

PROMOSI PARIWISATA MELALUI *DIGITAL DIPLOMACY*: UPAYA INTERNASIONALISASI PARIWISATA DAERAH

Faturachman Alputra Sudirman¹, Wa Ode Dina Sarma², Fera Tri Susilawaty³

¹²³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Halu Oleo
Kampus Hijau Bumi Tridharma Anduonohu, Kendari, Indonesia

ABSTRAK

Dalam konteks otonomi daerah Pemerintah Daerah memiliki kesempatan untuk terlibat dalam aktivitas internasional untuk mengembangkan potensi daerah yang dimiliki. Melalui diplomasi digital memudahkan pemerintah daerah untuk mempromosikan potensi yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui diplomasi digital pemerintah daerah Wakatobi dalam mempromosikan pariwisata daerah di dunia internasional. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah informan sebanyak tiga orang berasal dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi digital pemerintah Daerah Wakatobi memanfaatkan media sosial, dan website dalam menginformasikan berbagai kegiatan dan potensi pariwisata daerah, selain itu juga melibatkan aktor negara dan non negara yang membantu pelaksanaan diplomasi digital.

Kata-kata Kunci: Diplomasi Digital; Promosi; Pariwisata; Wakatobi; Internasionalisasi

***TOURISM PROMOTION THROUGH DIGITAL DIPLOMACY:
INTERNATIONALIZATION WAKATOBI TOURISM***

ABSTRACT

In the context of regional autonomy, the Regional Government can engage in international activities to develop the region's potential. Through digital diplomacy, it is easy for local governments to promote their potential. This study aims to determine the Wakatobi local government's digital diplomacy in promoting regional tourism in the international world. The research method used in this research uses a qualitative approach with the number of informants as many as three people from the Tourism and Creative Economy Office of Wakatobi Regency. The findings in this study indicate that the regional Government of Wakatobi's digital diplomacy utilizes social media and websites in informing various local tourism activities and potential, while also involving non-state actors. They assist in the implementation of digital diplomacy.

Keywords: *Digital Diplomacy; Promotion; Tourism; Wakatobi; Internationalization*

PENDAHULUAN

Diplomasi memainkan peran penting dalam mengimplementasikan kebijakan luar negeri melalui hubungan bilateral, layanan konsuler, komunikasi dan negosiasi. Secara sederhana bagaimana membuat kebijakan satu negara dipahami dan diterima oleh negara lain (Todhunter, 2013). Diplomasi di abad ke 21 telah menunjukkan perubahan signifikan penggunaan platform dalam diplomasi publik. Penerapan teknologi informasi, media, dan Internet memperluas informasi dan komunikasi dunia dalam diplomasi dikenal dengan diplomasi digital. Implementasi penggunaan media sosial untuk tujuan diplomatik telah mengubah praktik bagaimana para diplomat dalam manajemen informasi, merencanakan strategi, negosiasi internasional, manajemen krisis dan sebagainya (Hanh, 2018).

E-diplomasi (juga dikenal sebagai diplomasi digital) adalah penggunaan teknologi komunikasi dan informasi untuk tujuan mencapai tujuan kebijakan luar negeri (Holmes, 2013). Tidak ada definisi tunggal dari istilah diplomasi digital itu sendiri (Hanson, 2010). Masing-masing negara memiliki pendekatan yang berbeda dalam praktik diplomasi digital. Beberapa ahli telah mendefinisikan e-diplomasi sebagai komponen elektronik dari diplomasi publik (Hanson, 2010) sementara yang lain berfokus pada usaha untuk menjalin hubungan luar negeri dan domestik melalui penggunaan media teknologi informasi (Effendi, 2008), pelengkap dari diplomasi tradisional yang dapat membantu suatu negara untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri, melalui penggunaan internet atau instrumen digital lainnya (Madu, 2018) atau secara umum penggunaan Web termasuk alat media sosial yang berkaitan fungsi TIK untuk menyelesaikan masalah kebijakan luar negeri (Al-Muftah, Weerakkody, Rana, Sivarajah, & Irani, 2018; Sivarajah, Irani, & Weerakkody, 2015).

