

ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI DIALOGIS PADA APLIKASI SAFE TRAVEL TERHADAP UPAYA DIPLOMASI DIGITAL KEMENTERIAN LUAR NEGERI REPUBLIK INDONESIA

Suharyanti, M. Tri Andika, Bani Pamungkas, Muhammad Badaruddin
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie
Email: suharyanti@bakrie.ac.id

Abstract

Along with the development of information and communication technology and the implementation of strategic objectives, the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia (KEMLU RI) applies digital diplomacy using Safe Travel which involves dialogical communication within it. This research was conducted to analyze the influence of dialogical communication from Safe Travel on digital diplomacy conducted by the KEMLU RI. Using the mix methods approach with data collected through surveys and interviews, then analyzed by multiple linear regression. The results of the study with 42 respondents from the students of the Bakrie University Communication Studies Program showed that dialogical communication does not fully affect digital diplomacy. Among the five dimensions of dialogical communication, only dialogic loops and generating return visits have a positive effect on digital diplomacy, while the usefulness of information, the usability interface, and visitor conservation have no effect.

Keywords: *Communications, dialogic communications, Safe Travel, and digital diplomacy.*

1. PENDAHULUAN

Tren bagi Warga Negara Indonesia (WNI) berwisata ke luar negeri pada tahun 2018 diprediksi akan meningkat. Hal ini terlihat dari jumlah WNI tahun 2016 yang ke luar negeri mencapai 8,4 juta orang dan melonjak di tahun 2017 mencapai 9,1 juta orang (Kompas.com, diakses 14 Agustus 2019). Faktor utama dari tren ini adalah adanya perubahan perilaku masyarakat Indonesia yang muncul karena hadirnya paket-paket perjalanan murah (Kompas.com, diakses 14 Agustus 2018). Faktor lainnya adalah keinginan masyarakat untuk melakukan perjalanan haji dan bekerja di luar negeri menjadi Tenaga Kerja Indonesia (TKI).

Tren ini tidak bisa dilihat sebagai sebuah fenomena biasa. Berbagai pihak, terutama pemerintah harus memperhatikan beberapa aspek bagi Turis Indonesia ini di luar negeri, salah satunya adalah masalah keamanan. Informasi mengenai keamanan ini menjadi suatu hal yang penting bagi mereka yang akan melakukan perjalanan ke luar negeri.

Menginformasikan dan memantau keamanan Turis Indonesia di luar negeri

tidaklah mudah karena keterbatasan jarak dan perbedaan waktu. Media konvensional kini tidak lagi bisa menjangkau masyarakat dengan munculnya keterbatasan-keterbatasan tersebut. Namun kehadiran Internet memberikan jalan terang untuk menghapuskan permasalahan tersebut.

Memasuki tahun 2000-an, internet berkembang pesat di Indonesia. Tahun 2017, hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet sebesar 54,68 persen atau 143,26 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia (surabaya.tribunnews.com, 14 Agustus 2018).

Tidak hanya dilakukan secara konvensional, sebagian kegiatan-kegiatan masyarakat Indonesia kini telah dibalut dan dipengaruhi oleh internet. Banyak bermunculan aplikasi-aplikasi digital untuk memudahkan dan memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti belanja dan transportasi. Sebagai bentuk pemantauan dari tren Turis Indonesia dan pesatnya jumlah pengguna internet, Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (KEMLU RI) memanfaatkan perkembangan digital untuk

menanggulangi masalah-masalah yang kemungkinan akan dihadapi WNI di luar negeri.

Sejalan langkah strategis dan fokus politik luar negeri Indonesia, KEMLU RI menjalankan strateginya yaitu diplomasi digital. Diplomasi digital adalah konsep baru publik diplomasi yang melibatkan penggunaan teknologi digital dan media sosial untuk melakukan komunikasi dengan publik asing (Adesina, 2017: 1). KEMLU RI telah banyak memanfaatkan media digital untuk menjalankan strategi diplomasi digitalnya, seperti website dan media sosial (Twitter, Facebook, dan Instagram). Awal tahun 2018 ini, KEMLU RI kembali membuat inovasi baru dalam mencapai diplomasi digital, yaitu dengan aplikasi Safe Travel. Safe Travel merupakan aplikasi berbasis digital yang dibuat dengan tujuan sebagai salah satu alat untuk meningkatkan perlindungan terhadap WNI yang bepergian ke luar negeri (KEMLU, 2018: 15). Sebagai alat publik diplomasi, Safe Travel memungkinkan adanya proses komunikasi secara tidak langsung yang dilakukan antara WNI dengan pihak-pihak dari KEMLU RI.

Menurut Ruben dan Stewart (2006: 15), komunikasi adalah penghubung individu dengan dunia, dimana kita mempelajari diri dan orang lain. Kebutuhan untuk bersosialisasi itulah menjadi faktor pendorong perubahan pesat pola dan media komunikasi. Kombinasi antara komunikasi dan internet ini sering disebut dengan komunikasi digital. Bentuk komunikasi secara tidak langsung yang dilakukan melalui aplikasi Safe Travel memunculkan dialog-dialog antara pengguna dengan sistem. Dalam praktik komunikasi, dialog yang muncul dalam dunia digital disebut dengan komunikasi dialogis.

Menurut Kent dan Tylor (1998 dan 2002, dalam Agozzino, 2015: 4) komunikasi dialogis adalah salah satu pendekatan untuk membangun hubungan antara organisasi dengan publiknya yang terjadi secara *online* dimana terjadi pertukaran ide dan pendapat di dalamnya secara komunikatif yang memungkinkan kedua belah pihak yang terlibat saling memahami dan terus melakukan pertukaran informasi hingga kedua belah pihak merasa puas.

Dari uraian permasalahan di atas, penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana pengaruh komunikasi dialogis dari aplikasi Safe Travel terhadap diplomasi digital yang dilakukan KEMLU RI?
- b) Apakah terjadi kesamaan atau perbedaan pemahaman strategi komunikasi antara pengguna media (publik) dengan KEMLU RI akan kehadiran aplikasi Safe Travel?

