

**KEGIATAN MEDIA TRIP MANCANEGARA OLEH BAGIAN PUBLIKASI  
MANCANEGARA KEMENTERIAN PARIWISATA**

**(*MEDIA TRIP MANCANEGARA ACTIVITY BY DIRECTOR FOR  
INTERNATIONAL PUBLICATION OF TOURISM MINISTRY*)**

**Oklitha Arifah, Yanti Setianti, dan Heru Ryanto Budiana**

Program Studi Hubungan Masyarakat,  
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

[yanti.setianti@unpad.ac.id](mailto:yanti.setianti@unpad.ac.id)

<b>Submitted:</b> 15 Februari 2020	<b>Accepted:</b> 22 Mei 2020	<b>Published:</b> 30 Juni 2020
------------------------------------	------------------------------	--------------------------------

**Website:** <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/jike>

**ABSTRACT**

*Media Trip Mancanegara is a media relations activity by Director for International Publication due to the lowest news coverage about Indonesian tourism destinations on the foreign media. The target of Media Trip Mancanegara is foreign media who has ethic code, news segmentation, news standard and policy linked to their native country. The research aims to know the planning of Media Trip Mancanegara, communication and action of Media Trip Mancanegara by Director for International Publication. The methodology used is qualitative with descriptive study. The result of the research is the planning of Media Trip Mancanegara started with problem mapping, aim and principle of Media Trip Mancanegara, also deciding foreign media, place and date of Media Trip Mancanegara and making the itinerary. Communication with the foreign media was 2 weeks before the Media Trip Mancanegara. Media Trip Mancanegara held at 10th-13th September 2018 and visited Londa, Ke'te Kesu', Rambu Solo and media session with North Toraja Tourism Office. One of the attraction failed to watch because of the miscommunication between Director for International Publication and tour guide.*

**Keywords :** *media relations, media trip mancanegara, tourism ministry.*

**ABSTRAK**

Media Trip Mancanegara merupakan kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara karena rendahnya jumlah pemberitaan mengenai destinasi wisata Indonesia di media asing. Sasaran kegiatan Media Trip Mancanegara adalah media asing yang memiliki kode etik, segmentasi berita, standar nilai berita dan aturan yang mengikuti pers negara asal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan kegiatan Media Trip Mancanegara, komunikasi dan pelaksanaan kegiatan Media Trip Mancanegara oleh Bagian Publikasi Mancanegara. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan studi deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan kegiatan Media Trip Mancanegara dimulai dari pemetaan permasalahan, tujuan serta prinsip Media Trip Mancanegara, penentuan media asing penetapan lokasi dan tanggal Media Trip Mancanegara, serta pembuatan *itinerary* kegiatan. Komunikasi dengan media asing yaitu media AFP dilakukan dalam jarak 2 minggu sebelum pelaksanaan kegiatan Media Trip Mancanegara. Pelaksanaan Media Trip Mancanegara

dilakukan pada tanggal 10-13 September 2018 dengan mengunjungi beberapa lokasi seperti Londa, Ke'te Kesu', Rambu Solo dan *media session* dengan Dinas Pariwisata Toraja Utara. Namun salah satu atraksi budaya utama yaitu Ritual Manene gagal diikuti karena kesalahan komunikasi antara Bagian Publikasi Mancanegara dengan pihak *tour guide*.

**Kata kunci** : *media relations, media trip mancanegara, kementerian pariwisata.*

## A. PENDAHULUAN

Kementerian Pariwisata menargetkan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 20 juta wisatawan. Untuk mencapai jumlah kunjungan 20 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2019, diberlakukan penargetan jumlah kunjungan pertahunnya. Pada tahun 2017 ditargetkan sebanyak 15 juta kunjungan wisatawan mancanegara dan 17 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2018. ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com), 2 Oktber 2018)

Penargetan kunjungan wisatawan mancanegara didasarkan karena sektor pariwisata memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia baik sebagai salah satu sumber penerimaan devisa maupun penciptaan lapangan kerja serta kesempatan berusaha. Sektor pariwisata merupakan sektor yang memberikan kontribusi yang besar dalam pendapatan devisa dari kunjungan wisatawan mancanegara. Pariwisata juga turut andil dalam mendorong ekspor ke luar negeri. Perkembangan pariwisata akan mendorong masuknya investasi dan berdampak pada bermunculannya lapangan kerja dan menyediakan ribuan lapangan kerja bagi masyarakat sehingga akan memberdayakan masyarakat dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2017 adalah sebanyak 14.039.799 kunjungan ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), 10 November 2018). Jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia tidak mencapai target yang diharapkan yaitu sebesar 15 juta wisatawan. Meskipun jumlah kunjungan wisatawan mancanegara meningkat sekitar 22% dibandingkan dengan tahun 2016, tetap saja target jumlah kunjungan wisatawan gagal direalisasikan.

Salah satu satuan kerja di Kementerian Pariwisata yaitu Biro Komunikasi Publik memiliki fungsi sebagai *public relations* Kementerian Pariwisata dengan menjalin relasi dengan *stakeholder* Kementerian Pariwisata. Biro Komunikasi Publik membawahi 4 bagian : Bagian Informasi Publik, Bagian Publikasi Mancanegara, Publikasi Nusantara dan Bagian Manajemen Krisis Pariwisata.

Bagian Publikasi Mancanegara bertujuan agar lebih terfokusnya hubungan dengan media asing dalam publisitas dan pemberitaan mengenai program dan kinerja Kementerian Pariwisata yang dilakukan di luar negeri oleh publik mancanegara. Peningkatan jumlah publisitas di luar negeri diharapkan dapat menyebarkan informasi lebih luas kepada publik mancanegara mengenai kinerja Kementerian Pariwisata dalam mengenalkan pariwisata dan *brand* Wonderful Indonesia, sehingga dapat menjadi faktor penarik publik mancanegara untuk berwisata ke Indonesia.

Sasaran Bagian Publikasi Mancanegara adalah media asing yang berkantor di Indonesia dan media Indonesia yang berbahasa asing. Pendekatan terhadap media asing dan media nusantara tentunya berbeda. Media asing memiliki kepentingan dan agenda tersendiri, kriteria bahan berita yang akan dipublikasikan berbeda dengan media nusantara. Selain itu media asing mematuhi peraturan pers yang ditetapkan oleh negara asalnya, bukan peraturan pers yang berlaku di Indonesia. Oleh karena itu dibutuhkan *treatment* dan pendekatan khusus dalam menjalin hubungan dengan media asing.

Bagian Publikasi Mancanegara menilai bahwa media asing sangat berpengaruh dalam penyebaran informasi mengenai destinasi wisata Indonesia. Berita yang dipublikasikan oleh media asing tidak hanya dibaca oleh publik dari negara asalnya namun secara luas oleh publik internasional. Berita mengenai destinasi wisata Indonesia yang dimuat oleh media asing akan memberikan informasi kepada publik mancanegara secara luas mengenai destinasi wisata yang ada di Indonesia dan diharapkan akan menimbulkan keinginan publik mancanegara untuk berwisata ke Indonesia.

