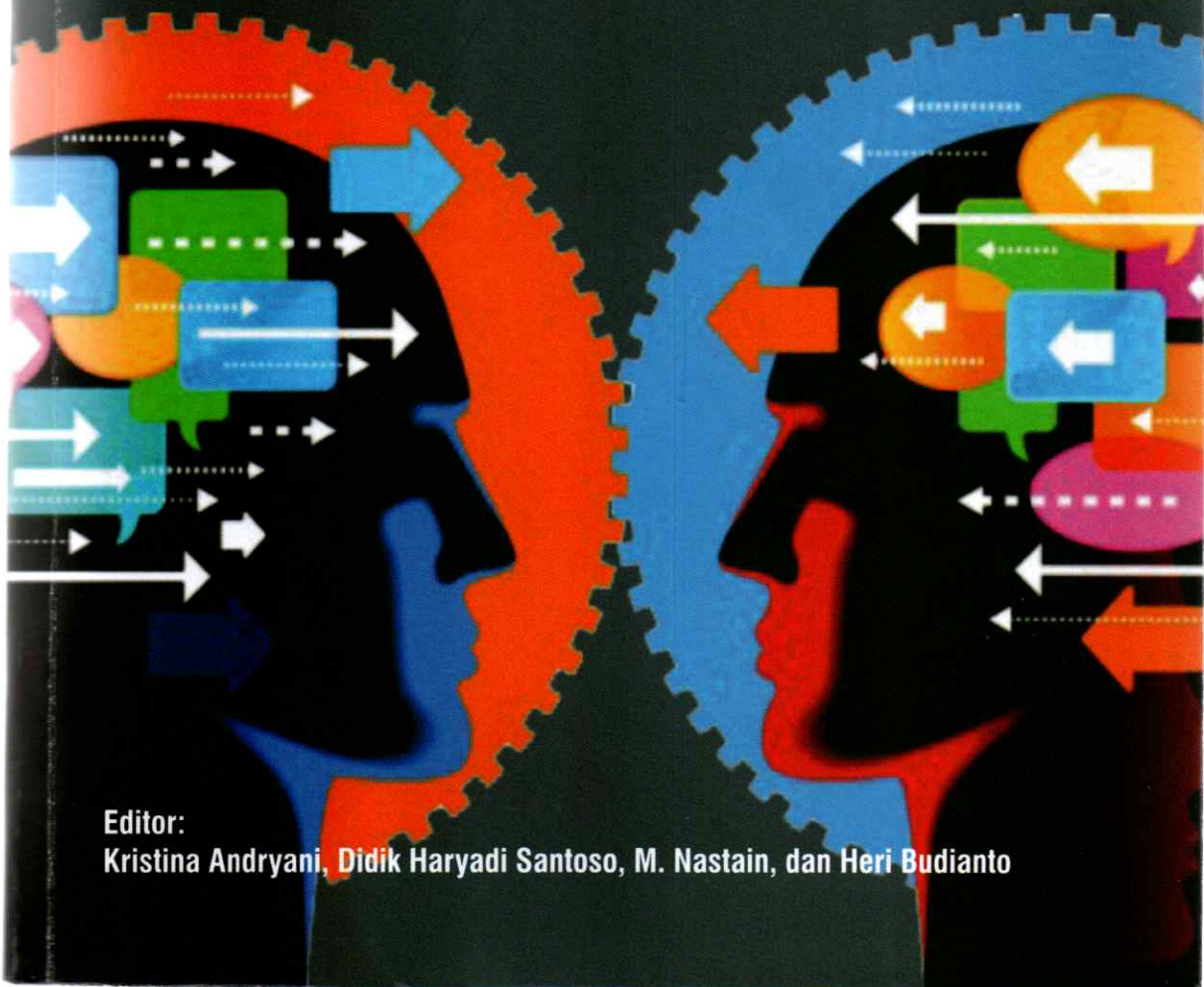


Komunikasi Pariwisata, Budaya dan Pengembangan Potensi Daerah



Editor:
Kristina Andryani, Didik Haryadi Santoso, M. Nastain, dan Heri Budianto

Komunikasi Pariwisata, Budaya dan Pengembangan Potensi Daerah

Editor:

Didik Haryadi Santoso, Kristina Andryani, Muhamad Nastain, Heri Budianto

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana

Pasal 72

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1(satu) bulan dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).



Komunikasi Pariwisata, Budaya dan Pengembangan Potensi Daerah

@Penulis

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
All Rights Reserved
456 hal (xii + 444 hal), 16 x 24 cm
ISBN: 978-602-6751-93-5

Penulis :

Nurul Fadilah, Dwi Aji Budiman, Yudisiani, Dewi Sad Tanti, Agustina Zubair,
Safrudiningsih, Afrina Sari, Astri Wulandari, Muhamad Nastain,
I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, Ni Gusti Ayu Kartika, Sulaeman,
Riza Hernawati, Aliyah Nur'aini Hanum, Selvianus Saludan,
Abdul Aziz, Happy Wulandari, Eka Fitri Qurniawati,
Muhd Ar. Imam Riauan, Rasianna Br. Saragih, Ressi Dwiana, Christiany Juditha,
Welly Wirman, Ringgo Eldapi Yozani, Cheryl Pricilla Bensa,
H.H. Daniel Tamburian, Tresna Wiwitan, Nurrahmawati, Neni Yulianita,
Genny Gustina Sari, Nathalia Perdhani Soemantri, Muthia Karina,
Aprilyanti Pratiwi, Hamida Syari Harahap,
Chelsy Yesicha, Didik Haryadi Santoso, Rosalia Prismarini, Hayu Lusianawati.