Penjabaran permasalahan diatas, penulis menyusun tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh dan dampak yang ditimbulkan dari komunikasi dialogis dari aplikasi Safe Travel terhadap diplomasi digital Kementerian Luar.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Diplomasi Publik

Menurut Cohen (1998, dalam Adesina, 2017: 2) diplomasi adalah mesin hubungan internasional yang menjadi metode bagi negara-negara mengartikulasikan tujuan kebijakan luar negerinya; mengoordinasikan upaya mereka untuk mempengaruhi keputusan dan perilaku pemerintah dan masyarakat asing melalui dialog dan perundingan.

Diplomasi publik telah didefinisikan sebagai kekuatan lunak suatu negara, pemasaran dan *branding* negara, dan hubungan masyarakat internasional oleh pemerintah (Zhang, 2013: 1314).

Perbedaan utama antara diplomasi publik dan tradisional terlihat pada pendekatan tradisional yang didasarkan pada hubungan pemerintah-ke-pemerintah, sedangkan diplomasi publik membangun hubungan antara pemerintah dan publik asing (Seib, 2009: 773).

Diplomasi Digital Sebagai Bentuk Baru Diplomasi Publik

Menurut Adesina (2017: 2), pada zaman modern pelaksanaan diplomasi publik telah berubah karena hadirnya faktor utama yang mempengaruhi yaitu Teknologi, Informasi dan Komunikasi (TIK). TIK telah merevolusi cara orang berkomunikasi dan bertukar informasi, mengubah lanskap politik, sosial dan ekonomi di seluruh dunia.

Diplomasi digital mengacu pada praktik diplomatik melalui teknologi digital dan jaringan, termasuk Internet, perangkat seluler, dan saluran media sosial (Potter, 2002, dalam Adesina, 2017: 3).

Hanson (2012, dalam Adesina, 2017: 3) menjelaskan bahwa terdapat delapan tujuan diplomasi digital, yaitu:

- a) *Knowledge Management*
Memanfaatkan pengetahuan suatu departemen dan pemerintah, sehingga dapat dipertahankan, dibagikan dan dioptimalkan penggunaannya untuk mengejar kepentingan nasional di luar negeri.
- b) *Public Diplomacy*
Melakukan kontak dengan khalayak saat mereka bermigrasi secara *online* dengan memanfaatkan alat komunikasi baru untuk mendengarkan dan menargetkan audiens penting menggunakan pesan dan mempengaruhi *influencer online*.
- c) *Information Management*
Membantu mengumpulkan arus informasi guna membantu pembuatan kebijakan dan membantu mengantisipasi serta menanggapi gerakan sosial dan politik yang muncul.
- d) *Consular Communications and Response*
Membuat saluran komunikasi langsung dengan warga negara yang bepergian ke luar negeri, dengan komunikasi yang dapat dikelola dalam situasi krisis.
- e) *Disaster Response*
Memanfaatkan kekuatan teknologi komunikasi dalam menanggapi suatu bencana.
- f) *Internet Freedom*
Menciptakan teknologi untuk memelihara internet gratis dan terbuka. Hal ini terkait dengan tujuan mempromosikan kebebasan berbicara dan demokrasi serta melemahkan rezim otoriter.
- g) *External Resources*
Menciptakan mekanisme digital untuk pendekatan dan memanfaatkan keahlian eksternal untuk memajukan tujuan nasional.
- h) *Policy Planning*

Untuk memungkinkan pengawasan yang efektif, koordinasi dan perencanaan kebijakan internasional di seluruh pemerintahan, sebagai tanggapan terhadap internasionalisasi birokrasi.

Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah sistem proses dimana manusia terlibat dan berinteraksi dengan simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan suatu makna (Wood, 2011: 12).

Menurut Effendy (2013: 27) terdapat empat fungsi dari komunikasi, yaitu:

- a) Mengubah sikap (*to change the attitude*), yaitu perubahan sikap individu atau kelompok karena penerimaan informasi.
- b) Mengubah pendapat atau opini (*to change opinion*), yaitu perubahan pendapat individu atau kelompok karena informasi yang diterima.
- c) Mengubah perilaku (*to change the behavior*), yaitu penerimaan informasi membuat perubahan perilaku individu atau kelompok terhadap sesuatu.
- d) Mengubah masyarakat (*to change the society*), yaitu perubahan tingkat sosial individu atau kelompok karena penerimaan informasi.

Komunikasi Dialogis Sebagai Kerangka Strategis Untuk Hubungan Berbasis Web

Menurut Kent dan Taylor (2014, dalam Anderson, Swenson, dan Gilkerson, 2016) dialog adalah sebuah orientasi yang menghargai rasa saling berbagi dan memahami antara pihak-pihak yang saling berinteraksi.

Komunikasi dialogis (*dialogic communication*) merupakan salah satu pendekatan yang terkenal bagi praktisi *Public Relations* (PR) dalam membangun hubungan antara organisasi dengan publik yang dikembangkan oleh Pearson tahun 1998 dan diperluas oleh Kent dan Taylor tahun 1998 hingga 2002 (McAllister-Spooner, 2008: 2).

Komunikasi dialogis adalah pendekatan etis yang muncul karena adanya komunikasi terbuka yang menuntut kerjasama dan negosiasi untuk membangun hubungan dengan publik (Pearson, 1998, dalam Agozzino, 2015:

4). Menurut Kent dan Taylor (1998, dalam Agozzino, 2015: 4) komunikasi dialogis dapat memfasilitasi hubungan yang dibangun dengan media *online* antara organisasi dengan publiknya.