Menurut hasil monitoring berita yang dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara hingga bulan Juli 2018, jumlah pemberitaan mengenai kegiatan promosi pariwisata Indonesia di luar negeri dan pariwisata Indonesia terhitung berjumlah 97 berita. Namun dari 97 berita tersebut jumlah pemberitaan di mengenai destinasi wisata di Indonesia hanya berjumlah 3 pemberitaan. Jumlah pemberitaan ini berbanding terbalik dengan promosi besar – besaran yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata setiap minggunya di negara yang berbeda.

Bagian Publikasi Mancanegara mengadakan Media Trip Mancanegara sebagai salah satu program unggulan dengan tujuan mengenalkan secara langsung dan mempromosikan kepada media asing mengenai destinasi wisata di Indonesia. Media asing dapat melihat dan merasakan secara langsung keindahan objek wisata yang dipromosikan oleh Kementerian Pariwisata. Selain itu untuk menjalin hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan media asing agar adanya publisitas di media asing mengenai wisata di lokasi pelaksanaan media trip.

Lokasi Media Trip Mancanegara adalah di Tana Toraja yang dilaksanakan pada tanggal 10-13 September 2018. Pemilihan lokasi tujuan Media Trip Mancanegara di Tana Toraja karena Tana Toraja adalah salah satu paket wisata destinasi utama yang disediakan oleh Kementerian Pariwisata sebagai bentuk dukungan Annual Meeting IMF World Bank 2018 di Bali pada bulan Oktober 2018. Oleh karena itu Bagian Publikasi Mancanegara ingin agar destinasi wisata Tana Toraja bisa dipromosikan langsung ke media asing melalui Media Trip.

Selain untuk meningkatkan pemberitaan mengenai destinasi wisata Indonesia di luar negeri, kegiatan Media Trip Mancanegara juga bertujuan untuk menjalin relasi dan mitra baik dengan media asing terutama Media AFP yang ikut serta dalam pelaksanaan Media Trip Mancanegara. Bagian Publikasi Mancanegara menganggap bahwa media adalah mitra kerja yang sangat dibutuhkan sebagai pintu gerbang dalam

menginformasikan kepada publik mengenai destinasi wisata dan promosi wisata Wonderful Indonesia.

Kegiatan Media Trip Mancanegara baru pertama kali dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara karena rendahnya jumlah pemberitaan mengenai destinasi wisata Indonesia di media asing dan sasaran dari kegiatan tersebut adalah media asing yang memiliki kode etik, segmentasi berita, standar nilai berita dan aturan yang mengikuti pers negara asal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan Media Trip Mancanegara sebagai kegiatan *media relations* oleh Bagian Publikasi Mancanegara Kementerian Pariwisata.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian “Kegiatan Media Trip Mancanegara oleh Bagian Publikasi Mancanegara Kementerian Pariwisata” ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif oleh Wood disebut sebagai penelitian observasional (dalam Rakhmat, 2009:24)

“Metode deskriptif adalah suatu model dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat – sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. (Nazir, 2013:54)”

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian Publikasi Mancanegara merencanakan beberapa hal penting guna kelancaran Media Trip Mancanegara, yaitu *pertama* menentukan permasalahan, tujuan dan prinsip kegiatan Media Trip Mancanegara. Pemetaan masalah sangat penting dilakukan agar mengetahui pokok permasalahan dan bagaimana langkah – langkah yang harus diambil untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Pemetaan permasalahan sebagai dasar pertimbangan kegiatan Media Trip Mancanegara adalah didasari karena rendahnya jumlah pemberitaan mengenai destinasi wisata Indonesia di media asing. Bagian Publikasi Mancanegara yang bertugas di bidang publikasi dan pemberitaan di media asing tidak mempunyai anggaran untuk melakukan *paid news* sehingga dalam rangka untuk meningkatkan pemberitaan mengenai destinasi wisata Indonesia di media asing maka Bagian Publikasi Mancanegara harus membuat sebuah kegiatan mengenai destinasi wisata Indonesia yang bernilai berita agar dipublikasikan oleh media asing.

Setelah mengetahui dasar pertimbangan kegiatan Media Trip Mancanegara langkah selanjutnya adalah untuk mengetahui tujuan kegiatan Media Trip Mancanegara. Tujuan

dari Media Trip Mancanegara adalah untuk mengenalkan mengenai lokasi kegiatan Media Trip Mancanegara kepada media asing agar bisa mengunjungi langsung lokasi wisata. Media asing dapat melihat dan merasakan secara langsung keindahan objek wisata yang dipromosikan oleh Kementerian Pariwisata. Selain itu juga untuk menjalin hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan media asing agar adanya publisitas di media asing mengenai lokasi wisata pelaksanaan Media Trip Mancanegara.

Prinsip dasar kegiatan Media Trip Mancanegara adalah untuk mempublikasikan pemberitaan mengenai destinasi wisata Indonesia melalui cara informal kepada media asing. Bagian Publikasi Mancanegara yang bertanggung jawab dalam pengelolaan media asing dan publikasi berita di media asing tidak menganggarkan biaya untuk berita berbayar di media. Sehingga salah satu cara agar destinasi wisata Indonesia dimuat oleh media adalah dengan membuat sebuah kegiatan dengan mengajak media untuk datang langsung ke lokasi wisata tersebut. Selain itu Media Trip Mancanegara juga berprinsip sebagai salah satu cara untuk menjalin relasi dengan media asing sebagai *stakeholder* Bagian Publikasi Mancanegara.

**Kedua**, penentuan media asing untuk ikut serta dalam Media Trip Mancanegara. Media yang dipilih untuk ikut berpartisipasi dalam Media Trip Mancanegara adalah Media Eropa dengan spesifik Media AFP (*Agence-France-Prese*). Pemilihan AFP dikarenakan AFP adalah kantor berita tertua di dunia dan kantor berita ketiga terbesar sesudah Associated Press dan Reuters. AFP memiliki kantor regional yang tersebar di 150 negara. Selain itu AFP memiliki banyak *channel* yang mana saat AFP mempublikasikan sebuah berita di website resmi maka *channel* AFP akan menyebarkan *link* ke media yang berada dibawah AFP. Disebabkan oleh pertimbangan banyaknya *channel* yang dimiliki oleh AFP dan memiliki kantor cabang di 150 negara sehingga kemungkinan penyebaran informasi makin cepat, Bagian Publikasi Mancanegara memutuskan untuk mengajak AFP ikut berpartisipasi dalam Media Trip Mancanegara.

**Ketiga**, penetapan lokasi dan tanggal Media Trip Mancanegara. Pemilihan lokasi Media Trip Mancanegara memiliki berperan penting dalam Media Trip mancanegara. Pemilihan lokasi yang tidak memiliki atraksi wisata dan tidak sesuai dengan selera wisatawan akan mempengaruhi keinginan media untuk berpartisipasi dalam Media Trip Mancanegara.

Pertimbangan pemilihan lokasi Media Trip dititikberatkan pada ketertarikan media. Bagian Publikasi Mancanegara akan menilai terlebih dahulu kemana condong ketertarikan media dalam wisata. Setelah mempelajari ketertarikan media baru diajukan pilihan lokasi tujuan. Bagian Publikasi Mancanegara menilai bahwa sangatlah penting untuk mengetahui kemana arah fokus media sebagai sasaran dari pelaksanaan Media Trip Mancanegara. Dengan mengetahui fokus ketertarikan media maka akan lebih mudah untuk menentukan pemilihan lokasi yang tepat.

