadi 6 dimensi, yaitu smart ekonomi, smart mobility, smart environment, smart people, smart living dan smart governance. Secara khusus dimensi tersebut didasarkan pada daya saing masing-masing daerah, seperti transportasi, ICT, ekonomi, sumber daya alam, sosial, pemerintahan dan lain-lain.<sup>20</sup>

Oleh karena itu, skema Pembangunan di kota Makassar melalui Smart City tersebut sudah terlihat jelas pencapaiannya hingga saat ini, terutama terbukti dari perkembangan infrastruktur di kota makassar yang berkembang cepat. Kemudian dalam upaya tersebut pemerintah kota makassar menciptakan pelayanan publik berbasis teknologi informasi. 42 SKPD yang telah diintegrasikan untuk menciptakan pelayanan yang lebih efisien terhadap masyarakat. Contohnya seperti e-KTP, e-karcis, e-office dan lain-lain. Program ini juga menjadi salah satu langkah positif untuk mendukung indonesia sebagai negara poros maritim dunia.

---

<sup>19</sup> Rencana Strategis Disparekraf kota Makassar Tahun 2014-2019

<sup>20</sup> Putu Nopa Gunawan: Makassar Smart City 2030

“Kepala Dinas Informatika kota Makassar Ismuounandar” mengetakan bahwa pemerintah kota makassar akan memasang 153 kamera CCTV yang tentunya akan digunakan sebagai alat pemantau keadaan kota khusus untuk di pusat jalan perkotaan atau lalulitas. Menurutnya, dengan adanya konsep smart city adalah sebuah terobosan baru menuju kota cerdas berbasis teknologi informasi. Oleh karena itu, diasumsikan bahwa pembentukan smart city akan mendorong tiga pilar utama yakni pengelolaan kota secara inovatif, efisien dan transparan serta akuntabel.

Pembentukan Smart City akan mendukung pola pola hidup masyarakat yang berkelanjutan dengan semakin majunya tegnologi informasi sebagai bagian dari kemajuan globalisasi yang secara positif bisa digunakan untuk lebih mencerdaskan kehidupan masyarakat serta kemudahan investasi yang berkembang, baik investor dalam negeri maupun inverstor luar negeri. Dengan adanya tegnologi informasi yang lebih komprehensif akan menjadikan Kota Makassar berkembang lebih dari sebelumnya.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Laode Muhamad Fathun “Para Diplomasi Menuju Kota Dunia”

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana Promosi Pariwisata

Berdasarkan temuan Peneliti, Pemerintah Kota Makassar melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata. Adapun Upaya yang dimaksud adalah:

##### A.1 Mengembangkan Kebijakan Terkait Pengembangan Wisata Berbasis E-diplomasi di Kota Makassar

Dalam Mengembangkan Kebijakan tersebut, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar membuat kebijakan yang berpatokan dengan Visi dan Misi Wali Kota Makassar yang terpilih, dimana Visi dan Misi tersebut sebagai berikut:

Visi: "Mewujudkan Kota Dunia Untuk Semua, Tata Lorong Bangun Kota Dunia"

Misi: (1). Merekonstruksi nasib rakyat menjadi masyarakat sejahtera standar dunia. Tujuan misi yang pertama adalah sebagai berikut: Menuju bebas pengangguran, Jaminan sosial keluarga serba guna untuk semua, Pelayanan kesehatan darurat gratis ke rumah 24 jam, Deposito pendidikan gratis semua bisa sekolah, Sampah kita DIA tukar beras, Training keterampilan gratis dan dana bergulir tanpa agunan, Rumah kota murah untuk rakyat kecil, Hidup hijau dengan kebun kota.

(2). Merestorasi tata ruang kota menjadi kota nyaman kelas dunia. Tujuan misi yang kedua yaitu: Atasi macet, banjir, sampah, dan masalah perkotaan lainnya,

Bentuk badan pengendali pembangunan kota, Bangun Waterfront City selamatkan pesisir dan pulau-pulau Makassar, Bangun sistem transportasi publik kelas dunia, Lengkapi infrastruktur kota berkelas dunia, Bangun Birringkanal city dan delapan ikon kota baru lainnya, Bangun taman tematik, Tata total lorong.

- (3). Mereformasi tata pemerintahan menjadi pelayanan publik kelas bebas korupsi. Tujuan misi yang ketiga sebagai berikut: Menuju PAD Rp 1 triliun, Insentif progresif semua aparat RT dan RW Rp 1 juta per bulan, Kuota anggaran kelurahan Rp 2 miliar per kelurahan per tahun, Pelayanan publik langsung ke rumah, Fasilitas pelayanan publik terpusat terpadu di kecamatan, Pembayaran pajak dan retribusi tahunan online terpadu, Bebas bayar internet di ruang publik kota "Makassar Cyber City", Bentuk Makassar Incorporated dan Bank of Makassar.

Dengan adanya visi dan misi di atas, maka Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar membuat kebijakan terkait dengan visi dan misi yang dibuat, dimana visi dan misi tersebut adalah sebagai berikut:

Visi: “Mewujudkan Kota Makassar sebagai Destinasi Pariwisata Dunia”

Misi:(1). Peningkatan promosi dan pemasaran pariwisata yang terarah dan terencana. Tujuannya untuk Mewujudkan koordinasi promosi dan pemasaran pariwisata melalui kerjasama antar lembaga dan peningkatan mutu promosi dan pemasaran pariwisata.

(2). Penataan dan pengembangan usaha industri pariwisata dalam meningkatkan daya saing. Mewujudkan usaha industri pariwisata yang berdaya saing melalui

peningkatan kualitas sarana prasarana kepariwisataan serta pengawasan dan pembinaan usaha industri pariwisata.

- (3). Peningkatan kompetensi dan daya saing SDM pariwisata dan ekonomi kreatif yang berstandar internasional. Menyediakan SDM pariwisata yang bermutu serta menjamin ketersediaan ruang bagi masyarakat untuk berperan serta dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif.
- (4). Pengembangan potensi ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya. Mewujudkan pengelolaan potensi ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya dalam meningkatkan kreatifitas pelaku seni dan hasil karya yang dihasilkan.
- (5). Peningkatan kapasitas kelembagaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Meningkatkan kualitas pelayanan SDM aparatur serta mewujudkan pengelolaan program, anggaran dan barang milik daerah secara efektif, efisien sesuai ketentuan.

Dilihat dari visi, misi dan tujuan Dinas Pariwisata Makassar, oleh sebab itu dibuatlah kebijakan dalam Mengembangkan pariwisata kota Makassar sebagai Destinasi Pariwisata Dunia adalah sebagai berikut: Pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi dan pemasaran pariwisata, Peningkatan kualitas event berbasis minat wisatawan, Pemanfaatan jaringan kerja sama lembaga dalam mengefektifkan promosi pariwisata, Mengembangkan sarana dan prasarana pada destinasi wisata, Mengembangkan usaha industri pariwisata. Penguatan kapasitas SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Meningkatkan wawasan Kepariwisataan Masyarakat, Mengelolaa data Informasi Ekonomi Kreatif berbasis IT, Mengembangkan Ekonomi Kreatif berbasis seni dan budaya, Menyelenggarakan Tata Pemerintahan yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti melalui metode Wawancara peneliti dengan salah satu staf dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kota Makassar di bidang promosi Pariwisata, yang di jabat oleh Ibu Merita Ekawati Mustika. Penulis mencatat bahwa dalam mempromosikan Pariwisata;

*“Dinas Pariwisata kota Makassar melakukan promosi eksebisi di Nusantara maupun Mancanegara, baik melalui media dan lain-lain”.*<sup>22</sup>

Terbukti promosi Pariwisata melalui media, saat ini telah diterapkan, dengan dibuatkan website kota Makassar dan Dinas-dinas terkait khususnya Dinas Pariwisata. Mengingat Teknologi Informasi dan Komunikasi saat ini sangat berkembang maka kota Makassar maka pihak yang terkait merekondasikan Aplikasi berbasis online atau Elektronik saat ini telah dikembangkan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kota Makassar, dengan tujuan lebih mempermudah mereka dalam mempromosikan destinasi yang ada di Kota Makassar. selain dinas terkait, Aplikasi ini juga mempermudah informan untuk mengakses informasi yang diperlukan.