Dalam membangun hubungan, Kent dan Taylor (1998, dalam Kampf, Manor, Segev, 2015) adanya lima prinsip dasar komunikasi dialogis, yaitu:

- a) *Dialogic Loop*
Berfokus pada kesempatan publik untuk bertanya kepada organisasi; serta organisasi berkesempatan untuk menjawabnya.
- b) *Usefulness of Information*
Informasi berasal dari sumber yang dapat dipercaya dan berguna serta relevan dengan publik.
- c) *Generating Return Visit*
Berfokus pada pembaharuan informasi secara terus-menerus, menyesuaikan informasi dengan kebutuhan publik, dan menyelenggarakan forum tanya jawab (Q & A) dengan para ahli.
- d) *The Interface Usability*
Navigasi yang mudah dan tekstual daripada konten pada grafis *online*.
- e) *Conservation of Visitors*
Menghindari publikasi yang mendorong publik tidak memberikan *feedback* atau melakukan kunjungan lagi.

Media Baru

Media baru mengacu pada perubahan skala besar dalam produksi media, distribusi media dan penggunaan media yang berifat teknologis, tekstual, konvensional dan budaya (Lister, dkk, 2009: 13).

Menurut McQuail (2011: 43) media baru memiliki ciri-ciri utama diantaranya adalah adanya menghubungkan, individu dapat mengirim atau menerima pesan, interaktif, media komunikasi terbuka, dan ada dimana saja.

Safe Travel Sebagai Media Di Era Digital

Dikutip dari situs resmi KEMLU RI (www.kemlu.go.id, diakses 15 Agustus 2018) Safe Travel merupakan salah satu media digital yang dimanfaatkan oleh KEMLU RI

upaya melindungi Warga Negara Indonesia (WNI) di luar negeri.

Berawal dari situs www.peduliwni.kemlu.go.id, memperluas aplikasi mobile 'Safe Travel Kemlu' yang sudah diluncurkan pada 2017 lalu menjadi multi-platform (android, iOS, web, dan media sosial). Kedua aplikasi ini diperkenalkan kembali pada April 2018.

Fitur-fitur yang di sediakan oleh Safe Travel sendiri terdiri dari:

- a) *Informasi Lengkap Negara-Negara Dunia*
Berisikan informasi mengenai status negara; akses pelayanan Perwakilan RI; daftar 130 Perwakilan RI; hukum dan kebiasaan setempat; mata uang; tempat wisata dan ibadah; kuliner halal; dan infografis.
- b) *Tombol Darurat*
Apabila dalam keadaan darurat, WNI yang berada di luar negeri dapat menggunakan fitur tombol darurat untuk mengirim foto, merekam video, menghubungi Perwakilan RI terdekat dan mengirim lokasi kejadian.
- c) *Indonesia Nearby*
Fitur ini menyediakan informasi mengenai WNI yang berada dekat lokasi pengguna saat berada di luar negeri. Melalui fitur ini, para WNI dapat berkenalan, mengobrol dan mengembangkan jaringan pertemanan untuk memperkuat komunitas WNI di luar negeri.
- d) *Points and Badges*
Pengguna aplikasi dapat memperoleh *points* dan *badges* (lencana) sejak melakukan *check in*. Akan ada *reward* bagi pengguna yang mendapat poin dan lencana tertentu.

Pengguna aplikasi Safe Travel dapat memajang foto *selfie* dan melakukan *check in* untuk diunggah di media sosial seperti Facebook sehingga bisa tetap eksis dengan teman-teman dunia maya.

Hipotesis

Berdasarkan tinjauan literatur diatas, diajukan hipotesis-hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Dialogic Loop* berpengaruh positif terhadap diplomasi digital.

H2 : *Usefulness of information* berpengaruh positif terhadap diplomasi digital.

H3 : *Generating return visits* berpengaruh positif terhadap diplomasi digital.

H4 : *The interface usability* berpengaruh positif terhadap diplomasi digital.

H5 : *Conservation of visitors* berpengaruh positif terhadap diplomasi digital.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma post positivistik. Menurut Creswell (2008, dalam Hesse-Biber dan Leavy, 2011: 16) post positivistik mirip dengan positivistik, yang berbeda adalah ketika peneliti tidak bisa benar-benar positif tentang klaim pengetahuan mereka ketika mempelajari realita sosial. Post positivistik mencoba membuat bukti yang akan mengkonfirmasi atau menyanggah teori, meskipun tidak secara absolut (Hesse-Biber dan Leavy, 2011: 16).

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka pendekatan penelitian yang digunakan adalah *mix method*. Menurut Sugiyono (2014: 18) *mix methods* adalah salah satu pendekatan yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian sehingga memperoleh data yang komperhesif, valid, reliabel, dan objektif. Dalam penelitian ini bentuk strategi alternative *mix methods* yang dipakai adalah *sequential explanatory strategy*. *Sequential explanatory strategy* merupakan strategi yang digunakan pada penelitian *mix methods* dengan kecenderungan pada pendekatan kuantitatif. Karakteristik *sequential explanatory strategy* terlihat pada saat data dikumpulkan dan dianalisis dengan cara kuantitatif pada fase awal, lalu hasil data kuantitatif diikuti dengan pengumpulan dan analisis data dengan cara kualitatif pada fase kedua (Creswell, 2008: 211).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei dan wawancara. Survei (Sanusi, 2011: 105) adalah cara pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang hadir

dalam bentuk terstruktur, tidak terstruktur, dan semi terstruktur dengan terdiri dari beberapa pertanyaan terbuka terkait topik penelitian (Hancock, dkk, 2009: 16). Dalam penelitian ini, wawancara digunakan sebagai pengumpul data tambahan untuk mendukung temuan dari hasil kuesioner.