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

Pariwisata dikenal sebagai salah satu sektor yang dapat mengambil manfaat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Cardoso, 2005). Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting bagi suatu negara untuk terus tumbuh. Pariwisata Wakatobi memiliki potensi kekayaan laut dan menjadi aktifitas wisata unggulan di kepulauan Wakatobi. Tidak

hanya wisatawan domestik namun juga wisatawan luar negeri yang berkunjung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan domestik ke Wakatobi mencapai 6402 orang. Sedangkan mancanegara mencapai 19035 wisatawan dengan total kunjungan sebanyak 25437 (Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi, 2019).

Layanan web dan media sosial saat ini merupakan pendorong utama dalam komunikasi dan interaksi politik secara partisipatif bagi individu dan Negara di mana diplomat mengadaptasi teknologi komunikasi digital ini untuk memperkuat kekuatan jaringan (Fisher, 2010). Menggunakan diplomasi digital untuk berinteraksi dengan masyarakat di diberbagai belahan dunia dipandang sebagai tren baru dan masih terus berkembang di masa mendatang.

Penggunaan e-government dalam urusan administrasi publik memungkinkan pemerintah untuk mempertahankan aspek efisiensi, transparansi dan hubungan dengan masyarakat pada sejumlah bidang seperti di bidang pendidikan, kesehatan, transportasi, perdagangan dan diplomasi (Asgarkhani, 2005; Heeks & Bailur, 2007). Diplomasi digital menggambarkan bagaimana negara-negara saling berhubungan dan berkomunikasi, berbagi informasi, dan juga saling mempengaruhi melalui menggunakan TIK. Ini juga mempromosikan gagasan transparansi, transfer informasi dan peningkatan interaksi antar negara (Hanson, 2010).

Kecanggihan TIK secara signifikan terintegrasi dengan aktivitas diplomasi. Situasi ini kemudian melahirkan pergeseran paradigma di mana para ilmuwan politik memandang bahwa fenomena ini sebagai proses transformasi dalam diplomasi. Karena kemajuan yang dibuat melalui penggunaan TIK, pada perkembangannya e-diplomasi secara fungsi terus berevolusi sehingga memungkinkan pengiriman informasi secara digital dan memungkinkan pemerintah untuk terhubung dengan negara-negara lain di berbagai belahan dunia (Heeks & Bailur, 2007).

Masih sedikit ditemukan studi yang mengeksplor mengenai diplomasi digital sebagai instrument promosi wisata dalam level pemerintah daerah dibanding dengan studi yang membahas tentang implementasi fungsi teknologi informasi dan komunikasi dalam area pelayanan publik seperti *e government*, *e planning*, *e budgeting*. Oleh karena itu perlunya studi yang membahas tentang penggunaan internet dan media sosial dalam diplomasi digital oleh Pemerintah Daerah. Studi ini akan lebih fokus membahas mengenai promosi wisata daerah Wakatobi di kancah internasional melalui diplomasi digital.

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif digunakan dalam studi ini untuk mengetahui dan mengungkap fenomena yang terjadi. Wawancara digunakan sebagai sumber data dengan jumlah informan sebanyak tiga orang. Informan dalam penelitian ialah pegawai pada kantor Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi, yaitu Sekretaris Dinas, Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan Staf Pengelola situs/website yang bertanggung jawab dalam diplomasi digital. Tujuan melakukan wawancara untuk mengeksplorasi opini dari kegiatan profesional informan dalam penggunaan TIK dan berdasarkan pengalaman dan keterlibatan mereka dalam aktivitas diplomasi digital dan promosi pariwisata Wakatobi. Data primer dalam studi ini bersumber dari hasil wawancara, sedangkan data sekunder didapatkan dari website dan media sosial yang digunakan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pemerintah Kabupaten Wakatobi dalam mempromosikan pariwisata Wakatobi. Model *Analysis Interactive* dari Miles dan Huberman (1994) digunakan sebagai analisis data dalam studi ini yang menggambarkan kegiatan analisis dalam beberapa tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi Pariwisata Daerah Wakatobi Melalui Digital Diplomacy