Untuk mendukung jalannya Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata, maka Pemerintah juga melakukan langkah-langkah yang lebih terstruktur dan bertahap. Adapun tahapannya, sebagai berikut:

#### 1. Pengembangan Infrastruktur Wisata berbasis E-diplomasi di Kota Makassar

Pengembangan Infrastruktur Pariwisata di Kota Makassar merupakan salah satu aktivitas yang sangat mendukung atau menunjang perkembangan Pariwisata setempat. Maka dari itu, Pemerintah Kota Makassar mengembangkan infrastruktur Pariwisata berbasis E-diplomasi ini sebagai sarana dan prasarana wisata dengan memanfaatkan teknologi informasi,

---

<sup>22</sup> Wawancara Langsung dengan ibu Merita Ekawati Mustika “Selaku Badan Promosi Pariwisata Kota Makassar”. tanggal 7 juli 2017, pukul 10.30 wit

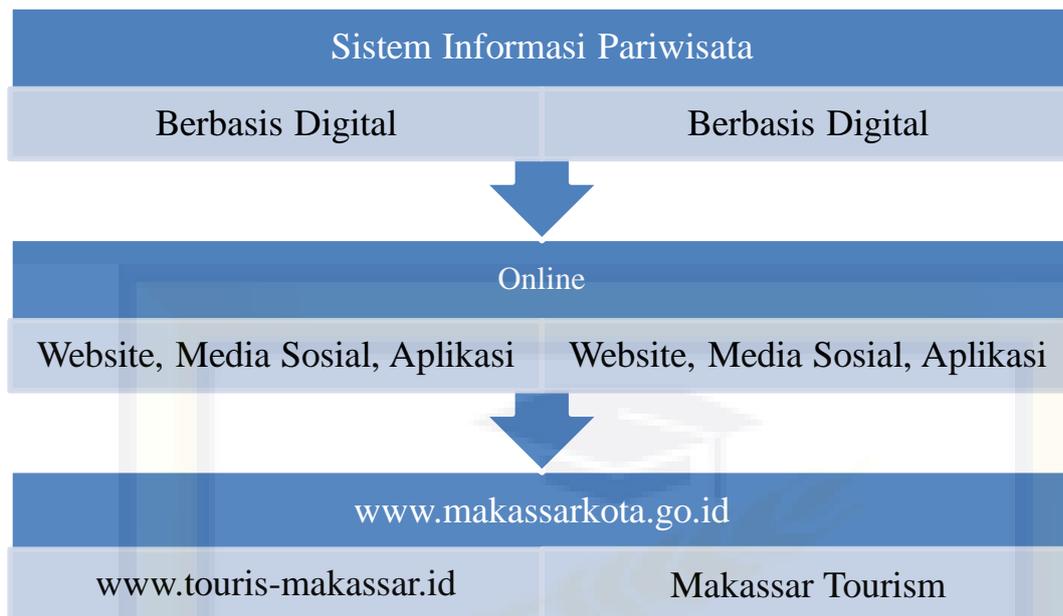
dengan itu Pemerintah kota Makassar menyediakan wifi dengan tujuan lebih meningkatkan aktifitas yang berkaitan dengan pengembangan wisata berbasis E-diplomasi.

Contoh penyediaan wifi yang di tempatkan di tempat-tempat wisata seperti; di transportasi berupa mobil internet, Bus Pariwisata hotel dan lain-lain guna untuk menjaungkau tempat-tempat yang kurang stabil akan jaringan internetnya, mempermudah pengunjung dalam mengakses informasi yang “dibutuhkan”. Adapun infrastruktur yang memabntu mengembangkan wisata berbasis E-diplomasi, seperti, aplikasi Makassar Tourism. Dimana aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi yang membantu pemerintah kota Makassar dalam mempromosikan wisata yang ada di kota Makassar.

## 2. Mengoptimalisasi Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Digital atau Elektronik di Kota Makassar

Sebagai salah satu destinasi wisata yang mendapat prioritas pengembangan dari berbagai sektor, maka sistem informasi pariwisata berbasis digital harus di optimalisasikan sehingga perlu melakukan langkah-langkah strategis dalam mendorong pengembangan pariwisata. Sistem informasi yang baik, mudah diakses dan up to date, menjadi salah satu langkah yang dijalankan. Ketersediaan sistem informasi pariwisata ini tidak terlepas dari peran pemerintah kota atau daerah, peran Dinas Pariwisata dan Perusahaan-perusahaan Swasta dan Individu.

Dalam konteks penelitian ini, sistem informasi pariwisata berbasis digital dapat dilakukan secara online, dengan memanfaatkan teknologi internet misalnya website dan media sosial berupa facebook, instagram dan lain-lain. Model Sistem Informasi Pariwisata berbasis Internet yang di kembangkan dikota Makassar dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh pemerintah kota Makassar dalam mengoptimalkan sistem informasi pariwisata berbasis digital.

### 3. Mengoptimalkan Aktifitas Pemerintah Dalam Mendukung Sistem Informasi Pariwisata berbasis Elektronik

#### 1. Website

Saat ini pemerintah kota Makassar yang telah memiliki website dengan fungsi utama memberikan informasi kepada publik khususnya pada calon wisatawan mengenai apa dan bagaimana potensi pariwisata kota makassar. website ini telah menawarkan informasi dalam dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

Website pemerintah kota yang berhubungan dengan kepariwisataan kota makassar dan memberikan informasi mengenai pariwisata dan aspek-aspek lain, misalnya akomodasi, sistem transportasi serta event dan jenis pariwisata yang dapat diikuti atau di nikmati oleh wisatawan. Namun demikian, website pariwisata diharapkan dapat memberikan informasi ke wisatawan mengenai hal-hal yang dibutuhkan khususnya yang berhubungan dengan pariwisata.

Dan website dapat dijadikan contoh bagaimana mengelolah sistem informasi pariwisata yang berbasis digital. Dapat dikatakan bahwa pariwisata kota makassar telah di dukung dengan sistem informasi pariwisata berbasis website atau internet, meskipun sesungguhnya membutuhkan dukungan maksimal dalam bentuk penyediaan infrastruktur yang berkaitan dengan teknologi.<sup>23</sup>

## 2. Media Sosial (Facebook, Twitter, Instragram)

Media Sosial berupa Facebook, Twitter, Instagram dan lain merupakan salah satu media yang digunakan oleh Pemerintah kota Makassar dalam mempromosikan Pariwisata kota Makassar, karena diketahui Media Sosial ini memungkinkan orang lebih mudah untuk tetap berhubungan dengan teman dan keluarga, maupun orang lain.

Media sosial berupa Facebook, Twitter, Instagram, diketahui sangat bagus karena memiliki peran besar dalam mendatangkan wisatawan, media sosial juga menyediakan pilihan untuk mengelolah dan mempromosi visibilitas resort atau destinasi, media sosial juga sangat bagus dalam menanggapi umpan balik dan kritik dari wisatawan.

## 3. Aplikasi Makassar Tourism

Apalikasi Makassar Tourism ini merupakan salah satu aplikasi yang berbasis online yang di publikasikan oleh pemerintah kota makassar khususnya oleh Dinas Pariwisata dan Badan Ekonomi Kreatif kota Makassar. dimana dalam aplikasi tersebut telah tercantum berbagai fitur-fitur atau menu-menu utama yang bisa mengenalkan kepada pengguna baik lokal maupun mancanegara dalam keperluannya seputar kota makassar, seperti tempat-tempat wisata, informasi transportasi, kalender event-event di kota makassar dan mengenalkan kebudayaan lokal.

---

<sup>23</sup> <http://www.tourism-makassar.id>

Kegunaan dari fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut, sebagai berikut:

- Peta pariwisata/wisata kegunaannya Untuk lebih mudah menemukan tujuan wisatawan atau mempermudah wisatawan informan yang ingin berkunjung di tempat-tempat yang di inginkan.
- Hospot/Populer Tempat-tempat wisata berupa: Pantai dan Pulau, ReligiusSpot, Cultur and History kota makassar.
- Discovery/Jelajah bisa melihat dimana tempat Tempat Kuliner, Akomodasi, Entertainment/hiburan, Toko/tempat belanja(mall), Salon/Spa, Souvenir/oleh-oleh khas makassar dan lain lain.
- Penawaran Khusus, pemberitahuan dari tempat-tempat yang mendapatkan potongan harga, di hari, tanggal, bulan dan tahun tertentu. Baik hotel, kuliner dan tempat-tempat wisata lainnya.
- Budaya Lokal/Kultur Lokal Tentang Sejarah dan Budaya Kota Makassar yang ada.
- Event/Kegiatan Menampilkan Semua Acara yang akan dilaksanakan di Kota Makassar.
- Transportasi Angkutan Umum, Agen Perjalanan, Bus, Taksi.
- Info/informasi yaitu bisa memilih atau melihat tempat-tempat kesehatan, Hospital, College/penukaran uang , Public Services.
- Utilitas/Fungsi Tambahan yaitu Pelajari dan mempelajari Bahasa dan Konverter Mata Uang.