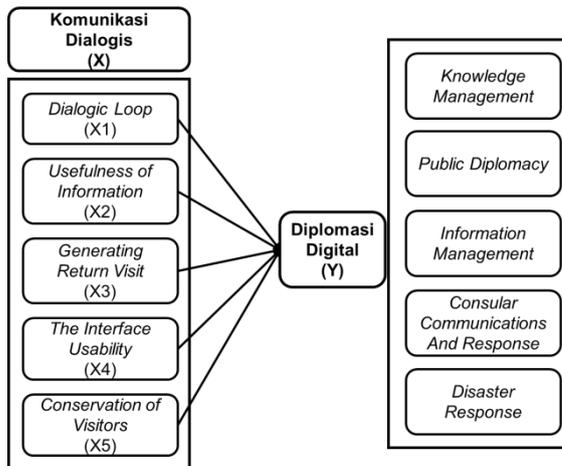
Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bakrie. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Sementara untuk sampel penelitian diambil secara *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014: 126) *purposive sampling* dilakukan dalam penelitian untuk mengambil subjek yang didasarkan atas adanya tujuan tertentu.

Penelitian ini secara sengaja mengambil mahasiswa, mewakili generasi muda yang pernah melakukan perjalanan wisata ke luar negeri. Penentuan sampel ini didasarkan pada alasan bahwa KEMLU RI menargetkan pengguna aplikasi Safe Travel adalah Generasi Milenial dan Z (Kumparan.com, diakses 9 September 2018). Generasi Milenial dan Z adalah orang-orang yang lahir di generasi internet—generasi yang sudah menikmati keajaiban teknologi usai kelahiran internet (Tirto.id, diakses 9 September 2019). Dimana mereka cukup memahami penggunaan media internet termasuk aplikasi perjalanan, seperti Safe Travel.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun secara sistematis dan terstruktur. Dalam kuesioner terdapat skala pengukuran Likert yang terbagi menjadi 5 skala. Skala tersebut terbagi menjadi interval pengukuran yakni: Sangat Setuju, Setuju, Kurang Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Penggunaan skala interval ganjil dilakukan untuk melihat kecenderungan responden memilih skala tengah.

Variabel-variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang terjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau sering disebut dengan (Sugiyono, 2014: 59). Sementara variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi

atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 59).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Survei komunikasi dialogis (variabel independen) berisi lima dimensi dengan terbagi menjadi sebelas indikator/ Pernyataan. Kelima dimensi tersebut adalah *dialogic loop* (X1), *usefulness of information* (X2), *generating return visit* (X3), *the interface usability* (X4), dan *conservation of visitors* (X5).

Sementara untuk survei diplomasi digital (variabel dependen) diambil dari konsep milik Hanson (2012, dalam Adesina, 2017: 3). Meski penjelasan Hanson (2012) terdapat delapan tujuan diplomasi digital, dalam penelitian ini hanya digunakan lima dimensi yang terbagi menjadi tiga belas indikator/ Pernyataan. Lima dimensi dari diplomasi digital (Y) adalah *knowledge management*, *public diplomacy*, *information management*, *consular communications and response*, dan *disaster response*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Menurut Sugiyono (2014: 299) regresi linear berganda merupakan teknik analisis data bermaksud memprediksi bagaimana keadaan variabel dependen bila dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predikatnya. Rumus persamaan analisis regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

- Y = Variabel dependen (diplomasi digital)
- A = Konstanta
- X1 = Variabel independen 1 (*dialogic loop*)
- X2 = Variabel independen 2 (*usefulness of information*)
- X3 = Variabel independen 3 (*generating return visit*)
- X4 = Variabel independen 4 (*the interface usability*)
- X5 = Variabel independen 5 (*conservation of visitors*)
- b1 - b5 = Koefisien Regresi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Pengambilan sampel untuk uji validitas dan reliabilitas melibatkan 42 responden. Uji validitas dianalisis dengan *software* SPSS untuk mengolah data yang telah dikumpulkan. Dengan berpedoman pada interpretasi nilai *Corrected Item-Total Correlation*, apabila koefisien validitas menunjukkan >0.20 maka bisa disimpulkan bahwa item pernyataan memenuhi standar validitas karena dianggap dapat berguna dalam menunjukkan hasil pengukuran yang tepat.

Hasil uji validitas 42 kuesioner menunjukkan bahwa ke 24 *item* pernyataan seluruhnya dinilai valid karena nilai dari *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari 0.20.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>
XA1	,432	YA1	,516
XA2	,452	YA2	,561
XB1	,512	YA3	,625
XB2	,577	YB1	,333
XB3	,612	YB2	,328
XC1	,555	YB3	,516
XC2	,616	YC1	,535
XC3	,365	YC2	,498
XD1	,565	YC3	,588
XD2	,507	YD1	,334

XE1	,341	YE1	,393
XE2	,395	YE2	,429

Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dengan jumlah responden sebanyak 42 orang. Pengujian dilakukan dengan *Cronbach's Coefficient Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu (Hair, dkk., 2010: 92). Jika nilai reliabilitas > 0.40 maka bisa disimpulkan bahwa kuesioner dapat diandalkan sebagai alat pengukur data.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,814	24

Hasil dari SPSS menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari 24 item bernilai 0.814 lebih besar dari 0.40, sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner dapat diandalkan.

Hasil Karakteristik Responden

Dari 42 kuesioner yang terkumpul, ditemukan bahwa responden didominasi oleh usia dengan kisaran 15 hingga 20 tahun, dengan presentase 90.5%. Diurutan kedua diduduki oleh responden dengan usia diantara 21 hingga 30 tahun. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie angkatan 2016 terbilang masih berada di usia muda karena kebanyakan dari mereka merupakan anak-anak yang baru menyelesaikan pendidikan di bangku SMA pada tahun 2016 dan sebagian besar lahir pada tahun 1997 hingga 1998.

Jika dilihat berdasarkan jenis kelaminnya, responden yang melakukan pengisian kuesioner lebih besar perempuan dibandingkan laki-laki, yaitu 52.4% berbanding 47.8%.

Terakhir, kebanyakan besar alasan bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie angkatan 2016 melakukan perjalanan luar negeri adalah untuk liburan, dengan presentase sebesar 61.9% dan disusul alasan untuk pendidikan, dengan presentase sebesar 26.2%. Hal ini menunjukkan, tren

berpergian ke luar negeri didorong akan kebutuhan untuk melakukan rekreasi.

Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Frekuensi Responden	
		Jumlah (N)	Presentase (%)
1	Usia		
	15 – 20 tahun	38	90.5%
	21 – 30 tahun	4	9.5%
	31 – 40 tahun	0	0%
2	Jenis Kelamin		
	Laki – Laki	20	47.8%
	Perempuan	22	52.4%
3	Tujuan Perjalanan		
	Pendidikan	11	26.2%
	Liburan	26	61.9%
	Bekerja	0	0%
	Menetap	4	9.5%
	Lain - Lain	1	2.4%

Hasil Pengetahuan Responden Tentang Aplikasi Safe Travel

Pada Tabel 4 kuesioner juga menunjukkan sejauh mana responden mengetahui tentang aplikasi Safe Travel.

Dilihat dari hasil kuesioner, responden mengetahui fungsi aplikasi Safe Travel sebagai media pelindung WNI di luar negeri dengan presentase 54.8%. Sementara sebesar 33.3% presentase responden mengetahui fungsi aplikasi Safe Travel sebagai media informasi WNI saat melakukan perjalanan ke luar negeri. Sementara untuk mengetahui kehadiran aplikasi Safe Travel, sebanyak 71.4% responden mendapatkan informasi dari sumber yang berbeda. Di posisi kedua dengan presentase 71.4%, informasi dari media menjadi tempat bagi responden untuk mengenal aplikasi Safe Travel. Lalu sebesar 2.4% responden mengetahui aplikasi Safe Travel dari website resmi KEMLU RI.

Tabel 4. Pengetahuan Responden Akan Aplikasi Safe Travel

No	Indikator	Frekuensi Responden	
		Jumlah (N)	Presentase (%)
1	Fungsi Aplikasi		
	Melindungi	23	54.8%

	WNI di Luar Negeri		
	Media informasi WNI di luar negeri	13	33.3%
	Kontak dan letak lokasi pihak-pihak penting RI di luar negeri	2	4.8%
	Lain-lain	3	7.1%
2	Sumber Informasi Mengenai Aplikasi		
	Pemberitaan di Media	11	26.2%
	Website KEMLU RI	1	2.4%
	Kegiatan KEMLU RI	0	0%
	Lain-lain	30	71.4%
3	Lama Menggunakan Aplikasi		
	< 1 Minggu	38	90.5%
	1 – 4 Minggu	2	4.8%
	1 – 2 Bulan	0	0%
	3 – 4 Bulan	2	4.8%
	4 – 6 Bulan	0	0%

Selanjutnya, jika dilihat dari lama penggunaan aplikasi Safe Travel, sebesar 90.5% responden menjawab kurang dari satu minggu. Sisanya, secara imbang dengan presentase 4.8% menjawab 1 hingga 4 minggu dan 3 hingga 4 bulan.

Hasil Identifikasi Dimensi-Dimensi Komunikasi Dialogis yang Memengaruhi Diplomasi Digital

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh nyata dari dimensi-dimensi komunikasi dialogis terhadap diplomasi digital yang dilakukan oleh

KEMLU RI. Setelah dilakukan analisis dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut.

Dari Tabel 5 terlihat bahwa nilai R yang diperoleh adalah sebesar 0,699. Sedangkan nilai R-kuadrat yang diperoleh adalah sebesar 0,489. Keadaan ini menunjukkan bahwa variabel independen (dimensi-dimensi komunikasi dialogis) dengan variabel dependen (diplomasi digital) memiliki korelasi sebesar 69.9% atau dapat dikatakan bersifat lemah karena angka R yang didapat sejumlah 0.699 berada di bawah 1. Sementara untuk nilai koefisien determinannya (R Square) didapatkan hasil sebesar 0.489. Artinya 48.9% variasi dari diplomasi digital dapat dijelaskan oleh dimensi-dimensi komunikasi dialogis dan 51.1% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Dengan menggunakan hasil uji F, penulis mencoba melihat pengaruh variabel independen (dimensi-dimensi komunikasi dialogis) terhadap variabel dependen (diplomasi digital) secara simultan. Hasil dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dibandingkan α (0.05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (dimensi-dimensi komunikasi dialogis) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (diplomasi digital) atau model secara simultan dan dapat digunakan untuk memprediksi diplomasi digital.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan Tabel 7, ditemukan bahwa hanya variabel X1 dan X3 memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari 0.05, yaitu 0.039 dan 0.003. Hal ini menunjukkan bahwa *dialogic loop* dan *generating return visit* yang secara signifikan berpengaruh terhadap diplomasi digital.

Tabel 5. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,699 ^a	,489	,418	2,85430

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	280,539	5	56,108	6,887	,000 ^b
	Residual	293,294	36	8,147		
	Total	573,833	41			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

Tabel 7. Koefisien Regresi Linier Berganda Dimensi-Dimensi Komunikasi Dialogis Terhadap Diplomasi Digital

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,886	6,396		3,265	,002
	X1	,972	,455	,265	2,138	,039
	X2	,693	,392	,242	1,766	,086
	X3	1,188	,367	,439	3,233	,003
	X4	,251	,499	,068	,504	,617
	X5	-,574	,582	-,125	-,987	,330

a. Dependent Variable: Y

Sementara variabel X2, X4 dan X5 mendapatkan nilai signifikan 0.086, 0.617 dan 0.330 yang lebih besar dibandingkan 0.05 sehingga menunjukkan bahwa *usefulness of information, the interface usability, dan conservation of visitors* tidak berpengaruh terhadap diplomasi digital.

Jika angka-angka tersebut dimasukkan dalam persamaan, maka akan didapatkan hasil seperti berikut.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 20,886 + (0,972)X_1 + (0,693)X_2 + (1,188)X_3 + (0,251)X_4 + (-0,547)X_5$$

Artinya, jika dampak *dialogic loop* dan *generating return visit* semakin baik dipresepsikan, maka hal itu akan meningkatkan diplomasi digital yang dilakukan KEMLU RI. Namun, dibandingkan dengan *dialogic loop, generating return visit* mampu memberikan daya dorong tinggi kepada diplomasi digital karena koefisien yang dimilikinya lebih besar, yaitu 1.188 berbanding 0.972.