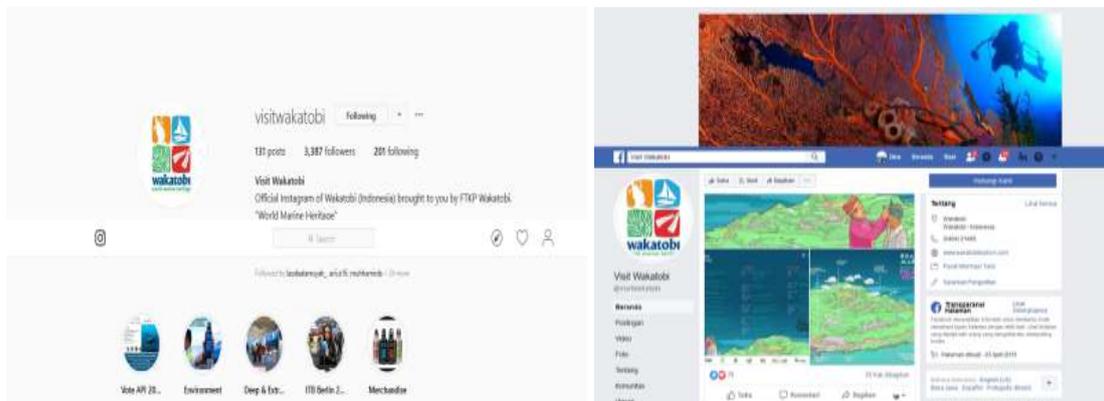
Penggunaan TIK dalam sektor pariwisata merupakan instrumen penting dalam melakukan aktivitas bisnis, maupun pemasaran oleh satu organisasi kepada khalayak mengingat itu adalah cara yang baru dan begitu efektif untuk berinteraksi dan memberikan informasi kepada pengguna layanan ataupun jasa karena memungkinkan interaksi antara pemberi layanan atau jasa dan customer lebih dalam. Internet telah menjadi saluran distribusi utama dalam e-tourism hal ini seperti yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi memanfaatkan media internet sebagai salah satu media untuk mempromosikan pariwisata daerah

Seperti hasil wawancara yang dilakukan dengan informan yaitu sekretaris Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa

“Kami memanfaatkan TIK sebagai salah satu media dalam mempromosikan pariwisata, dengan harapan penggunaan berbagai media dapat mencakup seluruh orang baik wisatawan lokal dan luar negeri. Selain itu promosi wisata juga melalui event dan pameran internasional yang sudah dilakukan di beberapa negara”.
(Noval Monali, 2019)

Dalam pelaksanaan promosi wisata daerah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi menggunakan media TIK seperti pemanfaatan internet. Dalam konteks ini diplomasi digital mempromosikan penggunaan TIK untuk memenuhi kebijakan suatu daerah sebagai upaya untuk memberikan informasi tidak hanya dalam negeri tapi juga luar negeri. Selain itu diplomasi pemerintah daerah pemerintah Wakatobi juga dilakukan dengan mengikuti berbagai acara-acara internasional seperti pameran diberbagai negara. Dibanding menggantikan upaya ini ini kemudian melengkapi diplomasi tradisional

Selan itu penggunaan media sosial juga menjadi alat bagi pemerintah daerah dalam mempromosikan pariwisata daerah Wakatobi seperti penggunaan *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*. Nama akun *Facebook* dan *Instagram* yaitu @visitwakatobi sedangkan untuk *twitter* dengan nama akun @tourismwakatobi. Media sosial ini dimanfaatkan oleh pemerintah daerah dan untuk memberikan informasi terkait kepariwisataan kepada wisatawan asing diberbagai belahan dunia. Brown (2008) berpendapat bahwa platform jejaring sosial global seperti *Twitter* dan *Facebook* memberikan banyak peluang untuk koneksi, dialog, dan interaksi antara pemerintah dan masyarakat asing.