“Kita dalam menentukan lokasi wisata yang pertama harus kita lihat adalah siapa publiknya, siapa sasarannya. Sasaran kita adalah media Eropa. Media Eropa kita harus cari tau mereka ketertarikannya sama apa, apa wisata yang menjual bagi

media Eropa dan masyarakat Eropa. Apakah mereka lebih tertarik ke wisata alam seperti ke pantai, gunung, atau hewan di habitat liar atau tanaman – tanaman khas Indonesia atau mereka ke wisata budaya yang khas dengan adatnya, upacara adat, ritual, tarian, makanan atau gimana. Itu yang harus kita petakan terlebih dahulu. Jangan sampai kita salah menginterpretasikan keinginan mereka. Jadi mereka Eropa lebih suka ke kebudayaan, semacam tarian, upacara adat gitu. nah dari sana baru kita proyeksikan wisata mana di Indonesia yang menonjolkan adatnya.” (Wawancara dengan Kepala Subbagian Pengelolaan Media dan Publikasi Mancanegara, Astri Puspita, 18 Februari 2019 pukul 9.40 WIB)

Penetapan lokasi tujuan Media Trip Mancanegara didapatkan melalui hasil rapat internal Bagian Publikasi Mancanegara. Rapat internal diadakan sebanyak dua kali dan menghasilkan beberapa pilihan destinasi wisata sebagai tujuan Media Trip Mancanegara yaitu Lombok, Tana Toraja, Wakatobi dan Raja Ampat. Keempat destinasi wisata ini terkenal memiliki keindahan alam dan budaya.

Tana Toraja merupakan salah satu destinasi wisata Indonesia yang terkenal akan keindahan alam dan kekayaan budayanya. Tana Toraja meskipun tidak masuk dalam 10 destinasi wisata unggulan Indonesia berhasil memiliki standar wisata taraf internasional. Tana Toraja adalah salah satu destinasi wisata yang terkenal di Indonesia memiliki kekayaan budaya dengan tradisi adat yang khas dan masih dilestarikan hingga saat ini. Selain itu keindahan alam Tana Toraja juga asri dikelilingi oleh perbukitan dan sungai – sungai.

Pemilihan Tana Toraja sebagai lokasi Media Trip Mancanegara karena Tana Toraja memiliki banyak kebudayaan khas yang masih dilestarikan hingga sekarang. Tana Toraja juga memiliki banyak peninggalan sejarah seperti kuburan batu, menhir, kain tenun khas Toraja, rumah tradisional, tarian adat, upacara dan ritual adat lainnya. Selain kebudayaan Tana Toraja juga memiliki keindahan alam karena dikelilingi perbukitan dan aliran sungai.

Terdapat dua aktivitas adat yang menjadi sasaran utama saat Media Trip Mancanegara yaitu upacara pemakaman Rambu solo dan Ritual Manene, yaitu mengganti pakaian mayat. Kedua acara adat ini merupakan tradisi khas Toraja. Rambu Solo adalah upacara adat kematian masyarakat Tana Toraja yang bertujuan untuk menghormati dan menghantarkan arwah orang yang meninggal dunia menuju alam roh, yaitu kembali kepada keabadian bersama para leluhur mereka di sebuah tempat peristirahatan. Upacara pemakaman Rambu Solo dilaksanakan secara berhari – hari dan semakin tinggi kedudukan orang yang meninggal maka jumlah hari pun makin lama dan juga biaya yang dikeluarkan makin besar.

Kegiatan adat lain yang menjadi incaran adalah Ritual Manene yaitu prosesi adat mengganti pakaian jasad leluhur yang disemayamkan di dalam peti tempat pekuburan Patane. Jasad leluhur diangkat dan kemudian dimandikan. Lalu diberikan pakaian pada leluhur tersebut. Dalam ritual ini diikuti dengan penyembelihan sapi atau babi. Melalui berbagai ritual jasad leluhur ini bisa berjalan dan diajak berkomunikasi. Ritual ini adalah

ritual khas Toraja dan tidak ditemukan di daerah lain. Oleh karena itulah ritual dimasukkan dalam acara adat yang akan dikunjungi saat Media Trip Mancanegara.

Penetapan tanggal pelaksanaan Media Trip Mancanegara menyesuaikan dengan tanggal pelaksanaan upacara pemakaman Rambu Solo dan Ritual Manene. Oleh karena itu Bagian Publikasi Mancanegara dalam menetapkan tanggal pelaksanaan Media Trip Mancanegara terlebih dahulu berkoordinasi dengan Dinas Pariwisata setempat untuk memastikan kapan ada kegiatan adat tersebut.

Setelah mendapat informasi dari Dinas Pariwisata setempat mengenai tanggal akan dilaksanakannya upacara pemakaman Rambu Solo dan Ritual Manene, Bagian Publikasi Mancanegara kemudian menyesuaikan tanggal tersebut dengan agenda Bagian Publikasi Mancanegara. Tanggal yang dipilih adalah 10 – 13 September 2018.

**Keempat**, penyusunan *itinerary*. *Itinerary*, atau daftar kegiatan yang mencakup daftar destinasi, jadwal per hari, akomodasi, transportasi, *budget*, dan keperluan lain dalam perjalanan wisata. Pembuatan *itinerary* dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara dengan berkoordinasi dengan *tour guide* untuk membantu untuk kelancaran kegiatan.

Sebelum membuat *itinerary*, Bagian Publikasi Mancanegara terlebih dahulu membuat list tempat wisata dan upacara adat yang ada di Tana Toraja. Daftar tempat wisata dan upacara adat di Tana Toraja terdapat dalam buku wisata milik Kementerian Pariwisata. Bagian Publikasi Mancanegara menilai bahwa lokasi destinasi wisata dan kegiatan upacara adat dan kebudayaan yang ada di buku wisata Tana Toraja keluaran Kementerian Pariwisata adalah *update* karena diperbaharui setiap tahunnya sehingga jika ada destinasi wisata baru maka akan turut dimasukkan dalam buku wisata. Berpedoman pada buku wisata Tana Toraja, Bagian Publikasi Mancanegara kemudian membuat list lokasi wisata yang akan dikunjungi dan kemudian berkoordinasi dengan *tour guide* dalam teknis penentuan waktu.

Koordinasi dengan *tour guide* mengenai susunan kegiatan agar memudahkan akomodasi dari satu lokasi ke lokasi lain dikarenakan Toraja merupakan daerah perbukitan dan jika penyusunan kegiatan tidak efektif maka akan menghabiskan waktu di perjalanan dan tidak akan mendapat hasil yang maksimal.

Perencanaan pada dasarnya merupakan usaha untuk mewujudkan agar sesuatu terjadi dan mencegah sesuatu agar tidak terjadi pada masa depan yang menjadikan berbagi informasi internal dan eksternal sebagai bagian penting dalam merencanakan kegiatan. Untuk itu perlu memahami perencanaan kegiatan yang baik untuk lebih memahami perencanaan pembuatan Media Trip Mancanegara oleh Bagian Publikasi Mancanegara.