Berdasarkan temuan di atas maka hipotesis statistik yang telah dijelaskan sebelumnya dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Pengaruh variabel X1 terhadap Y, H1 diterima. Artinya hipotesa (H1) yaitu *dialogic loop* berpengaruh positif terhadap diplomasi digital.
- b) Pengaruh variabel X2 terhadap Y, tolak H2. Artinya hipotesa (H2) yaitu *usefulness of information* tidak berpengaruh terhadap identifikasi diplomasi digital. Namun memiliki hubungan yang positif dengan diplomasi digital.
- c) Pengaruh variabel X3 terhadap Y, H3 diterima. Artinya hipotesa (H3) yaitu *generating return visit* berpengaruh positif terhadap diplomasi digital.
- d) Pengaruh variabel X4 terhadap Y, H4 ditolak. Artinya hipotesa (H4) yaitu *the interface usability* tidak berpengaruh tetapi memiliki hubungan positif terhadap diplomasi digital.
- e) Pengaruh variabel X5 terhadap Y, H5 ditolak. Artinya hipotesa (H5) yaitu *conservation of visitors* tidak berpengaruh terhadap diplomasi digital. Dimensi ini juga dinyatakan memiliki hubungan negatif terhadap diplomasi digital.

Pembahasan

Secara keseluruhan dimensi-dimensi komunikasi dialogis dianggap mampu memprediksi diplomasi digital yang dilakukan KEMLU RI. Namun, dari lima dimensi hanya dua dimensi (*dialogic loop* dan *generating return visit*) yang berpengaruh dan memiliki hubungan positif dengan diplomasi digital.

a) **Digital Loop Terhadap Diplomasi Digital**

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa *dialogic loop* memiliki pengaruh positif terhadap diplomasi digital.

Dialogic loop berfokus pada kesempatan publik untuk bertanya kepada organisasi; serta organisasi berkesempatan untuk menjawabnya (Kent dan Taylor, 1998, dalam Kampf, Manor, Segev, 2015).

Implementasi *dialogic loop* dalam aplikasi Safe Travel diterapkan pada kehadiran fitur tombol darurat. Tombol darurat merupakan fitur yang digunakan apabila dalam keadaan darurat, WNI yang berada di luar negeri dapat menggunakan fitur tombol darurat untuk mengirim foto, merekam video, menghubungi Perwakilan RI terdekat dan mengirim lokasi kejadian (www.kemlu.go.id, diakses 15 Agustus 2018). Melalui fitur ini, sangat memungkinkan bagi pengguna untuk melakukan kontak dengan pihak KEMLU RI guna mendapatkan jawaban atau informasi yang dibutuhkan.

Sementara dalam diplomasi digital terdapat dimensi *public diplomacy*; *consular communication and response*; dan *disaster response*.

Public diplomacy adalah kegiatan melakukan kontak dengan khalayak saat mereka bermigrasi secara *online* dengan memanfaatkan alat komunikasi baru untuk mendengarkan dan menargetkan audiens penting menggunakan pesan dan mempengaruhi *influencer online* (Hanson, 2012, dalam Adesina, 2017: 3).

Implementasi *digital loop* pada aplikasi Safe Travel juga dinilai telah berhasil menyampaikan prinsip *public diplomacy*; *consular communication and response*; dan *disaster response* sebagai tiga dari lima dimensi diplomasi digital. Melalui fitur tombol darurat, antara pengguna dengan KEMLU RI dapat melakukan kontak. Dari interaksi tersebut, KEMLU RI dapat membuat target akan target sasarannya dan pesan yang akan disampaikan.

Consular communications and response merupakan kegiatan membuat saluran komunikasi langsung dengan warga negara yang bepergian ke luar negeri, dengan komunikasi yang dapat dikelola dalam situasi krisis (Hanson, 2012, dalam Adesina, 2017: 3). *Disaster response* adalah kegiatan yang memanfaatkan kekuatan teknologi komunikasi dalam menanggapi suatu bencana (Hanson, 2012, dalam Adesina, 2017: 3).

Sesuai dengan namanya, fitur tombol darurat dapat dimanfaatkan pengguna untuk melaporkan kejadian-kejadian penting yang dialami selama melakukan perjalanan luar negeri,

baik itu krisis atau bencana dalam bentuk foto dan video.

Namun meski telah dilengkapi fungsi *digital loop* dalam fitur tombol darurat, secara praktik aplikasi Safe Travel cenderung tidak digunakan oleh Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Hasil wawancara yang dilakukan dengan TKI di Singapura, yaitu Novia, Rina Saldiah dan Farida menunjukkan bahwa untuk melakukan kontak dengan KEMLU RI atau pemerintah di Singapura tidak perlu repot untuk mereka lakukan sendiri. Para TKI hanya cukup mengandalkan pertemanan dalam komunitas sesama TKI Singapura untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi atau bantuan pihak majikan dan agen yang menyalurkannya.

b) *Generating Return Visits* Terhadap Diplomasi Digital

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa dimensi *generating return visits* berpengaruh positif terhadap diplomasi digital.

Generating return visit berfokus pada pembaharuan informasi secara terus-menerus, menyesuaikan informasi dengan kebutuhan publik, dan menyelenggarakan forum tanya jawab (Q & A) dengan para ahli (Kent dan Taylor, 1998, dalam Kampf, Manor, Segev, 2015).

Implementasi dari *generating return visit* dalam aplikasi Safe Travel diterapkan pada fitur informasi lengkap negara-negara dunia dan *Indonesia nearby*.