Editor :

Didik Haryadi Santoso, Kristina Andryani, Muhamad Nastain, Heri Budianto

Perancang Sampul dan Penata Letak :

Ibnu T. W

Cetakan Pertama, 2017

Diterbitkan oleh:

Buku Litera Yogyakarta
Minggiran MJ II/1378, RT 63/17, Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta
Telp. 0274-388895, 08179407446
email: bukulitera@gmail.com

KATA PENGANTAR

Dr. Heri Budianto S.Sos, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Ketua Umum ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi)

Pertama-tama, saya memberikan apresiasi atas terbitnya buku ini yang ditulis oleh para akademisi-akademisi dan peneliti-peneliti berbakat dan berkompeten milik bangsa Indonesia. Kehadiran buku ini sangat relevan ditengah-tengah dinamika keilmuan komunikasi dan pembangunan serta pengembangan potensi daerah dengan segala macam kompleksitasnya.

Ditengah-tengah ragam kompleksitas tersebut, kita baik sebagai akademisi, praktisi maupun sebagai masyarakat dituntut untuk lebih berperan dalam kebersamai pembangunan dan pengembangan potensi daerah. Tentu peran tersebut dapat disesuaikan dengan bidang kerja dan bidang fokus kajian masing-masing. Dalam fokus-fokus kajian komunikasi misalnya, terdapat banyak tema yang dapat bersinergis dalam pembangunan dan pengembangan potensi daerah. Semisal, komunikasi politik, komunikasi pariwisata, komunikasi pemasaran, komunikasi organisasi, hubungan masyarakat dan masih banyak lagi fokus kajian komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Buku ini mencoba membaca segala bentuk dinamika keilmuan komunikasi yang bersinggungan langsung dengan pembangunan daerah dan pengembangan potensi daerah. Sudut pandang yang dikaji pun beragam, mulai ekonomi, politik, sosial dan budaya. Namun tetap dalam perspektif utama yaitu keilmuan komunikasi. Melalui buku ini, para penulis tidak hanya memaparkan aspek-aspek konseptual teoritis melainkan juga menyangkut problematika yang terjadi di daerah-daerah di seluruh Indonesia. Buku ini dapat dijadikan referensi, tidak hanya bagi para mahasiswa atau akademisi melainkan juga dapat dimanfaatkan untuk pemerintah pusat dan daerah, pelaku industri serta masyarakat luas. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Selamat membaca!

Yogyakarta, 18 November 2017

Didik Haryadi Santoso., M.A

Dewan Editor & Ketua Konferensi Nasional Komunikasi 2017

Dalam tata kelola negara, tata kelola industri dan tata kelola masyarakat, komunikasi menjadi bagian yang tak terpisahkan. Ia menjadi ilmu sekaligus menjadi jembatan lintas sektoral dalam interrelasi negara, industri dan masyarakat. Keilmuan komunikasi hadir dalam ragam bentuk peran yang taktis dan strategis, khususnya dalam pembangunan dan pengembangan potensi daerah. Hal ini dapat dilihat secara riil melalui tema-tema komunikasi politik, komunikasi pariwisata, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran, hubungan masyarakat dan lain sebagainya. Mau tidak mau, komunikasi sebagai ilmu akan berhenti bertarung "memukul udara", dan bergerak turun dari menara gadingnya. Dalam praktiknya, keterlibatan keilmuan komunikasi dan pengembangan potensi daerah merupakan salah satu contoh bagaimana ia turun dari menara gadingnya, membumi dan bermanfaat bagi tiga interrelasi yang telah disebutkan diatas.

Komunikasi dan pengembangan potensi daerah sudah tentu dapat melalui berbagai macam sektor, sektor negara, pasar, atau sektor publik. Pada sektor negara misalnya, komunikasi politik dan komunikasi organisasi berperan strategis dalam pembangunan daerah. Pada sektor pasar, tema-tema komunikasi pemasaran, *e-commerce*, *integrated marketing communication* turut mendorong tumbuh dan berkembangnya ekonomi-ekonomi kreatif yang tidak pernah terbayangkan pada era-era sebelumnya. Apalagi industri kreatif senantiasa terus bergerak dengan inovasi-inovasi yang cepat tiada henti mulai dari ritel online, produksi konten, sektor transportasi, hingga sektor pariwisata. Sudah tentu, pusat yang mengambil kebijakan taktis strategis dan daerah-daerah sebagai penopangnya.