Dalam kegiatan perencanaan biasanya diperhitungkan tindakan yang akan dilakukan dan sumber daya yang diperlukan seperti sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Itu sebabnya dalam perencanaan, selain diperhitungkan aspek – aspek internal organisasi juga perhitungkan aspek – aspek internal organisasi (Iriantara, 2011:47)

Perencanaan kegiatan Media Trip Mancanegara sebagai bentuk *press tour* dibagi menjadi tujuh garis besar menurut Wardani (2008:135) : **pertama** menentukan tujuan kegiatan. Rachmadi (dalam Wardani 2008:14) mengatakan poin pertama tujuan *media relations* yaitu untuk memperoleh publisitas seluas mungkin tentang kegiatan serta langkah organisasi yang dianggap baik untuk diketahui publik. Pemilihan Tana Toraja yang merupakan destinasi wisata unggulan yang berada dibawah pengawasan Kementerian Pariwisata untuk mengenalkan Tana Toraja ke media asing AFP agar mendapatkan publisitas di media tersebut. Dengan keunggulan dan keanekaragaman wisata budaya dan wisata alam Tana Toraja ini mengerucut pada tujuan agar adanya publisitas oleh media AFP setelah pelaksanaan Media Trip Mancanegara.

**Kedua**, menentukan media yang akan dilibatkan. Pemetaan yang dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara dengan menitikberatkan pada beberapa kriteria utama sehingga didapatlah media AFP merupakan bentuk dari penetapan segmentasi khalayak. Dalam memilih khalayak, humas haruslah bersikap lebih selektif. Unsur atau segmen tertentu sengaja dipilih dalam rangka lebih mengefektifkan penerimaan pesan – pesan (Jefkins, 2003:80)

Bagian Publikasi Mancanegara menggunakan segmentasi pembaca, tipe media, ruang lingkup, jangkauan, kredibilitas dan fokus pemberitaan media dalam menentukan media Eropa sebagai sasaran kegiatan. Penggunaan kriteria ini menunjukkan bahwa Bagian Publikasi Mancanegara sudah selektif dan menggunakan unsur atau elemen tertentu dalam menentukan target media.

**Ketiga**, menentukan pihak internal yang terlibat dan pembagian tugas. Pembagian tugas pada saat perencanaan yang dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara sudah tepat dan sesuai dengan bidang masing – masing subbagian. Subbagian Penyiapan Bahan Publikasi bertugas untuk mengelola dan menyiapkan bahan informasi yang diperlukan dan Subbagian Pengelolaan Media dan Publikasi Mancanegara melakukan komunikasi dengan media AFP dan koordinasi dengan pihak eksternal yang terlibat. Kepala Bagian Publikasi Mancanegara sebagai pemegang jabatan tertinggi di Bagian Publikasi Mancanegara melakukan kontrol dari perencanaan hingga pelaksanaan dan berkoordinasi dengan Kepala Biro Komunikasi Publik sebagai atasan.

**Keempat**, penetapan taktik untuk mencapai tujuan. Cara yang dapat digunakan untuk memahami media adalah mengetahui khalayak media dari media massa. Oleh karena itu memahami media menjadi modal utama untuk melakukan kegiatan ataupun kerjasama dengan media massa. (Darmastuti, 2012:46)

Kegiatan Media Trip Mancanegara sebagai kegiatan *media relations* Bagian Publikasi Mancanegara Kementerian Pariwisata akan membawa efek yang sangat besar apabila dilakukan dengan menggunakan prinsip kerja yang tepat. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menyelenggarakan kegiatan adalah memahami kebutuhan media. Memahami media dapat dilakukan dengan cara memahami siapa dan bagaimana media tersebut. Salah satu cara memahami media adalah mengerti bagaimana mediascape dari media. (Darmastuti, 2012:45)



**Kelima**, menentukan pihak ketiga untuk kerjasama. Pakar *media relations* Aceng Abdullah selaku triangulator menuturkan bahwa menggunakan jasa *tour guide* diperlukan jika para staf Humas tidak menguasai dengan sempurna mengenai lokasi. Dengan menggunakan jasa *tour guide* maka akan membantu Humas dalam mengenalkan setiap lokasi kepada media dan wartawan secara lebih akurat. Namun staf Humas tidak boleh terlalu bergantung dan menyerahkan seluruhnya kepada *tour guide*, staf Humas juga harus mempelajari dan mengetahui mengenai lokasi *press tour* walaupun tidak selihai *tour guide*.

**Keenam**, menentukan anggaran. Penyusunan anggaran sangat diajurkan dengan beberapa alasan, Jefkins (2003:169) mengatakan salah satu alasan penyusunan anggaran adalah Anggaran memaksakan disiplin atas pengeluaran dana sehingga mencegah terjadinya pemborosan atau pengeluaran yang berlebihan, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan pengeluaran atau pembiayaan akan berjalan tepat sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Anggaran kegiatan Media Trip Mancanegara telah dianggarkan sejak awal pembentukan Bagian Publikasi Mancanegara. Anggaran dibuat diawal tahun dengan berpedoman pada Rencana Kerja dan Anggaran Kementerian Negara/Lembaga (RKA-KL). Perencanaan mengenai anggaran yang akan dikeluarkan selama Media Trip Mancanegara harus menyesuaikan dengan anggaran yang disiapkan pada RKA-KL dan tidak boleh melebihi anggaran yang disepakati diawal.

**Ketujuh**, pengukuran evaluasi. Lindenmann (Iriantara, 2011:67) mengungkapkan ada 4 komponen penting yang harus diperhitungkan dalam mengevaluasi kegiatan yaitu : menetapkan sasaran dan tujuan komunikasi yang spesifik dan terukur, mengukur keluaran (*output*) komunikasi, mengukur hasil dan dampak komunikasi dan mengukur dampak institusional.

Bagian Publikasi Mancanegara dalam melakukan perencanaan kegiatan Media Trip Mancanegara tidak memperhitungkan evaluasi secara detail. Empat komponen penting evaluasi tidak terlalu diperhitungkan oleh Bagian Publikasi Mancanegara saat perencanaan. Komponen evaluasi yang menjadi pertimbangan Bagian Publikasi Mancanegara hanyalah pada komponen kedua yaitu mengukur *output* komunikasi. Target *output* komunikasi yang diharapkan oleh Bagian Publikasi Mancanegara adalah publikasi di media AFP baik berupa tulisan, video ataupun foto seputar wisata Tana Toraja. Meskipun begitu pada target *output* publikasi di media AFP, Bagian Publikasi Mancanegara tidak menentukan standar jumlah minimal publikasi.

Komunikasi mengenai Media Trip Mancanegara sudah dimulai oleh Bagian Publikasi Mancanegara pada *media visit* yang dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara pada bulan Maret ke setiap kantor media asing yang ada di Jakarta. Dalam kunjungan tersebut Kepala Bagian Publikasi Mancanegara, Dadam Mahdar telah menyinggung bahwa Bagian Publikasi Mancanegara berencana mengadakan Media Trip Mancanegara namun beliau belum memberikan informasi detail mengenai Media Trip tersebut.