Gambar 1. Tampilan Media Instagram dan Facebook @Visitwakatobi
Sumber: Instagram @visitwakatobi, Facebook @visitwakatobi, 2019

Sampai bulan Juli 2019 laman *facebook* @visitwakatobi ini memiliki pengikut lebih dari 2,306 pengikut dengan jumlah like sebanyak 2.234. Akun resmi @visitwakatobi tersebut dibuat pada tanggal 23 April 2015. Berbagai macam postingan diunggah mengenai *event* pariwisata ataupun potensi wisata yang dimilili baik itu dalam bentuk foto maupun dalam bentuk video. Dalam media berbasis online *facebook*, jangkauan pada pengguna di manapun itu dianggap efektif dalam mempromosikan wisata daerah. *Facebook* adalah 'media komunikasi manusia', platform jejaring sosial, yang berbeda dari jenis media lainnya ketika

melihat aspek audiens-produsen. Komunikasi di *Facebook* dapat berupa apapun seperti *many-to-many*, *one-to-many*, dan *one-to-one* (Fuchs, 2007).

Sedangkan untuk *Instagram* sampai bulan Juli 2019 media sosial lewat *instagram* ini memiliki pengikut lebih dari 3.387 pengikut dengan jumlah like sebanyak 1.554 dan jumlah postingan sebanyak 131 postingan. Postingan melalui *instagram* memiliki macam-macam postingan yang berbeda beda baik itu dalam bentuk foto maupun dalam bentuk video tentang kepariwisataan di Wakatobi baik event/kalender pariwisata ataupun promosi lokasi wisata. Antusias *followers* juga dapat dilihat dari berbagai respon komentar pengguna luar negeri yang diberikan ketika pemerintah daerah mengunggah berbagai postingan melalui media sosial.



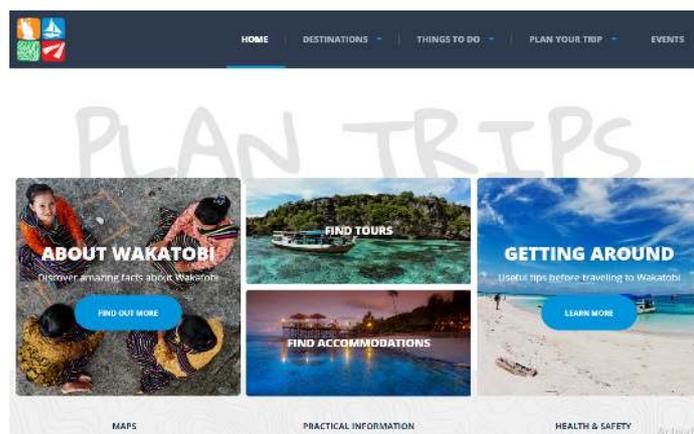
Gambar 2. Postingan Pemerintah Kabupaten Wakatobi dalam Instagram
Sumber: Instagram @visitwakatobi, 2019

Penggunaan media sosial oleh pemerintah daerah setidaknya telah memberdayakan hal-hal seperti (1) koneksi dan interaksi yang luas antara pemerintah dan publik di luar batas geografis, (2) manajemen hubungan jangka panjang melalui jejaring sosial dengan publik, (3) partisipasi dan keterlibatan publik serta (4) dapat memantau tanggapan publik terhadap pemerintah secara langsung (Park & Lim, 2014; Romsdahl, 2005).