Informasi lengkap negara-negara dunia berisikan informasi mengenai status negara; akses pelayanan Perwakilan RI; daftar 130 Perwakilan RI; hukum dan kebiasaan setempat; mata uang; tempat wisata dan ibadah; kuliner halal; dan infografis (www.kemlu.go.id, diakses 15 Agustus 2018). Melalui fitur ini pengguna akan selalu *update* akan informasi yang dibutuhkannya.

Indonesia nearby yaitu fitur yang menyediakan informasi mengenai WNI yang berada dekat lokasi pengguna saat berada di luar negeri. Melalui fitur ini, para WNI dapat berkenalan, mengobrol dan mengembangkan jaringan pertemanan untuk memperkuat komunitas WNI di luar negeri

(www.kemlu.go.id, diakses 15 Agustus 2018). Fitur ini dapat menjadi awal munculnya forum tanya jawab (Q & A) antara sesama pengguna di mana akan terjadi pertukaran informasi di dalamnya.

Sementara dalam diplomasi digital terdapat dimensi *knowledge management* dan *information management*.

Knowledge management adalah pemanfaatan pengetahuan suatu departemen dan pemerintah, sehingga dapat dipertahankan, dibagikan dan dioptimalkan penggunaannya untuk mengejar kepentingan nasional di luar negeri (Hanson, 2012, dalam Adesina, 2017: 3).

Penerapan *generating return visit* dalam aplikasi Safe Travel dinilai berhasil menyalurkan fungsi *knowledge management* dalam diplomasi digital. Hal ini diterapkan pada fitur informasi lengkap negara-negara dunia, dimana pengguna dapat menggunakan *database* pengetahuan KEMLU RI sebagai informasi dalam melakukan perjalanan ke luar negeri.

Information management adalah pengumpulan arus informasi guna membantu pembuatan kebijakan dan membantu mengantisipasi serta menanggapi gerakan sosial dan politik yang muncul (Hanson, 2012, dalam Adesina, 2017: 3).

Sementara untuk dimensi *information management*, penerapan *generating return visit* dalam aplikasi Safe Travel dihadirkan dalam fitur *Indonesia nearby*. Melalui fitur tersebut WNI yang sedang melakukan perjalanan ke luar negeri dapat saling berkumpul atau membentuk forum baik *offline* maupun *online*, dimana dari forum-forum memunculkan usulan bagi kebijakan luar negeri yang lebih baik untuk Indonesia.

Tabel 8. Media Sosial KEMLU RI

Twitter	Konten lebih banyak mengenai kebijakan dan substansi informasi serta disampaikan dengan bahasa formal karena audience lebih kritis dengan. Menurut narasumber, respon positif dan negatif.
Facebook	Konten cenderung lebih ringan (pariwisata, kuliner, dll). Lebih banyak menyajikan foto atau

	infografis. Menurut narasumber, respon cenderung positif.
Youtube	Konten berupa potongan video aktivitas menteri dan KEMLU serya <i>press conference</i> . Menurut narasumber, respon positif.
Instagram	Konten cenderung lebih ringan (pariwisata, info belajar pertukaran pelajar/mahasiswa, negeri, kuliner, dll). Penyajian pesan dominan dalam bentuk visual seperti, foto kegiatan, poster, video, infografis. Membidik anak muda kaum milenial. Menurut narasumber, respon positif.

Namun implementasi *generating return visit* ini menjadi bias karena KEMLU RI tidak berfokus pada aplikasi Safe Travel saja untuk menjadi media pelindung WNI di luar negeri. Menurut hasil wawancara dengan Aji Nasution, Kepala Subdirektorat Bidang Media menunjukkan bahwa KEMLU RI tidak hanya berfokus pada aplikasi Safe Travel tetapi juga memanfaatkan media sosial, seperti Twitter, Facebook, Youtube, dan Instagram.

Aji menjelaskan bahwa, masing-masing dari media sosial tersebut memiliki sudut pandang dan gaya bahasa yang berbeda meski informasi yang disebarkan serupa. Berikut pemetaan peran masing-masing media sosial KEMLU RI menurut Aji yang dijelaskan pada Tabel 8.

c) *Usefulness Of Information Terhadap Diplomasi Digital*

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa *usefulness of information* tidak berpengaruh terhadap diplomasi digital, tetapi memiliki hubungan positif.

Usefulness of information adalah informasi berasal dari sumber yang dapat dipercaya dan berguna serta relevan dengan publik (Kent dan Taylor, 1998, dalam Kampf, Manor, Segev, 2015).

Penulis melihat dimensi *usefulness of information* tidak bisa terlihat pengaruhnya

karena sebesar 90.5% responden menjawab bahwa kurang dari seminggu mereka menggunakan aplikasi Safe Travel. Hal ini memungkinkan pengguna belum merasakan fungsi dari aplikasi Safe Travel sebenarnya sehingga manfaat dari informasi yang diberikan oleh KEMLU RI sebagai sumber terpercaya tidak dapat dirasakan.

Namun di lain sisi hal ini menunjukkan bahwa publikasi pengenalan aplikasi Safe Travel yang dilakukan oleh KEMLU RI tidak tepat sasaran.

Sebelumnya, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Aji Nasution, Kepala Subdirektorat Bidang Media menunjukkan bahwa KEMLU RI telah melakukan berbagai sosialisasi untuk memperkenalkan aplikasi Safe Travel ke publik, diantaranya:

- 1) Peluncuran dalam bentuk *event* hanya dilakukan satu kali di Grand Central Mall – Jakarta Barat.
- 2) *Talkshow* di radio BRAVA Jakarta.
- 3) Diperkenalkan melalui media sosial KEMLU RI.