Bagian Publikasi Mancanegara menghubungi Media AFP setelah adanya proposal dan *itinerary* resmi Media Trip Mancanegara. Proses komunikasi dilakukan via *Whatsapp* yang dilakukan oleh Astri Puspita kepada salah seorang *contact person* Media AFP dengan mengirimkan proposal resmi dan *itinerary* sebagai bahan pertimbangan.

Kepala Subbagian Pengelolaan Media dan Publikasi Mancanegara, Astri Puspita bertugas mengirimkan pesan via *Whatsapp* kepada koresponden AFP berisikan bahwa Bagian Publikasi Mancanegara akan mengadakan Media Trip Mancanegara di Tana Toraja dan berniat untuk mengajak AFP ikut serta. Astri Puspita kemudian diminta oleh AFP untuk mengirimkan proposal kegiatan ke email AFP regional Jakarta. Proposal Media Trip berisi undangan dan *itinerary* aktivitas yang akan dilakukan selama Media Trip. Konfirmasi dari pihak AFP cukup memakan waktu karena AFP harus terlebih dahulu meminta persetujuan dari kantor pusat di Perancis untuk mengikuti kegiatan ini.

“Kita kirim proposal ke media AFP, dalam proposal ini kita jelaskan bahwa lokasinya apa, dasar pertimbangannya apa, apa saja yang akan dituju disana. Sesudah itu baru dari AFP mereka menyetujui dan kita tanya ke mereka karena sasarannya kan mereka kita harus tau juga dong mereka *approve* ga tanggal yang kita ajukan, apa yang dikunjungi disana sesuai ga dengan standar berita mereka kan kita gabisa satu arah aja. Nah kita dapat kesepakatan, kita minta *cp* mereka yang akan datang, kita kontak sama *cp* nya gitu.” (Wawancara dengan Kepala Bagian Publikasi Mancanegara, Dadam Mahdar, 4 Februari 2019 di Gedung Sapta Pesona pukul 13.20 WIB)

Setelah mendapat persetujuan dari kantor pusat di Perancis, Bagian Publikasi Mancanegara melalui Astri Puspita kemudian meminta pendapat dari pihak AFP mengenai *itinerary* yang telah dikirim bersamaan dengan proposal. Bagian Publikasi Mancanegara mengharapkan opini dan pendapat dari AFP mengenai rencana lokasi tujuan yang direncanakan apakah sesuai dengan keinginan AFP atau tidak. Melalui komunikasi dengan *contact person* AFP diketahui bahwa AFP menginginkan ada beberapa perubahan pada lokasi tujuan. AFP menilai bahwa lokasi yang ada di *itinerary* sangat monoton didominasi kebudayaan dan peninggalan sejarah. Pihak AFP menginginkan ada sisi lain yang bisa menyeimbangkan konten budaya tersebut.

Berdasarkan masukan dari pihak AFP, Bagian Publikasi Mancanegara kemudian mendiskusikan dengan pihak *tour guide* untuk mengubah susunan acara dengan memasukkan konten wisata alam berupa perkebunan kopi kedalam *itinerary*. Kopi Toraja terkenal memiliki aroma dan rasa yang khas dan sangat terkenal dikalangan masyarakat. Dengan persetujuan *tour guide* kebun kopi dimasukkan kedalam *itinerary* sesuai dengan permintaan dari AFP.

Komunikasi dilakukan secara dua arah oleh Bagian Publikasi Mancanegara dengan Media AFP dan *tour guide*. Masukan oleh media AFP menjadi pertimbangan Bagian Publikasi Mancanegara dalam menyusun *itinerary*. Bagian Publikasi Mancanegara berusaha menyesuaikan konten *itinerary* agar sesuai dengan selera media AFP sebagai

sasaran. Bagian Publikasi Mancanegara bersama dengan *tour guide* mendiskusikan masukan dari Media AFP untuk pergantian jadwal aktivitas. Setelah mendapat persetujuan dari *tour guide* barulah *itinerary* yang sudah fix dikirimkan kembali ke media AFP.

Komunikasi oleh Bagian Publikasi Mancanegara sangat mendesak pada tanggal pelaksanaan karena media AFP membutuhkan waktu yang cukup lama mulai dari persetujuan ke kantor pusat di Perancis dan koordinasi kesesuaian kegiatan. Dengan jumlah koresponden yang sangat terbatas dan banyaknya kegiatan yang harus dilakukan oleh koresponden, berkurangnya jumlah tenaga kerja karena beberapa orang koresponden berpartisipasi ke Tana Toraja memengaruhi pekerjaan di Jakarta. Media AFP harus menyusun ulang jadwal kerja agar tidak terlewatkan dalam waktu yang sangat singkat dan mengakali agar tidak terjadi tumpang tindih.

Pakar *media relations*, Aceng Abdullah mengatakan bahwa *sounding* dan pemberitahuan kepada media tidak boleh dilakukan dalam tenggat waktu yang mendesak. Humas harus mempertimbangkan bahwa media terutama wartawan tidak bisa diundang dalam keadaan mendesak karena memiliki tugas lain yang harus dilakukan. Oleh karena itu Humas haruslah lebih peka dan mempertimbangkan media. Sebaiknya mengundang media berjarak 3 minggu atau lebih dari pelaksanaan kegiatan agar media bisa menyusun agenda dari jauh hari dan tidak bentrok dengan liputan lain.

Media tidak bisa diundang secara dadakan dengan ekspektasi media pasti bisa datang karena menganggap bahwa profesi media yang tidak mengenal jam kerja yang pasti. Mitos bahwa wartawan bisa diundang kapan saja tidaklah benar karena ada banyak agenda kegiatan lain yang harus dikerjakan. Undangan mendadak kepada media untuk datang pada suatu acara dapat berdampak pada ketidakhadiran media tersebut. Ketidakhadiran seorang wartawan bisa disebabkan karena menganggap kurang menariknya acara yang dibahas, mendadaknya waktu, berbenturan dengan deadline, atau hal – hal teknis lainnya (Abdullah, 2004:32)

Perubahan *itinerary* yang dilakukann oleh Bagian Publikasi Mancanegara karena penilaian dari media AFP yang terlalu monoton dan tidak berimbang disebabkan karena media AFP mempertimbangkan keinginan khalayak pembaca. Media AFP menginginkan informasi yang memiliki nilai unik dan bisa memancing ketertarikan publik. Media membutuhkan informasi yang bisa menarik perhatian publik. Karena media memang menyajikan informasi untuk kepentingan publik. (Iriantara, 2011:150)

Bagian Publikasi Mancanegara sebagai humas Kementerian Pariwisata harus mempertimbangkan keinginan dan selera media AFP sebagai sasaran kegiatan Media Trip Mancanegara. Dengan meninjau kembali *itinerary* menunjukkan bahwa Bagian Publikasi Mancanegara peduli dan menjadikan selera dan kebutuhan media AFP sebagai prioritas utama dalam menyusun kegiatan.

Pelaksanaan Media Trip Mancanegara dilaksanakan di Tana Toraja, Sulawesi Selatan selama 4 hari dari tanggal 10 – 13 September 2018. Pada hari pertama pelaksanaan Media Trip Mancanegara tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP

berangkat dari Bandara Internasional Soekarno Hatta, untuk melakukan penerbangan menuju Bandara Sultan Hassanudin Makassar sebagai tempat transit sebelum menuju Toraja. Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP tiba di Makassar pukul 18.30 dan akan melanjutkan perjalanan ke Toraja keesokan harinya (11 September 2018).