Buku ini berupaya menghadirkan dinamika pembangunan daerah dan pengembangan potensi daerah perspektif komunikasi. Kesemuanya menyangkut dalam 4 (empat) dimensi sekaligus yaitu, ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Melalui buku ini, para penulis tidak hanya memaparkan

konseptual teoritis melainkan juga menyangkut persoalan-persoalan yang riil terjadi di daerah. Selain itu, melalui buku ini, para penulis juga berupaya memberikan catatan-catatan kritis dan reflektif atas permasalahan yang terjadi. Buku ini dapat dijadikan referensi, tidak hanya bagi para mahasiswa atau akademisi melainkan juga dapat dimanfaatkan untuk para pengampu kebijakan baik di tingkat pusat, provinsi kabupaten, dan pelaku industri serta masyarakat luas secara umum. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi pembangunan daerah serta dapat menambah cakrawala keilmuan komunikasi yang lebih meluas, mendalam dan membumi. Akhir kata, selamat membaca!

Yogyakarta, 18 November 2017

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Kata Pengantar Editor	vii
Daya Tarik Pemberitaan Batu Akik di Kalangan Komunitas Batu Akik Kota Bengkulu Sebagai Wujud Industri Kreatif <i>Hurul Fadilah, Dwi Aji Budiman, Yudisiani</i>	1
Eksplorasi Unsur Budaya Lokal dalam Produk Unggulan Kabupaten Lebak <i>Dewi Sad Tanti dan Agustina Zubair</i>	19
Kampung Dongeng Memberi Nilai Tambah dalam Industri Kreatif <i>Safrudiningsih, S.S., M.Ikom</i>	47
Komunikasi Antar Kelompok Agama dan Pemaknaan Toleransi dalam Hubungan Keharmonisan Sosial Keagamaan Di Kota Bekasi <i>Ayina Sari</i>	63
Komunikasi <i>Ingroup</i> dan <i>Outgroup</i> sebagai Penguatan Identitas Kultural (Penguatan Identitas Kultural Keturunan Etnis Arab di Surakarta) <i>Astri Wulandari S.I.Kom., M.A</i>	83
Komunikasi Kultural dalam Akulturasi Budaya Islam dan Jawa (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Kedungjati Kab. Grobogan) <i>Muhamad Nastain, M.IKom</i>	105
Komunikasi Nonverbal Pada Tarian Sakral Di Bali (Studi : <i>Tari Nampyog Nganten</i> Di Pura Samuan Tiga Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar Bali) <i>I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, Ni Gusti Ayu Kartika</i>	123
Lingkungan Hutan Suku Naulu (Makna Komunikasi Lingkungan Masyarakat Adat Suku Naulu Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, Indonesia) <i>Sulaeman</i>	145

Model Konservasi Hutan Berbasis Religius (Studi Kasus Pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh) <i>Riza Hernawati, S.Sos., M.Si</i>	159
Penguatan Peran Masyarakat Adat dalam Komunikasi Pembangunan Berbasis Lingkungan Hidup di Kabupaten Kapuas Hulu Provinsi Kalimantan Barat <i>Aliyah Nur'aini Hanum dan Selvianus Saludan</i>	175
Perilaku Komunikasi Antarbudaya Deteni Penghuni Wisma Novri Dengan Masyarakat Setempat (Suatu Studi Etnografi Komunikasi) <i>Abdul Aziz dan Happy Wulandari</i>	189
Analisis Framing Pencitraan Pariwisata Indonesia Pada Majalah Penerbangan Linker <i>Eka Fitri Qurniawati dan Muhd Ar. Imam Riauan</i>	219
Festival Tabut Bengkulu Sebagai Wisata Budaya <i>Rasianna Br. Saragih</i>	233
Film Dokumenter, Citra Daerah dan Dukungan Pemerintah <i>Bessi Dwiana dan Christiany Juditha</i>	251
Humas Internasional dalam Pengembangan Sektor Industri Pariwisata Bahari di Provinsi Kepulauan Riau <i>Welly Wirman dan Ringgo Eldapi Yozani</i>	263
Pengaruh Variabel <i>Special Event</i> dan <i>Organizer Performance</i> Terhadap Kepuasan Exhibitor (Studi Pada Event Ipa Convex 2017) <i>Cheryl Pricilla Bensa</i>	275
Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Adat Dayak dalam Memelihara Kerukunan Hidup Antarumat Beragama di Kota Sosok Kabupaten Sanggau Kalimantan Barat <i>H.H. Daniel Tamburian</i>	289
Komunikasi Dan Gelar Budaya Studi Kasus Gelar Budaya Pada Tenaga Kerja Wanita Indonesia di Luar Negeri <i>Tresna Wiwitan, Nurrahmawati, dan Neni Yulianita</i>	301
Bakar Tongkang: Sebuah Tradisi Berbalut Ritual Keagamaan Studi Etnografi Komunikasi Di Bagansiapi-Api Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau <i>Genny Gustina Sari</i>	319