Selain menggunakan media sosial Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wakatobi menggunakan *website* resmi dalam memberikan informasi mengenai pariwisata Wakatobi. Website ini menggunakan dua Bahasa yaitu Inggris dan Indonesia. Keberadaan layanan *World Wide Web* (WWW) memungkinkan pemerintah daerah untuk terus berinovasi dalam memanfaatkan TIK. Hal inilah yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Dinas Pariwisata Kabupaten Wakatobi dalam pembuatan situs internet.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Website dinas pariwisata lahir dengan begitu banyak diversifikasi yang awalnya masih menggunakan wakatobi.info. Pada tahun 2016 itu kembali terjadi perubahan menjadi wakatobitourism.com yang bertahan sampai saat ini dan digunakan sebagai salah satu instrumen pelaksanaan *e-diplomacy*. Bahasa utama yang digunakan yaitu bahasa Inggris yang mencakup seluruh pariwisata Wakatobi yaitu dari akses ke Wakatobi, kegiatan-kegiatan wisata yang dilakukan di Wakatobi, akses keterangan destinasi pariwisata dan akses terkait akomodasi.

Pemerintah Daerah Kabupaten Wakatobi melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi dalam upayanya untuk mempromosikan pariwisata telah menggunakan media internet sebagai salah satu instrumen diplomasi digital. Usaha tersebut dapat dilihat dari terbentuknya dua website resmi, yaitu www.wakatobitourism.com sebagai website resmi dinas yang dikelola langsung instansi ini yang memuat informasi mengenai pariwisata Wakatobi sedangkan untuk informasi kegiatan pemerintah tersedia dalam website pemerintah daerah yaitu www.wakatobikab.go.id. Melalui pembuatan situs *web* internet tersebut, kini pemerintah dinas pariwisata lebih relatif mudah dan cepat dalam mempromosikan pariwisata kabupaten Wakatobi ke dunia internasional. Hal ini kemudian selaras dengan studi Park & Lim (2014) mengenai penggunaan jaringan informasi dan sosial media oleh pemerintah dalam mempromosikan produk dan nilai nasional melalui penggunaan teks dan gambar visual agar lebih terlibat dengan pengguna.



Gambar 3. Tampilan website Wakatobi Tourism
Sumber : Website [wakatobitourism.com](http://www.wakatobitourism.com), 2020

Bagaimanapun dalam pengelolaan *website* ternyata masih ditemui kendala mengoperasikannya. Beberapa kendala tersebut seperti ketersediaan sumberdaya manusia

yang berkuat di industri ini masih rendah, *update* informasi dari Pemerintah Daerah masih mengalami kesusahan bahasa dalam menerjemahkan informasi dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Inggris itu masih sulit jaringan internet yang masih belum stabil dan belum cepat seperti yang telah digunakan oleh Kabupaten-Kabupaten lain yang notabene bukan daerah kepulauan, hanya dua akses fasilitas internet yang tersedia di Pemerintah Daerah yaitu Indihome dan Kominfo.

Tabel 1. Matriks media *e-diplomacy* Pemerintah Kabupaten Wakatobi

Alamat situs resmi Pemerintah Pemerintah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wakatobi	Akun Media Sosial
<p>www.wakatobitourism.com www.wakatobikab.go.id</p>	<p>Facebook : @visit wakatobi Instagram: @visit wakatobi Twitter: @tourismWakatobi</p>

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2019

Keberadaan *website* tersebut memberikan data dan informasi yang dapat dipercaya mengenai perkembangan Pariwisata Kabupaten Wakatobi seperti profil wakatobi, akses ke wakatobi, informasi Wakatobi, kegiatan-kegiatan atau agenda pariwisata di wakatobi, akses keterangan destinasi pariwisata dan akses terhadap aministrasi. Tentu saja informasi yang disajikan dari *website* tersebut tidak hanya memiliki fungsi sebagai sarana penyebaran informasi bagi publik Kabupaten wakatobi namun juga untuk daerah lain termasuk dari luar negeri. Saat ini telah memasuki sebuah era di mana informasi menjadi sangat berharga, *updating* data terbaru berguna bagi publik yang mencari informasi dan keberadaan *website* merupakan salah satu sumber informasi tidak hanya bagi wisatawan namun juga bagi yang berminat melakukan aktivitas bisnis atau investasi melalui kerjasama dengan pemerintah kabupaten Wakatobi.