*Hari kedua* Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP berangkat ke Tana Toraja pukul 09.40. Sesampainya di Toraja Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFO menuju ke kuburan gua alam khas Toraja yang bernama Londa. Londa adalah objek wisata tempat makam goa yang berada di sebuah bukit, di dalamnya juga berisi peti mati, tulang dan tengkorak jenazah yang sudah berumur ratusan tahun. Di sisi lain, dari puluhan tau-tau berjejer di depan liang kubur. Saat di Londa media AFP melakukan liputan di lokasi dan wawancara dengan pengunjung yang ada dengan difasilitasi oleh Tim Bagian Publikasi Mancanegara.

Perjalanan dilanjutkan dengan membawa media AFP untuk mencicipi kopi khas Toraja yang terkenal memiliki rasa yang khas dan tersebar di pasaran dunia. Kopi yang dijual di kedai ini adalah kopi Toraja pilihan dari Awan dan Sapan. Warung Kopi Toraja terletak tidak jauh dari lokasi gua yaitu sekitar 15 menit dengan mobil, media AFP diberikan kesempatan untuk melakukan liputan cara pembuatan kopi dan wawancara dengan pemilik warung kopi asli.

Kunjungan ke warung kopi Toraja tidak termasuk dalam *itinerary* yang dibuat oleh Bagian Publikasi Mancanegara. Namun karena ada waktu luang dan memungkinkan untuk mengunjungi warung kopi maka Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP menyempatkan untuk berkunjung dan wawancara dengan pemilik warung kopi. Ngopi bareng di warung kopi ini menurut Albert Rahmat Albar adalah salah satu cara yang dilakukan untuk bisa membangun relasi dengan media AFP secara informal. Tak hanya meliput cara pembuatan kopi dan wawancara, Tim Bagian Publikasi Mancanegara memanfaatkan kesempatan ini untuk berbincang – bincang ringan dengan media AFP perihal berbagai topik.

*Hari ketiga*, Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP pada tanggal 12 September 2018 berkunjung ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk mewawancarai Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara, Bapak Harli Patriatno. Kunjungan ini adalah untuk berbincang dengan Kepala Dinas Pariwisata mengenai kegiatan kebudayaan dan perkembangan pariwisata di Tana Toraja. Tim Bagian Publikasi Mancanegara memberikan kesempatan kepada media AFP untuk melakukan wawancara dan peliputan mengenai informasi yang dibutuhkan oleh media AFP (*media interview session*). Kunjungan ini berlangsung sekitar satu jam dan diakhiri dengan foto bersama dengan Kepala Dinas Pariwisata Toraja Utara.

Destinasi berikutnya adalah perkampungan adat tua Toraja, yaitu Ke'te Kesu' yang memiliki sejumlah rumah tradisional (Tongkonan), lengkap dengan lumbung padi berukir (Alang Sura'). Daya tarik utama dari objek wisata Ke'te Kesu' adalah Tongkonan tua Ala Sura' dan kompleks pemakaman yang telah berumur ratusan tahun yang didalamnya terdapat kuburan gantung, kuburan gua alam (*liang lo'ko'*), kuburan modern (patane), dan

peti mati tradisional yang dihiasi dengan ukiran (erong). Dengan jarak tempuh 10 menit dari kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara, Tim Bagian Publikasi Mancanegara disambut oleh tarian adat leluhur Toraja utara yaitu tari Manganda.

Sesudah Kete' Ke'su Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP kemudian menuju Upacara Pemakaman Rambu Solo di desa labo' yang hanya menempuh waktu 20 menit dari lokasi desa Kete' Ke'su. Rambu Solo adalah upacara adat kematian masyarakat Tana Toraja yang bertujuan untuk menghormati dan menghantarkan arwah orang yang meninggal dunia menuju alam roh, yaitu kembali kepada keabadian bersama para leluhur mereka di sebuah tempat peristirahatan. Upacara ini sering juga disebut upacara penyempurnaan kematian karena orang yang meninggal baru dianggap benar-benar meninggal setelah seluruh prosesi upacara ini digenapi. Selama kurang lebih 3 jam, media AFP diberi keleluasaan untuk meliput rangkaian upacara pemakaman adat Rambu Solo, serta mewawancarai pihak keluarga yang menyelenggarakan acara. Bagian Publikasi Mancanegara membantu memfasilitasi media AFP untuk mencari narasumber yang dibutuhkan media AFP untuk wawancara.

Setelah melakukan liputan dan wawancara di upacara pemakaman Rambu Solo, Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP berpindah tempat ke perkebunan kopi PT Toarco Jatya. Kunjungan ke perkebunan kopi merupakan salah satu permintaan dari media AFP sebelum berangkat ke Tana Toraja karena menginginkan ada kegiatan yang tidak hanya seputar kebudayaan saja. Saat di perkebunan kopi, Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP berkesempatan untuk eksplor perkebunan kopi hingga ke puncak bukit. Media AFP juga berkesempatan untuk melakukan liputan dan wawancara dengan karyawan PT Toarco Jaya dan melihat isi pabrik kopi serta mencicipi hasil perkebunan kopi yang disajikan langsung dari olahan.

Kegiatan pada hari ketiga sangat padat dan mengunjungi banyak lokasi. Tim Bagian Publikasi Mancanegara selama kegiatan terus memastikan bahwa kebutuhan informasi media AFP dalam setiap lokasi terpenuhi dan tidak ada kekurangan. Oleh karena itu, Tim Bagian Publikasi Mancanegara secara aktif berkomunikasi dan menanyakan mengenai keperluan informasi yang dibutuhkan oleh media AFP. Tim Bagian Publikasi Mancanegara juga membantu mencari narasumber yang diperlukan media AFP untuk melakukan wawancara.

Selain membantu mencari narasumber untuk kebutuhan wawancara, Tim Bagian Publikasi Mancanegara juga fleksibel dengan waktu durasi liputan. Disaat media AFP membutuhkan waktu tambahan untuk melakukan liputan di sebuah lokasi Tim Bagian Publikasi Mancanegara mencoba untuk memberi waktu tambahan selagi tidak mengganggu perjalanan selanjutnya. Hal ini bertujuan agar tidak media AFP bisa mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

*Hari keempat*, Tim Bagian Publikasi Mancanegara transit di Makassar sebelum kembali ke Jakarta. Perjalanan Media Trip Mancanegara oleh Bagian Publikasi Mancanegara dengan media AFP diakhiri dengan foto bersama. Pada saat perjalanan kembali ke Jakarta, Tim Bagian Publikasi Mancanegara menyempatkan berbincang

dengan media AFP mengenai pendapat dalam Media Trip Mancanegara. Tim Bagian Publikasi Mancanegara menilai bahwa *feedback* dari Media AFP sangat penting untuk introspeksi dan pembelajaran bagi kegiatan Media Trip Mancanegara selanjutnya.

Meskipun seluruh teknis kegiatan selama empat hari di Tana Toraja telah disusun sebelum keberangkatan dan telah dilakukan *cross check* ulang dengan *tour guide*, namun tetap terjadi beberapa kekurangan dalam pelaksanaan Media Trip Mancanegara.