Identitas Etik Masyarakat Keturunan Tionghoa di Suryakencana Bogor <i>Rahalia Perdhani Soemantri dan Muthia Karina</i>	331
Perbedaan Cara Pandang Antara Kaum Muda dan Kaum Tua di Kota Palembang Mengenai Tahapan Pernikahan Adat Palembang (Studi Pada Kaum Muda dan Kaum Tua di Kecamatan Sematang Buarang, Kota Palembang) <i>Aprilianti Pratiwi</i>	347
Proses Transformasi Pada Masyarakat Betawi di Kota Bekasi Melalui Komunikasi Antar Budaya <i>Hanida Syari Harahap</i>	367
Realitas Kebhinekaan Dalam Tradisi Budaya Cian Cui <i>Chelby Yescha</i>	387
<i>E-Government</i> & Komunikasi Pariwisata: Isalah Konten & Audien Virtual Pada Praktik <i>E-Goverment</i> www.visitingjogja.com <i>Didik Haryadi Santoso dan Rosalia Prismarini</i>	403
Persepsi Wisatawan Nusantara Tentang Sapta Pesona di Jakarta (Studi Pada Wisatawan Asal Pontianak, Kendari dan Palembang) <i>Hayu Lusianawati, M.Si</i>	415
BIODATA PENULIS	435

ANALISIS FRAMING PENCITRAAN PARIWISATA INDONESIA PADA MAJALAH PENERBANGAN LINKER

Eka Fitri Qurniawati¹ dan Muhd Ar. Imam Riauan²

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau

Jl. Kaharuddin Nasution, Marpoyan,

Pekanbaru 28284 Riau, Indonesia

ekafitri_qw@comm.uir.ac.id¹; imamriauan@comm.uir.ac.id²

PENDAHULUAN

Pariwisata memegang peranan penting dalam menyumbang devisa negara Indonesia. Di tengah isu krisis global tentang sumber daya alam yang kian menurun akibat eksploitasi yang terus menerus dilakukan di negara tersebut. Sebagai negara yang mengandalkan sumber daya alam seperti minyak, batubara, dan emas, Negara Indonesia juga memiliki keindahan alam yang mampu menarik wisatawan baik dalam maupun luar negeri untuk datang menikmati keindahan alam yang ada di Indonesia. Artinya Indonesia memiliki potensi wisata yang besar untuk dimanfaatkan sebagai sumber devisa negara.

Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Pariwisata dan Budaya Republik Indonesia yang menunjukkan posisi Pariwisata sebagai penyumbang devisa terbesar kelima pada tahun 2011 dan 2012 di bawah minyak dan gas bumi, batu bara, minyak kelapa sawit, karet olahan. Selanjutnya, sektor pariwisata 2013 hingga tahun 2015 naik menjadi peringkat keempat devisa negara terbesar dan menyisihkan sektor karet olahan. Pada tahun 2013 hingga tahun 2015 devisa negara dari sektor pariwisata mengalami peningkatan dan data terakhir pada tahun 2015 menunjukkan bahwa sektor pariwisata menyumbang sebesar 12.225,89 juta USD. Tren peningkatan semakin memperkuat sektor pariwisata yang harus diperhatikan sebagai sektor yang mampu memperkuat devisa negara Indonesia.

Berikut data peningkatan devisa negara sektor pariwisata berdasarkan data statistik data Kementerian Pariwisata dan Budaya:

Tabel 1 Devisa Pariwisata tahun 2011-2015

Tahun	Nilai (Juta USD)	Rangking Devisa
2011	8.554,39	5
2012	9.120,85	5
2013	10.054,15	4
2014	11,116.1	4
2015	12,225.89	4

Sumber: Data Olahan dari Kemenpar.go.id

Data tersebut menunjukkan bahwa pada 2011 hingga tahun 2015 terjadi peningkatan devisa negara yang bersumber dari sektor pariwisata adalah sebesar 8.554,39 Juta USD kemudian mengalami peningkatan menjadi 9.120,85 Juta USD. Peningkatan devisa negara mengalami peningkatan yang konsisten hingga pada akhirnya data tahun 2015 devisa negara dari sektor pendidikan meningkat hingga mencapai angka 12.225,89 Juta USD. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa sektor pariwisata mampu menjadi andalan devisa negara hingga tahun 2015.

Pertumbuhan pariwisata di Indonesia menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia mampu bekerja untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia. Pemerintah Indonesia berperan aktif dalam meningkatkan jumlah wisatawan sebagai salah satu andalan bagi devisa negara. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata Indonesia bersama-sama dinas pariwisata di masing-masing Provinsi harus mampu menciptakan keyakinan, gambaran, dan kesan yang positif terhadap pariwisata di Indonesia. Karena dengan kesan yang positif tersebut, pemerintah akan menarik minat dan perhatian wisatawan untuk datang ke Negara Indonesia dan meningkatkan devisa negara melalui sektor pariwisata.

Untuk menciptakan kesan yang positif, maka pencitraan dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah menggunakan media massa. Media massa memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak secara masif. Media mampu menembus batas ruang dan waktu. Kapan saja dan dimana saja, masyarakat dapat mengakses informasi dengan baik. Salah satu media yang digunakan dalam pencitraan dan promosi wisata di Indonesia adalah majalah internal dalam pesawat. Majalah ini merupakan majalah yang didistribusikan di dalam pesawat terbang. Majalah penerbangan memiliki peran yang penting dalam mengisi ruang informasi masyarakat di dalam sebuah penerbangan. Ketika media digital tidak boleh diakses,

maka media alternatif untuk memenuhi kebutuhan informasi adalah media penerbangan.