Play Video, fungsi play video disini adalah menayangkan promosi destinasi pariwisata dan kuliner kota makassar di Channal TV luar negeri, Travel Channal dan Asian Food Channal yang telah beroperasi atau sudah ditayangkan pada bulan November dan Desember 2015.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Aplikasi Makassar Tourism

## **B. Dampak Positif dari Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi Sebagai Sarana Promosi Pariwisata**

Pariwisata sering kali dipersepsikan sebagai mesin ekonomi penghasil devisa, namun demikian pada prinsipnya pariwisata memiliki spectrum fundamental pembangunan yang lebih luas dan pada dasarnya ditujukan untuk meningkatkan persatuan dan kesatuan; Penghapusan Kemiskinan (poverty alleviation), Pembangunan Berkesinambungan (sustainable development), Pemenuhan Kebutuhan Hidup dan Hak Azasi Manusia, Peningkatan Ekonomi dan Industri Kreatif; dan Pengembangan Teknologi.

### **B.1 Penguatan Usaha Masyarakat di kota Makassar**

Pembangunan pariwisata mampu memberikan kesempatan bagi seluruh rakyat Indonesia untuk berusaha dan bekerja. Kunjungan wisatawan ke suatu daerah dapat memberikan manfaat yang sebesar besarnya bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian pariwisata akan mampu memberi andil besar dalam penghapusan kemiskinan diberbagai daerah yang miskin potensi ekonomi selain potensi alam dan budaya bagi kepentingan pariwisata.

Dengan sifat kegiatan pariwisata yang menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya dan keramahtamahan pelayanan, sedikit sekali sumberdaya yang habis digunakan untuk menyokong kegiatan ini. Bahkan berdasarkan berbagai contoh pengelolaan kepariwisataan yang baik, kondisi lingkungan alam dan masyarakat di suatu destinasi wisata mengalami peningkatan yang berarti sebagai akibat dari pengembangan kepariwisataan di daerahnya.

Pariwisata pada masa kini telah menjadi kebutuhan dasar kehidupan masyarakat modern. Pada beberapa kelompok masyarakat tertentu kegiatan melakukan perjalanan wisata bahkan telah dikaitkan dengan hak asasi manusia khususnya melalui pemberian waktu libur

yang lebih panjang dan skema paid holidays. Pengelolaan kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang baik dan berkelanjutan mampu memberikan kesempatan bagi tumbuhnya ekonomi disuatu destinasi pariwisata.

Penggunaan bahan dan produk lokal dalam proses pelayanan di Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif akan memberikan kesempatan kepada Industri Lokal untuk berperan dalam penyediaan barang dan jasa. Syarat utama dari hal tersebut diatas adalah kemampuan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif setempat dalam memberikan pelayanan berkelas dengan menggunakan bahan dan produk lokal yang berkualitas.

Dengan semakin kompleksnya dan tingginya tingkat persaingan dalam mendatangkan wisatawan ke suatu destinasi, kebutuhan akan teknologi tinggi khususnya teknologi industri akan mendorong destinasi pariwisata mengembangkan kemampuan penerapan teknologi terkini. Maka pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif akan memberikan manfaat bagi masyarakat dan pemerintahan di berbagai daerah yang lebih luas dan bersifat fundamental. Kepariwisataan akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan suatu daerah dan terintegrasi dalam kerangka peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

- Dampak positif yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Makassar untuk Masyarakat setempat terbukti berhasil, salah satu contohnya yaitu dengan adanya penyelenggaraan ajang “Makassar Internasional Eight Festival and Forum (F8)” yang dibuka pada rabu 06 september 2017 terasa dampaknya dimana lokasi tersebut dipadati pengunjung dan hotel-hotel setempatpun banyak yang full booking.

Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Sulawesi Selatan “Anggiat Sinaga” mengatakan 38 hotel anggota PHRI Sulsel memang sudah mengantisipasi penyelenggaraan F8. Bahkan seluruh hotel telah menyiapkan paket menarik yang ditawarkan pada wisatawan. Paket tersebut mulai dari paket menginap

empat hari dan gartis satu malam. Promo tersebut sudah termasuk sarapan pagi serta fasilitas antar dan jemput ke lokasi ajang penyelenggaraan F8.

Selain menjadi atraksi dan destinasi bagi Masyarakat serta wisatawan, ajang ini juga disambut baik oleh para penjaja makanan khas lokal di Makassar seperti pisang epe dan lain-lain. Para penjual makanan khas lokal tersebut bersyukur karena dagangannya terjual dengan cepat.<sup>25</sup>

- Selain itu dampak positif dari Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam mengembangkan E-diplomasi sabagai sarana promosi Pariwisata, berdampak juga pada peningkatan jumlah pengunjung Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara dalam periode tiga tahun terakhir, dimana pada tahun 2014 jumlah wisatwan Nusantara yang berkunjung ke kota Makassar mencapai 3.636.017, dan dari wisatawan Mancanegara mencapai 52.488 wisatawan, dan pada tahun 2015 jumlah wisatawan Nusantara mencapai 3.771.067, dan untuk wisatawan Mancanegara mencapai 53.879 wisatawan, dan pada tahun 2016 jumlah wisatawan Nusantara mencapai 4.688.681, dan untuk wisatawan Mancanegara mencapai 85.644 wisatawan.

Peningkatan ini merupakan usaha dan kerja keras dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam melaksanakan program dan kegiatan yang mampu menarik jumlah kunjungan wisatawan untuk hadir mengikuti acara direct sale, pertunjukan seperti festival, pagelaran musik dan tari traditional dan modern serta berbagai kegiatan lainnya. Adapun kegiatan atau event-event yang di adakan di kota Makassar, sebagai berikut:

- Makassar Internasional Festival and Forum (F8), Makassar Interfood
- Makassar Culinary Night
- Eksebisi Promosi Pariwisata, (Bazaar Solidario) KBRI Madrid, Spanyol

---

<sup>25</sup> <http://m.detik.com/travel/advertorial-news-blok-travel/d-3638231/makassar-f8-bawa-dampak-positif-untuk-masyarakat>

- Makassar Travel Fair
- Festival Losari, dan lain-lain

Selain program yang dilaksanakan, kegiatan pariwisata juga tidak bisa lepas dari aktivitas yang mampu menarik massa untuk hadir mengikuti acara pertunjukan seperti festival, pagelaran musik dan tari traditional dan modern serta berbagai kegiatan lainnya. Event-event ini dapat mendatangkan wisatawan lokal, nusantara maupun mancanegara, event yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga dapat menstimulasi orang untuk datang sekaligus terjadinya transaksi ekonomi yang cukup signifikan.<sup>26</sup>

Dengan upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana Promosi Kota Makassar dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan mempermudah pengguna dalam melakukan perjalanan, baik itu perjalanan bisnis, berlibur dan lain lain, yang bersumber dari sektor Pariwisata dengan memanfaatkan Internet atau elektronik sebagai sarana Promosi.

Sistem komunikasi dan ketersediaan teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pariwisata berbasis digital dapat menjadi peluang bagi pemerintah daerah untuk mendukung sistem berbasis online. Sistem komunikasi kota makassar telah berfungsi dengan baik dan wisatawan dapat memanfaatkan jaringan komunikasi tersebut.

Terlepas dari semua penjelasan diatas maka perlu diketahui dimana dalam mempromosikan pariwisata melalui internet dan mengoptimalkan pengembangan informasi pariwisata di kota Makassar, maka pemerintah kota Makassar menjalin kerja sama dengan PT.Telkom Indonesia dalam rangka menyediakan fasilitas internet wifi agar berbagai komponen kota terkoneksi dalam berbagai bidang, terkhusus pada titik kegiatan utama

---

<sup>26</sup> Laporan Kerjan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar Tahun Anggaran 2016

Masyarakat kota Makassar dan implementasi program pengembangan Smart City pun berjalan dengan baik.