Kekurangan yang paling menonjol selama pelaksanaan Media Trip Mancanegara adalah gagalnya Tim Publikasi Mancanegara dan media AFP menonton Ritual Manene. Ritual Manene adalah ritual untuk memandikan dan mengganti mayat leluhur yang telah lama meninggal. Sebelumnya, Bagian Publikasi Mancanegara dalam proposal yang diajukan ke media AFP mengatakan bahwa ada dua upacara kebudayaan yang akan dikunjungi yaitu Rambu Solo dan Ritual Manene. Dua kegiatan adat ini sangat ditunggu oleh Media AFP karena tidak dilaksanakan setiap waktu dan merupakan kegiatan adat yang berskala besar karena sangat dilestarikan oleh masyarakat dan menyedot perhatian wisatawan.

Media AFP yang memiliki ketertarikan di wisata budaya sangat menyayangkan gagalnya meliput Ritual Manene yang merupakan ritual langka karena menggunakan mayat sebagai subjek dari ritual. Kegagalan meliput Ritual Manene menimbulkan rasa kecewa dari pihak AFP karena Ritual Manene adalah kegiatan yang ditunggu – tunggu oleh media AFP untuk diliput. Ritual Manene yang memandikan kemudian mengganti pakaian mayat dan katanya bisa berjalan dan berkomunikasi adalah daya pancing yang sangat memikat dan adalah khas dari Toraja. Oleh karena itu kegagalan meliput Ritual Manene menimbulkan perasaan kecewa bagi media AFP.

Gagalnya Tim Bagian Publikasi Mancanegara meliput Ritual Manene dinilai karena tidak memiliki cukup waktu. Awalnya Ritual Manene dikabarkan akan dilaksanakan pada tanggal 11 September namun ternyata terjadi perubahan tanggal. Perubahan tanggal ini diluar dugaan Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan saat itu *itinerary* sudah dibuat dan Tim Bagian Publikasi Mancanegara baru mendapat kabar saat sudah berada di Toraja.

Selain hambatan tidak bisa meliput Ritual Manene hambatan lain yang dijumpai adalah jauhnya antar lokasi kegiatan yang bisa memakan waktu 7 jam perjalanan menggunakan mobil. Jalanan yang dilalui adalah jalanan perbukitan dan ada beberapa kondisi jalan yang belum memiliki fasilitas yang memadai sehingga mobil yang membawa Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP tidak bisa menuju lokasi sesuai dengan target waktu yang diharapkan.

Darmastuti (2012:156 - 157) dalam buku *Media Relations : Konsep Strategi dan Aplikasi* mengatakan bahwa ada enam strategi komunikasi dalam kegiatan *media relations* yaitu: *pertama, by serving the media*. Strategi ini adalah dengan pelayanan kepada media. Humas dituntut untuk memberikan pelayanan kepada media dengan cara selalu siap dalam memberikan pelayanannya kepada media massa, sesuai dengan yang dibutuhkan media massa tersebut (Darmastuti, 2012:156).

Pemahaman terhadap seluk beluk sejarah, rangkaian dan keistimewaan upacara adat akan berpengaruh pada pelayanan yang diberikan. Jika Tim Bagian Publikasi Mancanegara tidak paham dengan wisata dan upacara adat maka Tim Bagian Publikasi Mancanegara tidak akan maksimal dalam memberikan pelayanan kepada media AFP dan akan menimbulkan kesan bahwa Bagian Publikasi Mancanegara tidak tahu apa – apa. Pelayanan kepada media dapat berupa menyiapkan jawaban – jawaban serta memberikan jawaban serta informasi oleh media massa pada saat tertentu (Darmastuti, 2012:156)

**Kedua, by establishing a reputations for reliability** yaitu strategi untuk menegakkan reputasi instansi agar tetap dipercaya (Darmastuti, 2012:157). Agar membangun kepercayaan, instansi harus bisa memberikan informasi yang terpercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Humas harus bisa mempertanggungjawabkan ucapan dan janji yang telah dilontarkan kepada media karena akan mempengaruhi pada reputasi instansi kedepannya.

Media AFP sebelumnya menyambut baik agenda Bagian Publikasi Mancanegara untuk mengikuti Rambu Solo dan Ritual Manene karena kedua kegiatan ini memiliki nilai berita yang tinggi dan unik untuk dipublikasi. Ritual Manene yang terkenal bisa membangkitkan dan mengajak berkomunikasi mayat leluhur memiliki keunikan dan akan menarik minat pembaca. Dengan gagalnya mengikuti Ritual Manene membuat janji yang diutarakan Bagian Publikasi Mancanegara sebelum keberangkatan gagal dipenuhi dan beresiko memengaruhi reputasi Bagian Publikasi Mancanegara kedepannya.

**Ketiga, by supplying good copy** adalah strategi dengan memasok naskah informasi yang baik. Naskah informasi dapat dibuat dalam bentuk artikel yang berupa opini atau pendapat tentang suatu permasalahan. Naskah informasi yang baik bisa diberikan berdasarkan data – data yang sebenarnya. Naskah bisa disertai dengan gambar atau foto (Darmastuti, 2012:158).

Bagian Publikasi Mancanegara pada saat menghubungi media AFP agar ikut serta dalam Media Trip Mancanegara telah mengirimkan rancangan *itinerary* dan buku panduan wisata Tana Toraja. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran mengenai destinasi wisata yang ada di Tana Toraja. Pada saat sebelum keberangkatan ke Tana Toraja lebih tepatnya pada saat di bandara penerbangan ke Tana Toraja, Bagian Publikasi Mancanegara kemabali memberikan buku wisata khusus yang dibuat untuk Media Trip Mancanegara dan brosur yang masing – masingnya berisi informasi masing – masing destinasi wisata dan upacara adat khas Toraja.

**Keempat, By cooperations in providing material.** Media Trip Mancanegara tidak hanya mengunjungi wisata budaya dan wisata sejarah yang ada di Tana Toraja saja, namun Bagian Publikasi Mancanegara memberikan kesempatan kepada media AFP untuk melakukan wawancara dengan informan yang dibutuhkan oleh media AFP. Bagian Publikasi Mancanegara proaktif dan peka dalam memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh media AFP. Informan yang dibutuhkan oleh media AFP akan dicari oleh Bagian Publikasi Mancanegara karena keterbatasan bahasa yang digunakan.

Dalam sebuah acara, biasanya wartawan menyerbu orang yang paling tinggi kedudukannya kecuali karena alasan keamanan, atau orang paling nomor satu pada suatu lembaga tidak bisa diwawancara secara langsung. Semakin tinggi jabatan seseorang, makin kredibel di mata media massa (Abdullah, 2004:69)

Strategi *by cooperations in providing material* adalah strategi yang dilakukan dengan kerja sama yang baik dalam menyediakan bahan informasi (Darmastuti, 2012:158). Bahan informasi bisa berupa data maupun sumber informan yang sesuai dengan kebutuhan media. Dalam kegiatan Media Trip Mancanegara bahan informasi yang disediakan oleh Bagian Publikasi Mancanegara adalah sumber informan yang kredibel dan sesuai dengan kebutuhan media.