Secara umum dalam pelaksanaan promosi wisata pemerintah daerah Wakatobi melibatkan semua pihak baik dari kalangan Akademis, kalangan bisnis, masyarakat, pemerintah pusat dan daerah serta NGO seperti Swisscontact, Lembaga Internasional JICA dan komunitas yang ada di Kabupaten Wakatobi. Hal ini sebagai sebuah konsekuensi dari banyaknya potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Wakatobi yang tidak bisa bekerja sendiri menanganinya.

Menurut Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kab. Wakatobi, bahwa dalam pelaksanaan promosi melalui internet juga melibatkan aktor lain agar dapat menjangkau tidak hanya wisatawan domestik tapi juga wisatawan internasional

“promosi yang dilakukan saat ini adalah dengan melakukan promosi komunikasi yang berbasis online atau *website* untuk mempermudah promosi agar lebih luas dijangkau oleh wisatawan mancanegara dan menggandeng satu lembaga generasi muda yaitu GENPI yang dijadikan sebagai salah satu *brand company* Pemerintah Wakatobi dalam membantu mempromosikan pariwisata melalui media sosial. Di sisi lain juga promosi komunikasi ini melalui event yang berskala nasional dan internasional yang didalamnya terdapat beberapa *event* seperti Wakatobi *wave* dan pameran pariwisata berskala internasional”. (Siswadi, 2019)

Salah satu aktor yang membantu pelaksanaan diplomasi digital Pemerintah Wakatobi dalam promosi pariwisata salah satunya adalah GENPI dikenal dengan Generasi Pesona Indonesia suatu komunitas relawan pariwisata yang memang dibentuk oleh Kementerian Pariwisata yang bertugas membantu promosi wisata lebih berbasis digital dan menjadi satu strategi pemasaran pariwisata. Hal ini kemudian selaras dengan studi sebelumnya bahwa pelaksanaan diplomasi digital tidak hanya dilakukan oleh aktor negara namun juga dapat dilakukan oleh aktor non negara, dan mampu mempromosikan pariwisata berbasis pemanfaatan TIK (Effendi, 2008; Hanh, 2018; Jonathan & Tarigan, 2016).