Majalah dalam pesawat yang diteliti dalam penelitian ini adalah Majalah "Linker" Inflight Magazine. Majalah "Linker" merupakan majalah internal pesawat Citylink yang dapat diakses dalam penerbangan Citylink yang tersebar di seluruh penerbangan Citilink dengan total pembaca hingga 1 juta orang per bulan.¹ Majalah ini mendapatkan penghargaan "Gold Winner" sebagai The Best of Private Company Magazine (InMA) 2016 pada The 5th SPB Indonesia Inhouse Magazine Awards (InMA) 2016. Tidak ada pilihan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat di dalam penerbangan. Hal ini disebabkan karena media elektronik tidak boleh digunakan karena alasan keselamatan penerbangan. Hal tersebut menjadikan media penerbangan sebagai satu-satunya media yang dapat diakses untuk mendapatkan informasi. Pemerintah dalam hal ini mengambil kesempatan untuk melakukan publikasi di majalah penerbangan. Beberapa daerah di Indonesia melakukan pencitraan melalui majalah ini untuk menyampaikan informasi pariwisata di daerah mereka masing-masing.

Hal tersebut menarik bagi peneliti untuk melihat bagaimana citra pariwisata Indonesia dalam bingkai Majalah Linker selama tahun 2016. Melalui konstruksi media, kita dapat menemukan realitas. Realitas yang digambarkan dalam media massa dapat menggambarkan citra pariwisata yang dibangun oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Dinas Pariwisata di masing-masing Provinsi yang ada di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul: "Analisis Framing Citra Pariwisata Indonesia Pada Majalah Penerbangan Linker".

KAJIAN LITERATUR

Humas/Public Relations

Menurut *The Institute of Public Relations* di Inggris (Colin dan Thomas 1989 : 2) "Humas/public relations merupakan usaha yang dilakukan dengan sengaja, direncanakan, dan dilakukan terus-menerus untuk mendapatkan dan menjalin saling pengertian antara satu organisasi dan publiknya".

¹<https://www.citilink.co.id/linkers-magazine>. (diakses pada 02 Maret 2017)

Saling pengertian membutuhkan apresiasi akan kekuatan dan kelemahan, kesempatan, tujuan, dan persoalan-persoalan yang dihadapi suatu organisasi, dan juga memerlukan keterbukaan terhadap kebutuhan-kebutuhan kelompok yang mempunyai kepentingan terhadap organisasi. Komunikasi hubungan masyarakat adalah proses dua arah, tidak saja membutuhkan pendengaran dan pandangan mata tetapi juga mulut untuk berbicara. Upaya yang dilakukan terus menerus dan dilakukan dalam kurun waktu tertentu.

Dalam teori, banyak pendapat yang menyatakan bagaimana fungsi manajemen Humas/*Public relations* akan tetapi peneliti mengambil salah satu pendapat yaitu Menurut Cutlip, Center, dan Canfield (Rosady, 2006 : 19), fungsi *public relations* adalah sebagai berikut :

- a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama
- b. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan /organisasi yang diwakilinya.
- d. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan mamfaat bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan /organisasi ke publik atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif dari kedua belah pihak.

Citra

Citra diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek. (Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2007:114). Citra menurut Philip Kotler (2000:553) dalam (Ruslan, 2008: 80), yaitu "*Image is the set of beliefs, ideas and impressions a person holds regarding an object. People's attitude and actions toward an object are highly conditioned by that object's image.*" Secara garis besar bahwa citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu, Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya.

Pariwisata

Pariwisata juga merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berkaitan dengan bidang tersebut (Pendit, 2006 : 16). Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri) meliputi pendiaman dari daerah lain (daerah tertentu, suatu negara atau suatu benua) untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia bertempat tinggal. (Yoeti, 1995 : 107)

Beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

- a. Wisata Budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
- b. Wisata Kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
- c. Wisata Olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.
- d. Wisata Komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- e. Wisata Industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
- f. Wisata Maritim atau Bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan olahraga air, seperti danau pantai atau laut.

- g. Wisata Cagar Alam, yaitu jenis wisata yang biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
- h. Wisata Bulan Madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan. (Pendit, 1999 : 41)

Framing

Media memiliki peran untuk mengkonstruksi realitas karena media berupaya menggambarkan peristiwa yang terjadi untuk disampaikan kepada masyarakat. Setiap sesuatu yang ditampilkan oleh media merupakan produk dari konstruksi realitas. Dalam penelitian ini realitas yang dikonstruksi oleh media adalah citra pariwisata Indonesia. Dengan demikian objek yang dikonstruksi dalam media massa adalah berbagai hal yang berkaitan dengan kondisi nyata tentang dunia pariwisata di Indonesia. Konstruksi media terkadang berbeda dengan konstruksi realitas yang ada pada dunia nyata. Pada kenyataannya media melakukan *framing* terhadap terhadap citra pariwisata Indonesia. Untuk itu, dibutuhkan analisis yang tepat untuk mengetahui citra pariwisata Indonesia dengan menggunakan analisis *framing*.