Adapun jalinan kerja sama itu merupakan MoU perdana yang dilakukan oleh Pemerintah kota Makassar dibawa pengawasan Wali Kota Makassar Mohammad Ramdhan Pomanto yang terpilih periode 2014-2019. “Menurut Wali kota Makassar bahwa bentuk pengembangan kota makassar berbasis teknologi informasi ini memudahkan kita dalam mengakses internet yang menjadi salah satu prioritasnya.”<sup>27</sup>

Selain pemkot dan PT Telkom Indonesia atau pihak Swasta lainnya seperti, asosiasi resort dan hotel, asosiasi restoran dan lain-lain, individu pun ikut berperan penting dalam mengembangkan dan mempromosikan pariwisata kota Makassar. Sejauh ini tahapan dalam mempromosikan pariwisata berbasis elektronik di kota Makassar terbilang jauh lebih baik karena terbukti, dengan adanya peningkatan kunjungan wisatawan pertahunnya, baik wisatawan Nusantara maupun wisatawan Mancanegara.

Berdasarkan informasi data di atas dapat disimpulkan bahwa angka kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara terus mengalami peningkatan, hal ini berarti bahwa kota Makassar sudah sangat baik untuk dikunjungi wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Peningkatan yang signifikan ini juga seiring dengan kebijakan dan program pemerintah yang memberi kemudahan untuk berinvestasi di Kota Makassar.

Berbagai program dan kegiatan dalam mempromosikan pariwisata kota Makassar terus digalakkan baik dengan mengikuti pasar wisata di dalam dan di luar negeri, juga melakukan event-event dalam rangka menarik wisatawan datang ke Kota Makassar. Pencanaan program promosi pariwisata pada kurun waktu empat tahun yang lalu (2011-

---

<sup>27</sup> [Sulawesi.bisnis.com/m/read/20140508/11/177808/gandeng telkom pemkot makassar kembangkan smart city](http://Sulawesi.bisnis.com/m/read/20140508/11/177808/gandeng_telkom_pemkot_makassar_kembangkan_smart_city)

2014) telah membuahkan hasil yang signifikan, karena didukung dengan program yang jelas dan terarah.

Pada tahun 2011 sampai dengan 2012 telah dilakukan kerjasama dengan pihak industri (PHRI dan ASITA) untuk mempersiapkan jumlah kamar hotel, sekaligus peluncuran Makassar sebagai *Pintu Gerbang Pariwisata Kawasan Timur Indonesia*. Disusul di tahun 2013 sampai dengan tahun 2014 telah dicanangkan promosi bersama dengan kabupaten atau kota di Sulawesi Selatan dan peluncuran Makassar menjadi Living Room atau kota keluarga bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara dan yang terkini adalah Makassar sebagai Kota Dunia sebagai visi kepala daerah. Program ini menuju obsesi bahwa Makassar lebih percaya diri menjadi lokomotif pariwisata di kawasan Timur Indonesia.

## **PENUTUP**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka pada bab terakhir ini berisikan kesimpulan dari penulisan skripsi serta berisikan saran-saran yang bermanfaat guna untuk pengembangan selanjutnya.

### **A. Kesimpulan**

Dari pembahasan yang telah diuraikan maka penulis mencoba membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan sistem informasi berbasis Web ataupun aplikasi dapat membantu kelancaran kegiatan operasional Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar serta dapat memperluas jangkauan informasi pariwisata dibandingkan dengan menggunakan sistem manual.
2. Dengan adanya sistem Informasi Pariwisata berbasis Web di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar dapat mengaplikasikan penggunaan dalam melayani informasi.
3. Sistem Informasi Pariwisata yang telah dirancang ini dapat memberikan informasi mengenai data dan tempat-tempat destinasi pariwisata kota makassar yang selalu di update.

### **B. Saran**

Teknologi Informasi menjadi pilihan utama dalam menciptakan sistem informasi lembaga atau instansi yang tangguh sehingga mampu menghasilkan keunggulan yang kompetitif dan menjadi strategi unggulan ditengah persaingan yang semakin kuat saat ini. karena itu dengan hasil penelitian ini di harapkan:

1. Sebaiknya Pemerintah Kota Makassar perlu mengoptimalkan jaringan khususnya jaringan 4G disemua tempat, agar lebih mempercepat pengguna dalam mengakses informasi yang dibutuhkan.
2. Sebaiknya Pihak Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pariwisata Kota Makassar lebih mengenalkan atau mempromosikan aplikasi Makassar Tourism kepada khalayak, agar lebih banyak masyarakat lokal maupun manca negara yang mengetahui adanya aplikasi tersebut, sehingga lebih banyak lagi yang menggunakan atau mendownload aplikasinya, sehingga dengan mudah mereka mengetahui informasi, dan destinasi-destinasi pariwisata kota makassar agar bisa menarik minat calon pengunjung, karena aplikasi tersebut lebih mempermudah pengguna.
3. Sebaiknya dalam Aplikasi Makassar Tourism ini harus di cantumkan tentang petunjuk yang jelas ke arah atau tujuan selanjutnya dalam melakukan aktifitas pada fitur-fitur tersebut.
4. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian pada suatu kegiatan tertentu yang ada di Dinas Pariwisata karena setiap lembaga atau organisasi memiliki strategi promosi pariwisata yang bervariasi.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

Ali Hasan, S.E., M.M. *“Tourism Marketing”* CAPS(Center for Academic Publishing Service) hal 460

Dr. Mochtar Mas’oed *“Ekonomi-Politik Internasional dan Pembangunan”* penerbit Pustaka Pelajar, hal 193

Kuswana, Dadang. 2011 *“Metode Penelitian Sosial”* CAPS. Bandung. Hal.5.

Usman , Purnomo Setiady Akbar. 2006, *“Metode Penelitian Sosial”* ,Bumi Aksara

Walter Carlsnaes, Thomas Risse, Beth A Simmons *“HandBook Hubungan Internasional”*,  
hal 436

**Jurnal :**

Augie D. Manuputty & Andeka Rocky Tanaamah *“Kepariwisata Berbasis E-Tourism di Indonesia”*

Tonny Dian Effendi *“e-diplomasi Pemerintah Daerah di Indonesia”* di post pada agustus 11, 2008

Gusti Idriasih *“Diplomasi Indonesia melalui kampanye Wonderful Indonesia dalam meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional”*

Putu Nopa Gunawan: *“Makassar Smart City 2030”*

Laode Muhamad Fathun: *“Para Diplomasi Menuju Kota Dunia*

**Internet :**

Jefri Turu'Pabuntang *“Definisi digital diplomasi, e-diplomasi, internet diplomasi dan batasan diplomasi”*

Sulawesi.bisnis.com/m/read/20140508/11/177808/gandeng telkom pemkot makassar kembangkan smart city

[http://internationalrelationsjefri.blogspot.co.id/2015/06/definisi digital diplomacy ediplomacy.html?m=1](http://internationalrelationsjefri.blogspot.co.id/2015/06/definisi-digital-diplomacy-ediplomacy.html?m=1)

<http://makassarkota.go.id/105-sejarahkotamakassar.html>

<http://makassarkota.go.id/110-geografiskotamakassar.html>

<http://www.tourism-makassar.id/dokumen-renstra-dinas-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-kota-makassar-2014-2019.html>

<http://www.tourism-makassar.id/laporan-kinerja-dinas-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-kota-makassar-tahun-2016.html>

<http://m.detik.com/travel/advertorial-news-blok-travel/d-3638231/makassar-f8-bawa-dampak-positif-untuk-masyarakat>