SIMPULAN

Upaya Pemerintah Daerah Wakatobi dalam mempromosikan pariwisata daerah wakatobi memanfaatkan TIK dalam pelaksanaannya. Diplomasi digital Pemerintah Wakatobi menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* yang berisi konten-konten terkait pariwisata Wakatobi. Selain itu juga pemerintah daerah Wakatobi membuat web untuk menginformasikan berbagai tempat wisata, akomodasi, serta even pariwisata, respon atau komentar dari pengguna media sosial juga beragam tidak hanya dari dalam negeri maupun juga dari luar negeri. Aktor dalam pelaksanaan diplomasi digital promosi pariwisata Wakatobi tidak hanya melibatkan aktor negara seperti pemerintah daerah, Kementrian Pusat serta Lembaga internasional. Namun juga aktor non negara seperti akademisi, komunitas, dan NGO. Penggunaan jaringan informasi dan media oleh pemerintah agar lebih terlibat dengan pengguna dan mampu meningkatkan minat wisatawan domestik maupun luar negeri untuk berkunjung ke Wakatobi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Muftah, H., Weerakkody, V., Rana, N. P., Sivarajah, U., & Irani, Z. (2018). Factors influencing e-diplomacy implementation: Exploring causal relationships using interpretive structural modelling. *Government Information Quarterly*, 35(3), 502–514. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.03.002>
- Asgarkhani, M. (2005). Digital Government and Its Effectiveness in Public Management Reform. *Public Management Review*, 7(3), 465–487. <https://doi.org/10.1080/14719030500181227>
- Beritasatu.com. (2015). Pemerintah Swiss Dukung Pariwisata Wakatobi dan Toraja. Retrieved June 24, 2020, from Beritasatu.com website: <https://www.beritasatu.com/nasional/289023-pemerintah-swiss-dukung-pariwisata-wakatobi-dan-toraja>
- Brown, J. (2008). Options for Influence: Global campaigns of persuasion in the new worlds of public diplomacy. *American Diplomacy*.
- Cardoso, J. (2005). *E-Tourism: Creating Dynamic Packages using Semantic Web Processes*.
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi. (2019). Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kabupaten Wakatobi, 2014-2018. Retrieved June 24, 2019, from BPS Kabupaten Wakatobi website: <https://wakatobikab.bps.go.id/dynamictable/2019/10/22/139/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kabupaten-wakatobi-2014-2018.html>
- Effendi, T. D. (2008). E-Diplomacy Sebagai Sarana Promosi Potensi Daerah kepada Dunia Internasional. *Global & Strategis*, 2(1), 56–58.
- Fisher, A. (2010). Mapping the great beyond: Identifying meaningful networks in public diplomacy. In *CPD Perspectives on Public Diplomacy* (pp. 1–87).
- Fuchs, C. (2007). *Internet and society: Social theory in the information age*. Routledge.
- Hanh, N. T. H. (2018). Embracing Digital Diplomacy to Promote Taiwan Tourism Branding. *Proceedings of the 2nd International Conference on E-Society, E-Education and E-Technology - ICSET 2018*, 64–67. <https://doi.org/10.1145/3268808.3268814>
- Hanson, F. (2010). *A Digital DFAT: Joining the 21st century*. Lowy Institute for International Policy Sydney.
- Heeks, R., & Bailor, S. (2007). Analyzing e-government research: Perspectives, philosophies, theories, methods, and practice. *Government Information Quarterly*, 24(2), 243–265. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2006.06.005>
- Holmes, M. (2013). What is e-Diplomacy? *7th European Consortium for Political Research General Conference, Bordeaux*.
- Jonathan, C. J., & Tarigan, R. (2016). The Effects of E-Tourism to The Development of Tourism Sector in Indonesia. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 10(2), 59. <https://doi.org/10.21512/commit.v10i2.1669>
- Kontan.co.id. (2015). Wakatobi dan Jeju kerja sama sister city. Retrieved from Kontan.co.id website: <https://regional.kontan.co.id/news/wakatobi-dan-jeju-kerja-sama-sister-city>
- Madu, L. (2018). Indonesia's Digital Diplomacy: Problems and Challenges. *Jurnal Hubungan Internasional*, 7(1), 11–18. <https://doi.org/10.18196/hi.71121>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Park, S. J., & Lim, Y. S. (2014). Information networks and social media use in public diplomacy: a comparative analysis of South Korea and Japan. *Asian Journal of Communication*, 24(1), 79–98. <https://doi.org/10.1080/01292986.2013.851724>
- Pemerintah Wakatobi. (2014). Wakatobi dan Jepang Jalin Kerjasama Sejak 8 Tahun Silam. Retrieved June 23, 2020, from wakatobikab.go.id website:

<http://www.wakatobikab.go.id/newsview/279/wakatobi.dan.jepang.jalin.kerjasama.sejak.8.tahun.silam.html>

- Romsdahl, R. J. (2005). Political Deliberation and E-Participation in Policy-Making. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 7(2). <https://doi.org/10.7771/1481-4374.1264>
- Sivarajah, U., Irani, Z., & Weerakkody, V. (2015). Evaluating the use and impact of Web 2.0 technologies in local government. *Government Information Quarterly*, 32(4), 473–487. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.06.004>
- Todhunter, J. P. (2013). The Domestic Fruits of Diplomacy: Mediation and Presidential Approval. *International Negotiation*, 18(2), 195–217. <https://doi.org/10.1163/15718069-12341253>
- Kaufman, C., Perlman, R., & Speciner, M. (1995). *Network security: Private communication in a public world*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.