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut. (Eriyanto, 2011: 79)

Menurut Norris dalam Fauzi (2007: 23-25), framing dapat diklasifikasikan dalam dua level, yaitu level tematik dan episodik. Pada level episodik diproyeksikan untuk mencari perbedaan kecenderungan framing wacana berita dalam priode waktu tertentu dengan priode waktu yang lain, dan pada level tematik merujuk pada analisis framing makro struktural dan mikrostruktural. Pada makro struktural menempatkan presentasi berita dalam konteks bahasan spesifik sehingga lebih memungkinkan untuk memengaruhi interpretasi khalayak, dan pada level mikrostruktural memfokuskan presentasi berita pada angel tertentu dari suatu realitas.

Analisis *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman (dalam Eriyanto, 2011:220), mendefinisikan *framing* sebagai suatu pendekatan untuk mengetahui bagaimana proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dipandang sebagai penempatan informasi masi tertentu yang dipandang penting dan mendapatkan alokasi yang lebih besar dari pada isu yang lain. Menurut Entman (dalam Eriyanto, 2011:221), ada dua aspek dari *framing* yang sangat penting yakni, seleksi dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian analisis isi kualitatif, penelitian ini menggunakan perangkat analisis berdasarkan model analisis *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman melalui pendekatan konstruksionis, yang terdiri dari Pendefinisian Masalah (*Define problems*), Identifikasi Penyebab Masalah (*Causalinterpretation*), Membuat Pilihan/ Keputusan Moral (*Make Moral judgement*), Menekankan Penyelesaian (*Treatment recommendation*).

Media yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Majalah "Linker" bulight Magazine yang terbit selama Tahun 2016. Pada Penelitian ini peneliti menganalisis 7 Artikel. 4 Artikel yang merupakan *advetorial* dan 3 artikel lain merupakan laporan tim redaksi majalan "Linker". Artikel tersebut terbit di Tahun 2016 yaitu pada Bulan Juni (1 Artikel), Bulan Oktober (1 Artikel), dan Bulan Desember (5 Artikel).

HASIL ANALISIS

Framing Pencitraan Pariwisata Indonesia. Majalah Linker memberikan informasi pariwisata dari berbagai daerah yang ada di Indonesia. Beberapa artikel tersebut merupakan artikel yang merupakan *advetorial* dari beberapa daerah di Indonesia yang mengekspos potensi pariwisata mereka masing-masing. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 7 artikel yang terdiri dari 4 *advetorial* dan 3 artikel yang merupakan laporan tim redaksi Linker tentang Indonesia. Sebanyak 7 artikel dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan model analisis framing Robert N. Entman. Berikut Judul dan Isi Artikel terkait pariwisata Indonesia:

Tabel 1. Daftar Artikel Pencitraan Pariwisata Indonesia di Majalah Penerbangan Linker

No	Judul	Isi Berita/Wawancara	Sumber Berita
1	Samosir Negeri Indah Kepingan Surga Danau Toba-Sumatera Utara	Objek wisata yang terdapat di Kabupaten Samosir yang disebut dengan "kepingan surga" yang banyak menyuguhkan keindahan.	Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Samosir
2	Lombok, Destinasi Halal	Rencana pengembangan pariwisata Nusa Tenggara Barat	Kepala Disbudpar Provinsi Nusa Tenggara Barat
3	Pariwisata Riau Meyapa Dunia	Tekad Provinsi Riau mendukung Kementerian Pariwisata untuk memenuhi target 12 Juta wisatawan mancanegara	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf) Provinsi Riau, Arif Yahya Menteri Pariwisata RI, Arsyadjuliandi Rachman (Gubernur Provinsi Riau)
4	Indonesia, Tanah Air Kita	Potensi Pariwisata Indonesia secara keseluruhan	Indroyono Soesilo (Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman RI), dan laporan tim redaksi Majalah Linker
5	Danau Biru, Debur Ombak, Hamparan Pasir Putih, Gugusan Batu Granit, Eksotika Pariwisata Bangka Belitung	Objek Pariwisata di Kabupaten Bangka Selatan	Trisa Mutila/Jumadil Akhir (Humas Bangka Selatan)
6	Rasa Indonesia di Dunia	Masakan Indonesia di mata bangsa dan masyarakat dunia	Laporan tim redaksi Majalah Linker
7	Ritual Sakral di Indonesia	Ragam upacara tradisional yang merupakan bagian dari warisan agama Nusantara	Andy Allorante (Fotografer Toraja) dan laporan tim redaksi Majalah Linker

Sektor pariwisata di Indonesia menjadi sorotan dalam majalah Linker, konten majalah Linker di dominasi oleh informasi potensi yang menjadi daya tarik wisatawan untuk mengeksplorasi Negara Indonesia. Berikut hasil analisis framing pencitraan pariwisata Indonesia di majalah Linker Citilink Inflight Magazine Tahun 2016:

Pendefinisian Masalah (Define Problem). Masalah yang diframing dalam artikel majalah Linker baik dari *advetorial* pemerintah daerah, maupun laporan dari redaksi Linker menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata. Indonesia adalah Tanah Air kita yang memiliki kekayaan dan keindahan yang perlu kita ketahui dan dipahami sebagai potensi sumber daya yang harus kita listarikan untuk menarik wisatawan dari dalam maupun luar negeri.