UNIVERSITAS

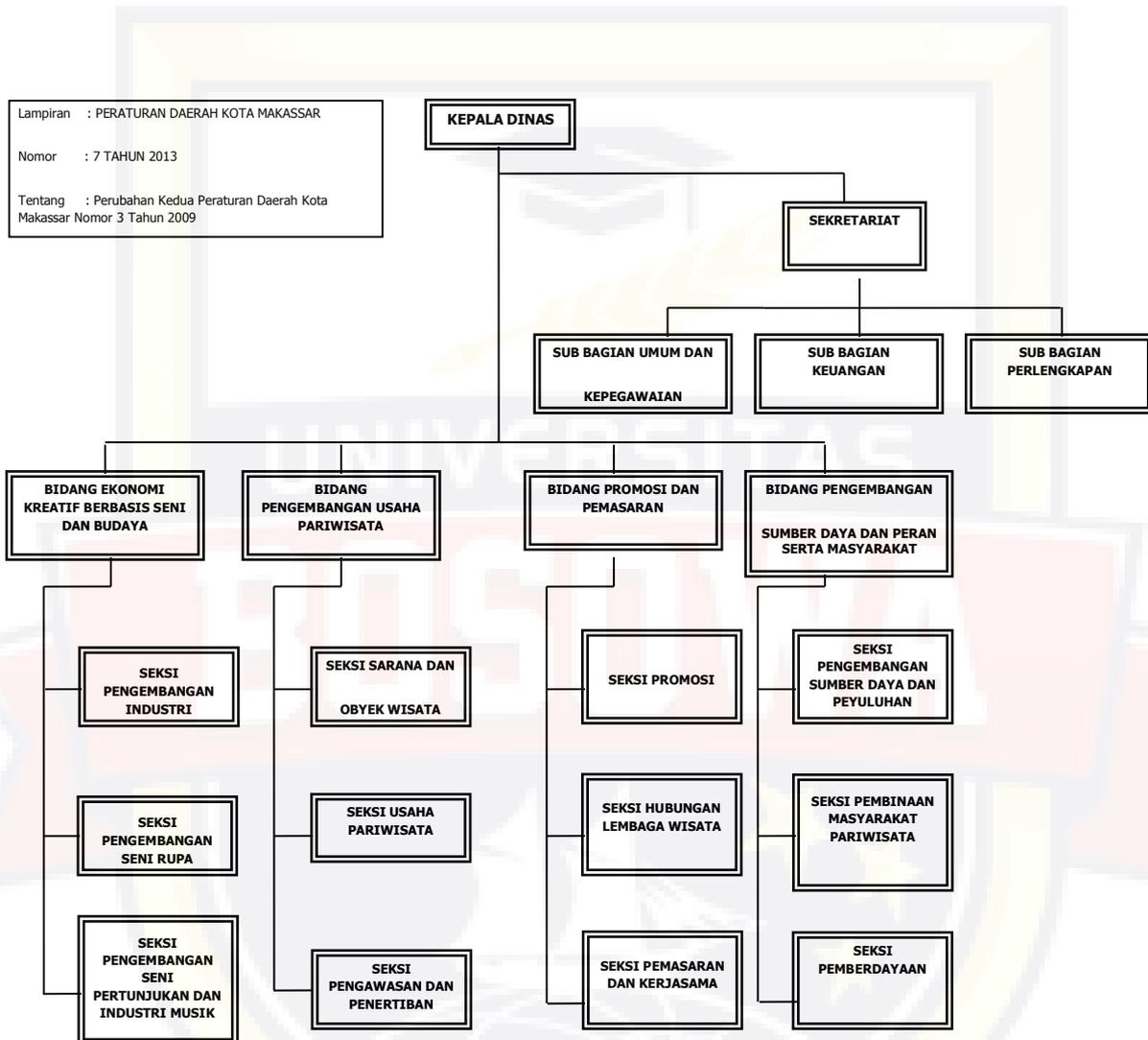
**BOSOWA**

**Daftar Tabel dan Gambar:**



## Gambar Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar

sebagai berikut:



Tabel :

### Tujuan, Sasaran, Strategi, dan Kebijakan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar

**Misi 1:** Peningkatan promosi dan pemasaran pariwisata yang terarah dan

terencana

<b>Tujuan</b>	<b>Sasaran</b>	<b>Strategi</b>	<b>Kebijakan</b>
Mewujudkan koordinasi promosi dan pemasaran pariwisata melalui kejasama antara lembaga dan peningkatan mutu promosi dan pemasaran	Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara  Meningkatnya kerja sama antar lembaga dalam melaksanakan promosi dan pemasaran pariwisata	Meningkatkan kualitas media dan jangkauan promosi  Meningkatkan aksesibilitas informasi pariwisata  Meningkatkan kualitas event (pertunjukan, konvensi dan perhelatan) dengan perencanaan konsep yang matang disesuaikan dengan minat wisatawan  Meningkatkan koordinasi dan integrasi program promosi dan pemasaran pariwisata  Meningkatkan dan memperkuat kerjasama antar lembaga dalam pengembangan pariwisata	Pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi dan pemasaran pariwisata  Peningkatan kualitas event berbasis minat wisatawan  Pemanfaatan jaringan kerja sama lembaga dalam mengefektifkan promosi pariwisata

**Misi 2:** Penataan dan pengembangan usaha industri pariwisata dalam meningkatkan daya saing

<b>Tujuan</b>	<b>Sasaran</b>	<b>Strategi</b>	<b>Kebijakan</b>
Mewujudkan koordinasi promosi dan pemasaran pariwisata melalui kerjasama antar lembaga dan peningkatan mutu	Meningkatnya sarana dan prasarana penunjang kepariwisataan yang berdaya saing	Meningkatkan kualitas aksesibilitas, aktraksi, akftitas, akomodasi dan pada destinasi  Meningkatkan	Pengembangan sarana dan prasarana pada destinasi wisata  Pengembangan usaha industri

promosi dan pemasaran pariwisata	Meningkatnya kesadaran dan kepatuhan para pelaku usaha industri pariwisata dalam mendukung upaya pengembangan pariwisata daerah	koordinasi usaha industri pariwisata dengan para pemangku kebijakan  Meningkatkan pengawasan dan pembinaan terhadap usaha industri pariwisata	pariwisata
----------------------------------	---	---	------------

**Misi 3:** Meningkatkan kompetensi dan daya saing SDM pariwisata dan ekonomi kreatif yang berstandar Internasional

<b>Tujuan</b>	<b>Sasaran</b>	<b>Strategi</b>	<b>Kebijakan</b>
Menyediakan SDM pariwisata yang membantu serta menjamin ketersediaan ruang bagi masyarakat untuk berperan serta dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif	Meningkatnya sistem pengembangan kualitas dan kuantitas SDM pariwisata melalui rekrutmen berdasarkan standarisasi, sertifikasi dan pendidikan berkelanjutan  Meningkatnya pemahaman dan peran serta kelompok-kelompok masyarakat dan pelaku ekonomi kreatif melalui pembinaan dan peningkatan kapasitas	Meningkatkan kompetensi kenis tenaga kerja sektor pariwisata dan ekonomi kreatif  Melakukan sosialisasi dan penyuluhan dasar wisata dan sapta pesona  Melakukan pengembangan pemberdayaan masyarakat destinasi pariwisata	Peningkatan wawasan kepariwisataan masyarakat

**Misi 4:** Mengembangkan potensi ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya

<b>Tujuan</b>	<b>Sasaran</b>	<b>Strategi</b>	<b>Kebijakan</b>
Mewujudkan pengelolaan potensi ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya dalam meningkatkan kreatifitas pelaku	Meningkatnya ketersediaan data dan informasi terkait potensi ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya	Menyusun data base pelaku dan hasil karya seni industri ekonomi kreatif  Mendorong	Pengelolaan data informasi ekonomi kreatif berbasis Informasi Teknologi (IT)

seni dan hasil karya yang dihasilkan	Meningkatnya fasilitas pengembangan hasil karya seni melalui berbagai jenis kegiatan pemasaran	pengembangan kreatifitas pelaku industri kreatif secara profesional  Meningkatkan senergitas dalam pengembangan hasil karya seni di masyarakat	Pengembangan ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya
<b>Misi 5:</b> Meningkatkan kapasitas kelembagaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif			
<b>Tujuan</b>	<b>Sasaran</b>	<b>Strategi</b>	<b>Kebijakan</b>
Meningkatkan kualitas pelayanan SDM aparatur serta mewujudkan pengelolaan program, anggaran dan barang milik daerah secara efektif, efisien sesuai ketentuan	Meningkatnya profesionalisme SDM aparatur melalui perluasan akses pendidikan dan pelatihan  Meningkatnya kualitas perencanaan program, anggaran dan barang milik daerah dalam pencapaian kinerja melalui pengefaluasian laporan serta pengembangan sistem informasi	Meningkatkan kualitas pelayanan aparatur  Meningkatkan dukungan manajemen sumber daya aparatur  Meningkatkan kualitas pengelolaan barang milik daerah	Penyelenggaraa n tata pemerintahan yang baik

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar; Renstra 2014-2019

**Gambar Aplikasi Makassar Tourism sebagai berikut :**

*Gambar Start Guide*



*Gambar Guide Menu*



*Sumber : Aplikasi Makassar Tourism*

**Tabel:**

**Data Pengunjung Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara tahun 2014-2016 sebagai berikut:**

*Tabel Angka Kunjungan Wisatawan Nusantara (Wisnus) dan Wisatawan Mancanegara (Wisman) Kota Makassar Tahun 2014 s/d 2016*

Tahun	Jumlah Wisata Nusantara (Wisnus)	Jumlah Wisata Mancanegara (Winman)
-------	----------------------------------	------------------------------------