**Kelima**, *by providing verification facilities*. Public Relations harus memikirkan fasilitas yang harus disediakan bagi pekerjan – pekerja media. Tujuannya adalah agar pekerja media merasa nyaman dalam bekerja. Cara yang dilakukan untuk menerapkan startegi ini adalah dengan memberikan fasilitas kepada pekerja media dan wartawan membutuhkan ruangan untuk melakukan liputan di organisasi atau perusahaan tersebut. (Darmastuti, 2012:159).

Konteks menyediakan fasitas tidak hanya berupa ruangan dan internet saja. Fasilitas sebenarnya bersifat fleksibel dan menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang dialami. Saat Media Trip Mancanegara, Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP menginap di hotel yang ada di sekitaran lokasi wisata. Hotel tempat menginap tersebut menyediakan ruang pertemuan yang bisa digunakan oleh media AFP untuk mengolah informasi ataupun kegiatan lain yang dibutuhkan. Bisa dibilang fasilitas yang dibutuhkan oleh media AFP secara tidak langsung telah dilengkapi oleh Bagian Publikasi melalui fasilitas ruangan yang disediakan oleh hotel.

**Keenam**, *by building personal relationship with the media*. Strategi ini merupakan strategi yang dilakukan dengan membangun hubungan secara personal anatar Public Relations dengan media massa. (Darmastuti, 2012:159) Membangun hubungan secara personal dengan media dapat melalui sms, email, atau dengan media sosial. Pesan dalam hubungan personal bisa dengan menanyakan kabar wartawan, memberikan informasi ataupun ide yang dapat digunakan sebagai masukan dalam membuat bahan pemberitaan.

Tim Bagian Publikasi Mancanegara menjalin hubungan personal dengan berpedoman bersifat profesional. Interaksi dalam bentuk komunikasi masalah diluar konteks Media Trip Mancanegara tidak dilakukan. Hubungan personal yang dijalin terbatas pada konteks informasi seputar destinasi wisata dan kebutuhan informasi media AFP saja. Komunikasi antara Tim Bagian Publikasi Mancanegara dengan media AFP masih canggung dan masih belum terjalin hubungan personal yang baik antara Bagian Publikasi Mancanegara dengan media AFP sebagai dasar untuk membangun keterbukaan dan saling menghormati antarprofesi masing – masing.

Terdapat beberapa hambatan yang terjadi saat Media Trip Mancanegara, hambatan utama adalah tidak terlaksananya seluruh kegiatan yang telah direncanakan di *itinerary* yaitu mengikuti Ritual Manene. Pada saat melakukan *sounding* dengan media AFP,



Bagian Publikasi Mancanegara menjanjikan bahwa akan mengikuti dua kegiatan adat yaitu upacara pemakaman Rambu Solo dan Ritual Manene.

Pakar *media relations*, Aceng Abdullah selaku triangulator menyatakan bahwa humas sangat penting untuk menjaga kredibilitas dan ucapan kepada wartawan. Sangatlah penting untuk menjaga janji karena akan berhubungan dengan reputasi dan kredibilitas perusahaan atau organisasi. Meminimalisir kemungkinan terjadinya hambatan dan permasalahan harus bisa dideteksi sedini mungkin agar tidak menggagalkan kegiatan.

#### **D. SIMPULAN**

Perencanaan kegiatan Media Trip Mancanegara yang merupakan bentuk kegiatan *press tour* tidak dijalankan dengan sempurna. Menurut Wardani dalam buku *Media Relations : Sarana Membangun Reputasi Organisasi* perencanaan *press tour* harus mencakup tujuh garis besar, yaitu menentukan tujuan kegiatan, menentukan media, menentukan pihak internal, penentapan taktik, menentukan pihak ketiga untuk kerjasama, menentukan biaya dan pengukuran evaluasi. Dari ketujuh garis besar perencanaan kegiatan *press tour* oleh Wardani, Bagian Publikasi Mancanegara tidak melakukan perencanaan pada pengukuran evaluasi.

Proses komunikasi yang dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara yang hanya berjarak 2 minggu dari pelaksanaan Media Trip Mancanegara menyulitkan media AFP karena proses persetujuan harus melalui kantor pusat AFP di Perancis. Aceng Abdullah dalam buku *Press Relations* mengatakan bahwa proses komunikasi kepada media haruslah memerhatikan tenggat dan skala media dan proses komunikasi dilakukan jauh – jauh hari dengan pertimbangan kebutuhan media.

Media Trip Mancanegara dilaksanakan dari tanggal 10-13 September 2018. Namun Tim Bagian Publikasi Mancanegara dan media AFP gagal untuk meliput Ritual Manene karena kesalahan informasi yang didapat mengenai tanggal pelaksanaan Ritual Manene dan menimbulkan kekecewaan pada media AFP karena Bagian Publikasi Mancanegara menjanjikan bahwa Ritual Manene adalah kegiatan yang akan diliput penuh karena memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri. Darmastuti dalam buku *Media Relations : Konsep, Strategi dan Aplikasi* menyatakan bahwa ada enam strategi saat pelaksanaan kegiatan *media relations*, yaitu : *by serving the media, by establishing a reputations for reliability, by supplying good copy, by cooperations in providing material, by providing verifivation facilities* dan *by building personal relationship with the media*. Enam strategi ini tidak sepenuhnya dilakukan oleh Bagian Publikasi Mancanegara terutama pada strategi *by establishing a reputations for reliability* karena Bagian Publikasi Mancanegara gagal menepati janji kepada media AFP untuk meliput Ritual Manene sehingga menimbulkan kekecewaan bagi Media AFP dan berpengaruh pada kepercayaan dan reputasi Bagian Publikasi Mancanegara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Aceng. 2004. *Press Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relation*. Jakarta : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2001. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana
- Cutlip, Center dan Broom. 2011. *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana
- Creswell, John 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations : Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Human Relations & Public Relations*. Bandung : Mandar Maju
- Iriantara, Yosali. 2011. *Media Relations : Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Jakarta : Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Moleong, Lexy. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta : Referensi
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosadi. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pres
- Ruslan, Rosadi. 2011. *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Press
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV Alfabeta
- Wardani, Diah. 2008. *Media Relations : Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu

## Jurnal Online

- Alim, Anneke Lawrencina. 2016. *Strategi Media Relations Hotel Grand Darmo Suite Surabaya dalam Mengelola Publisitas di Media Massa*. Universitas Kristen Petra diunduh pada 5 Desember 2018
- Raisa, Amelia. 2012. *Strategi Media Relations PT Proteinaprima dalam Mengelola Citra Perusahaan*. Universitas Bina Nusantara diunduh pada 5 Desember 2018

## Artikel dari website tanpa nama penulis

- Presiden Jokowi Target Wisman Sebesar 20 Juta di 2019 Mendatang (2018, Oktober 2) diakses dari: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2662531/presiden-jokowi-target-wisman-sebesar-20-juta-di-2019-mendatang>
- Jumlah Kunjungan Wisman menurut Kebangsaan dan Bulan Kedatangan Tahun 2017-2018 (2018, September 17) diakses dari :

*<https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/07/30/1548/jumlah-kunjungan-wisman-menurut-kebangsaan-dan-bulan-kedatangan-tahun-2017---2018.html>*