Kekayaan dan keindahan yang dimiliki Indonesia terdiri dari kepulauan yang memiliki garis pantai terpanjang di dunia, Gunung Berapi, Kekayaan alam, kuliner yang kaya akan rempah-rempah, serta kekayaan budaya yang masih dilestarikan di Indonesia. Pariwisata Indonesia sangat menarik untuk dieksplorasi lebih maksimal lagi agar dapat memaksimalkan devisa negara dengan menarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang ke Negara Indonesia.

Indonesia memiliki begitu banyak adat dan kebudayaan, juga mempunyai beragam upacara tradisional yang menarik yang lahir dari Agama Nusantara sebelum agama-agama lain masuk ke Indonesia. Selain itu Indonesia memiliki makanan khas yang memiliki tempat khusus bagi bangsa Indonesia dan masyarakat dunia yang kaya dengan bumbu berasal dari rempah-rempah seperti kemiri, cabai, temu kunci, lengkuas, jahe, kencur, kunyit, kelapa dan gula aren.

Beberapa daerah di Indonesia juga menambah kekayaan dan keindahan objek Pariwisata seperti di Kabupaten Bangka Selatan, Kabupaten Samosir, Nusa Tenggara Barat dengan halal destinasi, dan Provinsi Riau dengan program Riau Menyapa Dunia. Pemerintah Nusa Tenggara Barat (NTB) memiliki rencana pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kualitas destinasi pariwisata terutama masalah kebersihan destinasi pariwisata. Selain itu NTB juga mengunggulkan Lombok sebagai "Halal Destinasi" sebagai branding dari destinasi wisatanya. Sedangkan Pemerintah Provinsi Riau bertekad mendukung Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk memenuhi target kedatangan 12 Juta wisatawan mancanegara yang ditetapkan pemerintah.

Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah (Diagnose Causes). Beberapa masalah pariwisata yang dikonstruksi oleh majalah Linker bersumber dari beberapa faktor-faktor yang menggambarkan bagaimana citra pariwisata Indonesia. Banyak hal asing tentang Indonesia yang tidak

pernah kita dengar dan tidak kita pahami yang perlu diceritakan dan disebarakan kepada bangsa Indonesia dan masyarakat dunia. Diantaranya Indonesia merupakan Negara Kepulauan terbesar di dunia; Indonesia merupakan negara dengan jumlah gunung api terbanyak di dunia yang merupakan bagian dari Cincin Api Pasifik; Indonesia memiliki kekayaan Indonesia akan budaya, bahasa daerah, rasa, suku bangsa, agama dan kepercayaan; Hutan, Indonesia masuk kedalam 10 besar negara dengan hutan terluas sekitar 884.950 km persegi.

Berkaitan dengan masalah adat dan kebudayaan, sumber masalah yang menjadi sorotan adalah Masih banyak daerah di Indonesia tetap melaksanakan upacara ritual kepercayaannya dan beberapa di antaranya tergerus dengan pandangan teologi agama modren yang akhirnya meninggalkan tradisi turun-menurun dari nenek moyang. Di sisi lain pemerintah masing-masing daerah mulai fokus dalam meningkatkan kualitas dan fasilitas destinasi pariwisata. Beberapa destinasi pariwisata belum memiliki fasilitas kebersihan dan tenaga kebersihan yang memadai. Di tambah lagi dengan target wisatawan mancanegara yang ditetapkan oleh pemerintah sebanyak 12 juta wisatawan.

Membuat Pilihan/Keputusan Moral (*Make Moral Judgement*),

Menjaga kualitas pariwisata harus dilakukan bersama dan didukung oleh banyak pihak seperti pemerintah pusat, pemerintah kabupaten, pemilik usaha, dan yang pastinya kesadaran dan bantuan masyarakat. Seluruh pihak harus saling bekerjasama untuk mendukung target pariwisata Nasional. Bangsa Indonesia harus belajar mencintai Indonesia secara keseluruhan. Warga negara Indonesia sudah harus bangga menjadi orang Indonesia yang hidup dalam tatanan Bhinneka Tunggal Ika yang patut dijaga kelestariannya.

Adat dan budaya merupakan identitas bangsa, suatu identitas yang sudah melewati masa ribuan tahun dari generasi ke generasi. Adat dan Budaya dalam bentuk upacara sakral tidak ada salahnya untuk memahami dan melestarikannya. Upacara-upacara diselenggarakan untuk anak cucu agar paham tentang nilai rasa hormat, cinta akan lingkungan, selalu berterima kasih dan yang paling penting adalah selalu menjaga keharmonisan alam semesta Indonesia.

Menekankan Penyelesaian Kita harus menjaga Indonesia agar semua elemen yang menjadikan Indonesia sebagai surga dunia yang kita banggakan tidak lenyap. Dibutuhkan banyak usaha agar kita dapat memahami kekayaan

dan keindahannya dengan melakukan eksplorasi terhadap elemen-elemen surga dunia di Indonesia. Adat dan Budaya perlu dipahami dan dilestarikan, mayoritas dari bangsa Indonesia sudah beragama, tidak ada salahnya kita mengambil kebijakan masa lampau dari ritual-ritual ini. Mengambil sisi positifnya karena semua ritual ini telah melewati kebijakan waktu. Menghormati keharmonisan bangsa yang sejak dulu sudah ditanamkan oleh nenek moyang kita.