2014	3.636.017	52.488
2015	3.771.067	53.879
2016	4.688.681	85.644

*Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar; Renstra 2014-2019*



# UPAYA PEMERINTAH KOTA MAKASSAR DALAM MENGEKEMBANGKAN E-DIPLOMASI SEBAGAI SARANA PROMOSI PARIWISATA

**Irma Puiya**

Jalan Suka Maju 6 nomor 22 Kota Makassar  
(ima\_sadhyna@yahoo.co.id)  
Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bosowa  
Makassar, 90231, Makassar  
081245076632

## ABSTRAK

Tujuan pengembangan sistem informasi berbasis digital atau internet ini adalah untuk mempromosikan wisata Kota Makassar Sulawesi Selatan. Sistem informasi berbasis Web atau Aplikasi adalah media yang memiliki unsur teks, gambar, video suara. Seperti media informasi lainnya, keberhasilan media ini juga ditentukan oleh keberhasilan penyampain pesan yang dibawanya. Dalam perancangan sistem informasi pariwisata berbasis web atau online di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar terdapat prosedur yang dilakukan untuk mengumpulkan data, yaitu dua jenis data berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer yang digunakan adalah observasi langsung dalam pengembangan dan promosi pariwisata berbasis online di kota Makassar. selain obserfasi juga dilakukan wawancara tak terstruktur, dimana wawancara secara sistematis. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah data mengenai pariwisata dan diplomasi dari buku, dan browsing di internet. Hasil rancangan sistem informasi pariwisata berbasis web atau online yang diharapkan mampu menjadi sebuah media yang dapat mempromosikan wisata kota makassar lebih dikenal oleh khalayak.

**Kata Kunci:** *Kota Makassar, Sistem Informasi Elektronik, Dinas Pariwisata, Web, Makassar Tourism.*

## PENDAHULUAN

Pada saat ini sektor pariwisata Indonesia merupakan salah satu sektor unggulan dalam perekonomian Nasional yang perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Kondisi seperti ini akan mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi Negara dengan event multiplayer. Oleh karena itu hal yang paling mendasar dan perlu diperhatikan adalah ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh masing-masing Stake Holders Industri Pariwisata, baik pada tingkat Nasional, Wilayah maupun Kawasan yang dikembangkannya.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataannya bahwa, Pembangunan Pariwisata perlu ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan usaha, meningkatkan penerimaan devisa serta memperkenalkan alam kebudayaan bangsa Indonesia. Selain itu pembangunan kepariwisataan harus tetap memperhatikan jumlah penduduk. Karena jumlah penduduk akan menjadi salah satu modal utama dalam pembangunan kepariwisataan pada masa sekarang dan akan datang, karena memiliki fungsi ganda, disamping sebagai aset sumber daya manusia, juga berfungsi sebagai sumber potensi wisatawan nusantara.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan suatu konsep atau rumusan perencanaan pengembangan kepariwisataan secara Nasional (RIPPNA), regional atau provinsi (RIPP-Provinsi), dan lokal kota serta kabupaten (RIPP-kota/kabupaten). Khusus di tingkat pemerintah kota makassar, maka penyusunan induk pembangunan Pariwisata (RIPP) Kota Makassar merupakan penjabaran dari RIPNAS dan RIPP Provinsi Sulawesi Selatan.

Pemerintah Kota Makassar menyatakan bahwa daerah yang mempunyai berbagai objek wisata yang potensial dan dilatar belakangi oleh kesadaran dan kemauan politik (Political Will). Agar lebih meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersumber dari sektor pariwisata dan dapat diciptakan pembangunan yang serasi dan seimbang antara semua sektor dengan tetap mengacu kepada Rencana Umum Tata Ruang Wilayah Kota Makassar, sehingga kedudukan RIPP kota Makassar menjadi acuan dalam perencanaan pariwisata yang lebih detail atau teknis.

Potensi pengembangan Sektor Pariwisata di kota Makassar mempunyai prospek yang cukup potensial karena mempunyai berbagai jenis obyek wisata seperti: wisata bahari, wisata kuliner, wisata sejarah serta seni budaya dan lain-lain. Agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan maka, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Makassar perlu melakukan promosi wisata yang terdiri dari promosi dalam dan luar Negeri, seperti halnya menerbitkan booklet, membuat video atau audio, pemasangan berbagai iklan dan artikel majalah internasional, serta berpartisipasi didalam event-event regional, Nasional dan Internasional yang berkaitan dengan promosi Pariwisata Kota Makassar.

Untuk keberhasilan kepariwisataan Kota Makassar, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di harapkan dapat melaksanakan fungsi sebagai produsen sekaligus sebagai koordinator dari beberapa kepariwisataan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di kota Makassar dengan jalan promosi. Demikian pula terhadap promosi Pariwisata yang diadakan adalah untuk memberitahukan, membujuk atau mengingatkan, konsumen atau wisatawan supaya wisatawan

yang bersangkutan mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke kota atau daerah yang telah di promosikan. Maka promosi harus dilakukan melalui media komunikasi yang efektif, sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbeda-beda.<sup>28</sup>

## **METODE PENELITIAN**

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian maka tipe penelitian ini bersifat deskriptif analisis yang berusaha menggambarkan bagaimana aktivitas dan kondisi Kota Makassar yang menitik beratkan pada pemanfaatan e-diplomasi dalam Pengembangan Sektor Pariwisata.

Namun, untuk menambah sumber data penulis juga menggunakan telaah pustaka (*library research*) yaitu dengan cara mengumpulkan data dari literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas, dan kemudian menganalisisnya. Literatur ini berupa buku-buku, jurnal- jurnal, majalah, surat kabar, dan situs-situs internet ataupun laporan-laporan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan penulis teliti.

Jenis data yang penulis gunakan adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur dan hasil olahan yang diperoleh dari berbagai sumber. Adapun data sekunder yang dibutuhkan adalah, bagaimana Kondisi Perkembangan Sektor Pariwisata berbasis E-diplomasi di Kota Makassar. dan; Strategi Pemerintah kota Makassar dalam Pengembangan Pariwisata berbasis E-diplomasi.

Sedangkan data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan melalui, Observasi yaitu dengan melihat secara langsung bagaimana penerapan E-diplomasi di Kota Makassar dalam Sektor Pariwisata. Adapun data Primer yang di butuhkan adalah, Wawancara yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan terkait Pengembangan promosi Pariwisata berbasis online atau internet di Kota Makassar. Adapun yang akan diwawancarai seperti Badan Instansi (dinas pariwisata), dan Masyarakat.

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah teknik analisis data kualitatif, dimana permasalahan digambarkan berdasarkan fakta-fakta yang ada kemudian dihubungkan antara fakta yang satu dengan fakta yang lainnya, kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Penulis menggunakan teknik ini karena bisa mewakili hal- hal yang akan di analisis oleh penulis sehingga dapat melahirkan teori yang cocok untuk membedah permasalahan yang ada. Oleh karena itu, menghasilkan hipotesa bahwa penggunaan E-diplomasi dalam kinerja Pemkot Makassar dalam mengembangkan pariwisata sangat bermanfaat terbukti dengan keterlibatan Perusahaan atau Instansi swasta maupun individu dalam hal mempromosikan Potensi dan Budaya kota Makassar.