Indonesia yang demikian kaya ini memang surga bagi mereka yang menggemari dunia kuliner. Sudah sepantasnya kita bangga dengan makanan tradisional dan produk lokal di masing-masing tempat kita berada. Apa yang kita makan dan olah tentunya harus sesuai dengan cuaca dan perut kita masing-masing. Dalam meningkatkan kualitas sarana dan prasarana, pemerintah harus Menyiapkan paket pembenahan destinasi pada penyediaan sarana dasar seperti toilet dan mushola, sarana ekonomi yang dapat diakses oleh penduduk sekitar destinasi. Menyiapkan shelter antar destinasi, penguatan kelompok cagar wisata untuk aksi bersih. Selain itu pemerintah harus Serius mengembangkan dan mengelola infrastruktur dan promosi pariwisata.

Tabel 2. Framing Majalah Linker tentang Citra Pariwisata Indonesia

<i>Define Problem</i> (Pendefinisian masalah)	Indonesia memiliki Kekayaan dan keindahan alam dan budaya yang perlu diketahui dan dipahami.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak hal asing tentang Indonesia yang tidak pernah kita dengar dan tidak kita pahami yang perlu diceritakan dan disebarakan kepada bangsa Indonesia dan masyarakat dunia. 2. Masih banyak daerah di Indonesia tetap melaksanakan upacara ritual kepercayaannya dan beberapa di antaranya tergerus dengan pandangan teologi agama modern yang akhirnya meninggalkan tradisi turun-menurun dari nenek moyang.
<i>Make Moral judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bangsa Indonesia harus belajar mencintai Indonesia secara keseluruhan. 2. Adat dan budaya merupakan identitas bangsa, suatu identitas yang sudah melewati masa ribuan tahun dari generasi ke generasi. Adat dan Budaya tidak ada salahnya untuk dipahami dan dilestarikan. 3. Menjaga kualitas pariwisata harus dilakukan bersama dan didukung oleh banyak pihak seperti pemerintah pusat, pemerintah kabupaten, pemilik usaha, dan yang pastinya kesadaran dan bantuan masyarakat.

<p><i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bangsa Indonesia harus menjaga agar semua elemen yang menjadikan Indonesia sebagai surga dunia yang kita banggakan tidak lenyap. 2. Dibutuhkan banyak usaha agar kita dapat memahami kekayaan dan keindahannya dengan melakukan eksplorasi terhadap elemen-elemen surga dunia di Indonesia. 3. Hampir mayoritas dari bangsa Indonesia sudah beragama, tidak ada salahnya kita mengambil kebijakan masa lampau dari ritual-ritual sakral. Mengambil sisi positifnya karena semua ritual ini telah melewati kebijakan waktu. 4. Menyiapkan paket pembenahan destinasi pada penyediaan sarana dasar seperti toilet dan mushola, sarana ekonomi yang dapat diakses oleh penduduk sekitar destinasi. Menyiapkan shelter antar destinasi. Penguatan kelompok cagar wisata untuk aksi bersih. 5. Serius mengembangkan dan mengelola infrastruktur dan promosi Pariwisata.
--	---

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan citra pariwisata Indonesia yang diframing dalam majalah Linker bahwa Indonesia memiliki kekayaan dan keindahan pariwisata yang sangat besar. Mulai dari kekayaan alam hingga kekayaan budaya yang merupakan warisan dari agama nenek moyang. Masih banyak kekayaan dan keindahan yang belum kita ketahui untuk dieksplorasi dan dikenalkan kepada bangsa Indonesia dan masyarakat internasional. Masih banyak hal asing yang belum kita ketahui tentang Indonesia. Hal ini disebabkan kekayaan dan keindahan pariwisata Indonesia yang sangat banyak, mulai dari keindahan alam, kebudayaan, dan makanan khas Indonesia. Sebagian kebudayaan daerah dalam ritual adat mereka telah lama ditinggalkan karena bertentangan dengan ajaran agama yang diyakini. Untuk tetap menjaga kelestarian kekayaan dan keindahan pariwisata Indonesia dibutuhkan sinergi dari pihak pemerintah pusat, pemerintah daerah, pihak swasta dan tentunya kesadaran masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Coulson, Colin dan Thomas. 1989. *Ilmu Hubungan Masyarakat*. Terj Muchlis Alimin. PT. Intermedia : Jakarta.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing (Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media)*. Yogyakarta: LkiS Group.
- Fauzi, Arifatul Choiri. 2007. *Kabar-kabar kekerasan dari bali*. Lkis: Jogja.
- Junaedi, Fajar. *Komunikasi massa : Pengantar teoritis*. 2007. Yogyakarta : Santusta
- Pendit, S, Nyoman. (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- 2006 *Konsep dan Aplikasi Manajemen Public Relations Edisi Revisi*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Yoeti, Oka. A. (1995). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta : Angkasa.
- <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/devisa2011-2015.pdf> diakses pada tgl 21 Februari 2017
- <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1097>
- <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1096>