---

<sup>28</sup> “Aktifitas promosi dinas kebudayaan dan pariwisata kota makassar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan” <http://www.mysciencework.com/publication/download>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### C. Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana Promosi Pariwisata

Berdasarkan temuan Peneliti, Pemerintah Kota Makassar melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata. Adapun Upaya yang dimaksud adalah:

#### A.1 Mengembangkan Kebijakan Terkait Pengembangan Wisata Berbasis E-diplomasi di Kota Makassar

Dalam Mengembangkan Kebijakan tersebut, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar membuat kebijakan yang berpatokan dengan Visi dan Misi Wali Kota Makassar yang terpilih. Dilihat dari visi, misi dan tujuan Dinas Pariwisata Makassar, oleh sebab itu dibuatlah kebijakan dalam Mengembangkan pariwisata kota Makassar sebagai Destinasi Pariwisata Dunia adalah sebagai berikut: Pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi dan pemasaran pariwisata, Peningkatan kualitas event berbasis minat wisatawan, Pemanfaatan jaringan kerja sama lembaga dalam mengefektifkan promosi pariwisata, Mengembangkan sarana dan prasarana pada destinasi wisata, Mengembangkan usaha industri pariwisata. Penguatan kapasitas SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Meningkatkan wawasan Kepariwisata Masyarakat, Mengelola data Informasi Ekonomi Kreatif berbasis IT, Mengembangkan Ekonomi Kreatif berbasis seni dan budaya, Menyelenggarakan Tata Pemerintahan yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti melalui metode Wawancara peneliti dengan salah satu staf dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kota Makassar di bidang promosi Pariwisata, yang di jabat oleh Ibu Merita Ekawati Mustika. Penulis mencatat bahwa dalam mempromosikan Pariwisata;

*“Dinas Pariwisata kota Makassar melakukan promosi eksebis di Nusantara maupun Mancanegara, baik melalui media dan lain-lain”.*<sup>29</sup>

Terbukti promosi Pariwisata melalui media, saat ini telah diterapkan, dengan dibuatkan website kota Makassar dan Dinas-dinas terkait khususnya Dinas Pariwisata. Mengingat Teknologi Informasi dan Komunikasi saat ini sangat berkembang maka kota Makassar maka pihak yang terkait merekomendasikan Aplikasi berbasis online atau Elektronik saat ini telah dikembangkan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kota Makassar, dengan tujuan lebih mempermudah mereka dalam mempromosikan destinasi yang ada di Kota Makassar. selain dinas terkait, Aplikasi ini (Makassar Tourism) juga mempermudah informan untuk mengakses informasi yang diperlukan.

Untuk mendukung jalannya Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata, maka Pemerintah juga melakukan langkah-langkah yang lebih terstruktur dan bertahap. Adapun tahapannya, sebagai berikut:

- Pengembangan Infrastruktur Wisata berbasis E-diplomasi di Kota Makassar

---

<sup>29</sup> Wawancara Langsung dengan ibu Merita Ekawati Mustika “Selaku Badan Promosi Pariwisata Kota Makassar”. tanggal 7 juli 2017, pukul 10.30 wit

Pengembangan Infrastruktur Pariwisata di Kota Makassar merupakan salah satu aktivitas yang sangat mendukung atau menunjang perkembangan Pariwisata setempat. Maka dari itu, Pemerintah Kota Makassar mengembangkan infrastruktur Pariwisata berbasis E-diplomasi ini sebagai sarana dan prasarana wisata dengan memanfaatkan teknologi informasi, dengan itu Pemerintah kota Makassar menyediakan wifi dengan tujuan lebih meningkatkan aktifitas yang berkaitan dengan pengembangan wisata berbasis E-diplomasi.

Contoh penyediaan wifi yang di tempatkan di tempat-tempat wisata seperti; di transportasi berupa mobil internet, Bus Pariwisata hotel dan lain-lain guna untuk menjangkau tempat-tempat yang kurang stabil akan jaringan internetnya, mempermudah pengunjung dalam mengakses informasi yang “dibutuhkan”. Adapun infrastruktur yang memabntu mengembangkan wisata berbasis E-diplomasi, seperti, aplikasi Makassar Tourism. Dimana aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi yang membantu pemerintah kota Makassar dalam mempromosikan wisata yang ada di kota Makassar.

➤ Mengoptimalisasi Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Digital atau Elektronik di Kota Makassar

Sebagai salah satu destinasi wisata yang mendapat prioritas pengembangan dari berbagai sektor, maka sistem informasi pariwisata berbasis digital harus di optimalisasikan sehingga perlu melakukan langkah-langkah strategis dalam mendorong pengembangan pariwisata.

Sistem informasi yang baik, mudah diakses dan up to date, menjadi salah satu langkah yang dijalankan. Ketersediaan sistem informasi pariwisata ini tidak terlepas dari peran pemerintah kota atau daerah, peran Dinas Pariwisata dan Perusahaan-perusahaan Swasta dan Individu.

Dalam konteks penelitian ini, sistem informasi pariwisata berbasis digital dapat dilakukan secara online, dengan memanfaatkan teknologi internet misalnya website dan media sosial berupa facebook, instagram dan lain-lain.

➤ Mengoptimalisasi Aktifitas Pemerintah Dalam Mendukung Sistem Informasi Pariwisata berbasis Elektronik

• Website

Saat ini pemerintah kota Makassar yang telah memiliki website dengan fungsi utama memberikan informasi kepada publik khususnya pada calon wisatawan mengenai apa dan bagaimana potensi pariwisata kota makassar. websaite ini telah menawarkan informasi dalam dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

Website pemerintah kota yang berhubungan dengan kepariwisataan kota makassar dan memberikan informasi mengenai pariwisata dan aspek-aspek lain, misalnya akomodasi, sistem transportasi serta event dan jenis pariwisata yang dapat diikuti atau di nikmati oleh wisatawan. Namun demikian, website

pariwisata diharapkan dapat memberikan informasi ke wisatawan mengenai hal-hal yang dibutuhkan khususnya yang berhubungan dengan pariwisata.

Dan website dapat dijadikan contoh bagaimana mengelolah sistem informasi pariwisata yang berbasis digital. Dapat dikatakan bahwa pariwisata kota makassar telah di dukung dengan sistem informasi pariwisata berbasis website atau internet, meskipun sesungguhnya membutuhkan dukungan maksimal dalam bentuk penyediaan infrastruktur yang berkaitan dengan teknologi.<sup>30</sup>

- Media Sosial (Facebook, Twitter, Instagram)

Media Sosial berupa Facebook, Twitter, Instagram dan lain merupakan salah satu media yang digunakan oleh Pemerintah kota Makassar dalam mempromosikan Pariwisata kota Makassar, karena diketahui Media Sosial ini memungkinkan orang lebih mudah untuk tetap berhubungan dengan teman dan keluarga, maupun orang lain.

Media sosial berupa Facebook, Twitter, Instagram, diketahui sangat bagus karena memiliki peran besar dalam mendatangkan wisatawan, media sosial juga menyediakan pilihan untuk mengelolah dan mempromosi visibilitas resort atau destinasi, media sosial juga sangat bagus dalam menanggapi umpan balik dan kritik dari wisatawan.

- Aplikasi Makassar Tourism

Aplikasi Makassar Tourism ini merupakan salah satu aplikasi yang berbasis online yang di publikasikan oleh pemerintah kota Makassar khususnya oleh Dinas Pariwisata dan Badan Ekonomi Kreatif kota Makassar. dimana dalam aplikasi tersebut telah tercantum berbagai fitur-fitur atau menu-menu utama yang bisa mengenalkan kepada pengguna baik lokal maupun mancanegara dalam keperluannya seputar kota makassar, seperti tempat-tempat wisata, informasi transportasi, kalender event-event di kota makassar dan mengenalkan kebudayaan lokal.

#### **D. Dampak Positif dari Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam Mengembangkan E-diplomasi Sebagai Sarana Promosi Pariwisata**

Pariwisata sering kali dipersepsikan sebagai mesin ekonomi penghasil devisa, namun demikian pada prinsipnya pariwisata memiliki spectrum fundamental pembangunan yang lebih luas dan pada dasarnya ditujukan untuk meningkatkan persatuan dan kesatuan; Penghapusan Kemiskinan (poverty alleviation), Pembangunan Berkesinambungan (sustainable development), Pemenuhan Kebutuhan Hidup dan Hak Azasi Manusia, Peningkatan Ekonomi dan Industri Kreatif; dan Pengembangan Teknologi.

Pembangunan pariwisata mampu memberikan kesempatan bagi seluruh rakyat Indonesia untuk berusaha dan bekerja. Kunjungan wisatawan ke sautu daerah dapat memberikan manfaat yang sebesar besarnya bagi peningkatan kesejahteraan

---

<sup>30</sup> <http://www.tourism-makassar.id>

masyarakat. Dengan demikian pariwisata akan mampu memberi andil besar dalam penghapusan kemiskinan diberbagai daerah yang miskin potensi ekonomi selain potensi alam dan budaya bagi kepentingan pariwisata.

Dengan sifat kegiatan pariwisata yang menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya dan keramahtamahan pelayanan, sedikit sekali sumberdaya yang habis digunakan untuk menyokong kegiatan ini. Bahkan berdasarkan berbagai contoh pengelolaan kepariwisataan yang baik, kondisi lingkungan alam dan masyarakat di suatu destinasi wisata mengalami peningkatan yang berarti sebagai akibat dari pengembangan kepariwisataan di daerahnya.

Pariwisata pada masa kini telah menjadi kebutuhan dasar kehidupan masyarakat modern. Pada beberapa kelompok masyarakat tertentu kegiatan melakukan perjalanan wisata bahkan telah dikaitkan dengan hak azasi manusia khususnya melalui pemberian waktu libur yang lebih panjang dan skema paid holidays. Pengelolaan kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang baik dan berkelanjutan mampu memberikan kesempatan bagi tumbuhnya ekonomi disuatu destinasi pariwisata.

Penggunaan bahan dan produk local dalam proses pelayanan di Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif akan mamberikan kesempatan kepada Industri Lokal untuk berperan dalam penyediaan barang dan jasa. Syarat utama dari hal tersebut diatas adalah kemampuan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif setempat dalam memberikan pelayanan berkelas dengan menggunakan bahan dan produk local yang berkualitas.

Dengan semakin kompleksnya dan tingginya tingkat persaingan dalam mendatangkan wisatawan ke suatu destinasi, kebutuhan akan teknologi tinggi khususnya teknologi industri akan mendorong destinasi pariwisata mengembangkan kemampuan penerapan teknologi terkini. Maka pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif akan memberikan manfaat bagi masyarakat dan pemerintahan di berbagai daerah yang lebih luas dan bersifat fundamental. Kepariwisataan akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan suatu daerah dan terintegrasi dalam kerangka peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

✓ Dampak positif yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Makassar untuk Masyarakat setempat terbukti berhasil, salah satu contohnya yaitu dengan adanya penyelenggaraan ajang “Makassar Internasional Eight Festival and Forum (F8)” yang dibuka pada rabu 06 september 2017 terasa dampaknya dimana lokasi tersebut dipadati pengunjung dan hotel-hotel setempatpun banyak yang full booking.

Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Sulawesi Selatan “Anggiat Sinaga” mengatakan 38 hotel anggota PHRI Sulsel memang sudah mengantisipasi penyelenggaraan F8. Bahkan seluruh hotel telah menyiapkan paket menarik yang ditawarkan pada wisatawan. Paket tersebut mulai dari paket menginap empat hari dan gartis satu malam. Promo tersebut sudah termasuk sarapan pagi serta fasilitas antar dan jemput ke lokasi ajang penyelenggaraan F8.

Selain menjadi atraksi dan destinasi bagi Masyarakat serta wisatawan, ajang ini juga disambut baik oleh para penjaja makanan khas lokal di Makassar

seperti pisang epe dan lain-lain. Para penjual makanan khas lokal tersebut bersyukur karena dagangannya terjual dengan cepat.<sup>31</sup>

- ✓ Selain itu dampak positif dari Upaya Pemerintah Kota Makassar dalam mengembangkan E-diplomasi sebagai sarana promosi Pariwisata, berdampak juga pada peningkatan jumlah pengunjung Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara dalam periode tiga tahun terakhir, dimana pada tahun 2014 jumlah wisatawan Nusantara yang berkunjung ke kota Makassar mencapai 3.636.017, dan dari wisatawan Mancanegara mencapai 52.488 wisatawan, dan pada tahun 2015 jumlah wisatawan Nusantara mencapai 3.771.067, dan untuk wisatawan Mancanegara mencapai 53.879 wisatawan, dan pada tahun 2016 jumlah wisatawan Nusantara mencapai 4.688.681, dan untuk wisatawan Mancanegara mencapai 85.644 wisatawan.

Peningkatan ini merupakan usaha dan kerja keras dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam melaksanakan program dan kegiatan yang mampu menarik jumlah kunjungan wisatawan untuk hadir mengikuti acara direct sale, pertunjukan seperti festival, pagelaran musik dan tari traditional dan modern serta berbagai kegiatan lainnya.

Berbagai program dan kegiatan dalam mempromosikan pariwisata kota Makassar terus digalakkan baik dengan mengikuti pasar wisata di dalam dan di luar negeri, juga melakukan event-event dalam rangka menarik wisatawan datang ke Kota Makassar.

## **PENUTUP**

Teknologi Informasi menjadi pilihan utama dalam menciptakan sistem informasi lembaga atau instansi yang tangguh sehingga mampu menghasilkan keunggulan yang kompetitif dan menjadi strategi unggulan ditengah persaingan yang semakin kuat saat ini.

Maka Dari pembahasan yang telah diuraikan maka penulis mencoba membuat kesimpulan sebagai berikut, Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan sistem informasi berbasis Web ataupun Berbasis Aplikasi dapat membantu kelancaran kegiatan operasional Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar serta dapat memperluas jangkauan informasi pariwisata dibandingkan dengan menggunakan sistem manual.

Dengan adanya sistem Informasi Pariwisata berbasis Web di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar dapat mengaplikasikan penggunaan dalam melayani informasi. Sistem Informasi Pariwisata yang telah dirancang ini dapat memberikan informasi mengenai data dan tempat-tempat destinasi pariwisata Kota Makassar yang selalu di update.

Selain itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian pada suatu kegiatan tertentu yang ada di Dinas Pariwisata karena setiap lembaga atau organisasi memiliki strategi promosi pariwisata yang bervariasi. Diharapkan Sebaiknya Pihak Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pariwisata Kota Makassar lebih mengenalkan atau mempromosikan aplikasi Makassar

---

<sup>31</sup> <http://m.detik.com/travel/advertorial-news-blok-travel/d-3638231/makassar-f8-bawa-dampak-positif-untuk-masyarakat>

Tourism kepada khalayak, agar lebih banyak masyarakat lokal maupun manca negara yang mengetahui adanya aplikasi tersebut, sehingga lebih banyak lagi yang menggunakan atau mendownload aplikasinya, sehingga dengan mudah mereka mengetahui informasi, dan destinasi-destinasi pariwisata kota makassar agar bisa menarik minat calon pengunjung, karena aplikasi tersebut lebih mempermudah pengguna. dan dalam Aplikasi Makassar Tourism ini harus di cantumkan tentang petunjuk yang jelas ke arah atau tujuan selanjutnya dalam melakukan aktifitas pada fitur-fitur tersebut.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya dan yang memberikan kekuatan bagi saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- Terima kasih kepada kedua Orang Tuaku Tercinta, Papa Yesrial Puiya dan Mama Ma'wa Hanafi yang selama ini telah membantu saya dalam bentuk Doa, dukungan, perhatian, kesabaran, beserta Kasih Sayang yang selalu diberikan kepada saya. Dan Terima kasih banyak juga buat Kakaku tercinta Rikho Puiya yang selalu memberiku semangat dalam membuat tugas akhir ini.
- Terima kasih banyak kepada Seluruh Dosen Universitas Bosowa Makassar yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama kuliah sampai dalam penulisan tugas akhir ini, terutama kepada Dosen-dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Bpk Arief Wicaksono S.Ip, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta dosen Penasehat Akademik saya, Bpk Zulkhair Burhan S.Ip, MA selaku ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional serta Dosen Pembimbing I (satu) saya, Ibu Rosnani S.Ip, MA selaku pembimbing II saya, dan dosen lainnya Ibu Finahliyah Hasan S.Ip, MA, Kak Asyari Mukrim S.Ip, MA, kak Fivi S.Ip, MA dan Kak Beche Bt. Mamma. S.Ip, MA.
- Terimakasih kepada Rekan-rekan seperjuangan di Universitas Bosowa Makassar, Khususnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu, yang selalu memberikan dorongan, semangat dan saran-saran yang berguna untuk saya hingga penulisan tugas akhir ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

1. Ali Hasan, S.E., M.M. *“Tourism Marketing”* CAPS(Center for Academic Publishing Service) hal 460
2. Dr. Mochtar Mas’oed *“Ekonomi-Politik Internasional dan Pembangunan”* penerbit Pustaka Pelajar, hal 193.
3. Kuswana, Dadang. 2011 *“Metode Penelitian Sosial”* CAPS. Bandung.Hal.5.
4. Usman , Purnomo Setiady Akbar. 2006, *“Metode Penelitian Sosial”* ,Bumi Aksara.
5. Walter Carlsnaes, Thomas Risse, Beth A Simmons *“HandBook Hubungan Internasional”*, hal 436.
6. “Aktifitas promosi dinas kebudayaan dan pariwisata kota makassar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan”  
<http://www.mysciencework.com/publication/download>.
7. Wawancara Langsung dengan ibu Merita Ekawati Mustika “Selaku Badan Promosi Pariwisata Kota Makassar”. tanggal 7 juli 2017, pukul 10.30 wit.
8. <http://www.tourism-makassar.id>
9. <http://m.detik.com/travel/advertorial-news-blok-travel/d-3638231/makassar-f8-bawa-dampak-positif-untuk-masyarakat>

**BOSOWA**