Dampak dari sosialisasi yang telah dijelaskan oleh pihak KEMLU RI tersebut dinilai tidak menjangkau publik yang seharusnya menjadi target dari pengguna aplikasi Safe Travel. Hal ini ditunjukkan dari:

- 1) Kemudian presentase informasi tentang hadirnya aplikasi Safe Travel dominan didapatkan dari berbagai sumber sebesar 71.4%. Hal ini menunjukkan bukan dari kegiatan ataupun lini komunikasi KEMLU RI sendiri responden mengenal Safe Travel, sehingga dapat dinilai sosialisasi dari KEMLU RI tidak berpengaruh.
- 2) Target lain dari pengguna aplikasi Safe Travel harusnya adalah TKI. Namun hasil dari wawancara penulis dengan TKI dari dua negara berbeda menunjukkan bahwa mereka menggunakan bahkan mengenal aplikasi Safe Travel. Novia, Rina Saldiah dan Farida yang merupakan TKI di Singapura memaparkan bahwa jika ada permasalahan di luar negeri, mereka hanya memanfaatkan pertemanan dalam

komunitas sesama TKI Singapura atau bantuan pihak majikan dan agen yang menyalurkannya.

Siti Nurabayati, Solehah, dan Rismayanti yang merupakan TKI di Taiwan juga menjelaskan hal serupa seperti TKI di Singapura bahwa mereka tidak mengetahui bahwa KEMLU RI telah meluncurkan aplikasi Safe Travel, sehingga mereka tidak pernah menggunakannya. Apabila terdapat permasalahan, para TKI Taiwan ini hanya memanfaatkan komunitasnya saja.

d) *The Interface Usability Terhadap Diplomasi Digital*

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa *the interface usability* tidak berpengaruh terhadap diplomasi digital, tetapi memiliki hubungan positif.

The interface usability adalah navigasi yang mudah dan tekstual daripada konten pada grafis *online* (Kent dan Taylor, 1998, dalam Kampf, Manor, Segev, 2015).

Sama seperti *usefulness of information*, dimensi *the interface usability* tidak bisa dirasakan fungsinya karena singkatnya masa unduh responden. Sebersar 90.5% responden menjawab baru mengunduh aplikasi Safe Travel kurang dari seminggu. Hal ini kembali menunjukkan kurangnya dampak yang ditimbulkan dari sosialisasi-sosialisasi yang telah dilakukan KEMLU RI.

e) *Conservation Of Visitors Terhadap Diplomasi Digital*

Dilihat dari hasil uji regresi linear berganda, dimensi *conservation of visitors* tidak berpengaruh dan juga bernilai negatif terhadap diplomasi digital.

Conservation of visitors adalah kegiatan menghindari publikasi yang mendorong publik tidak memberikan *feedback* atau melakukan kunjungan lagi (Kent dan Taylor, 1998, dalam Kampf, Manor, Segev, 2015).

Implementasi dari *conservation of visitors* pada aplikasi Safe Travel tidak berpengaruh bahkan memberikan potensi menurunnya diplomasi digital. Penulis menilai

bahwa hal ini terjadi karena beberapa faktor, yaitu:

- 1) Belum ada kontrol akan informasi apa saja dan hadir dalam bentuk seperti apa dalam aplikasi Safe Travel. Hal ini didukung tentang pendapat dari Aji Nasution, Kepala Subdirektorat Bidang Media yang menyatakan bahwa aplikasi Safe Travel masih dalam tahap pengembangan.
- 2) Keterlibatan responden yang sangat minim, jika dilihat dari masa unduh yang singkat dan sumber pengenalan aplikasi yang berasal bukan dari KEMLU RI sendiri.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa dari lima dimensi komunikasi dialogis, hanya dua dimensi yang berpengaruh positif terhadap diplomasi digital, yaitu *digital loop* dan *generating return visits*. Dibandingkan dengan *dialogic loop*, *generating return visit* mampu memberikan daya dorong tinggi kepada diplomasi digital karena koefisien yang dimilikinya lebih besar. Sementara *usefulness of information*, *the interface usability*, dan *conservation of visitors* tidak berpengaruh terhadap diplomasi digital. Diantara dimensi yang tidak memiliki pengaruh, *conservation of visitors* memiliki hubungan yang negatif dengan diplomasi digital.

Terdapat perbedaan pemahaman strategi komunikasi dari aplikasi Safe Travel antara KEMLU RI dengan publik yang menjadi targetnya. Menurut KEMLU RI, aplikasi Safe Travel telah berhasil diluncurkan dengan didukung beberapa sosialisasi-sosialisasi yang digunakan sebagai media pengenalan aplikasi Safe Travel.

Namun realita dilapangan, dua dari target pengguna aplikasi Safe Travel menunjukkan bahwa sosialisasi-sosialisasi tersebut tidak memberikan dampak bagi strategi komunikasi atau pengenalan aplikasi Safe Travel ke publik.

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang merupakan Generasi Z, salah satu target pengguna aplikasi Safe Travel dinilai baru mengenal aplikasi tersebut dan responden tidak mendapat informasi pengenalan tersebut langsung dari lini komunikasi KEMLU RI.

Kemudian target pengguna aplikasi Safe Travel lainnya adalah TKI. Namun, TKI dari dua negara, yaitu Taiwan dan Singapura menunjukkan bahwa mereka tidak menggunakan bahkan mengetahui bahwa KEMLU RI telah meluncurkan aplikasi tersebut. Para TKI lebih menggunakan fungsi komunitas, agen penyalur, dan majikan sebagai pihak yang membantu mereka apabila mengalami masalah-masalah ketika bekerja di luar negeri.

Optimalisasi KEMLU RI disetiap lini masanya masih terbilang kurang, sehingga muncul bias dimana tidak adanya integrasi antara strategi komunikasi secara *online* dan *offline* yang dilakukan yang seharusnya tidak hanya disosialisasikan dalam negeri, tetapi juga di luar negeri.

Hal ini menjadi catatan bagi KEMLU RI untuk kembali melakukan analisis akan *target mapping* dari aplikasi Safe Travel dan menyusun kembali strategi komunikasi yang tepat digunakan untuk masing-masing target pengguna dari aplikasi tersebut. Pengelolaan *platform* digital (Twitter, Facebook, Youtube, Instagram dan aplikasi Safe Travel) harus terus dikembangkan dari sisi konten sesuai dengan karakteristik masing-masing media sosial dan target sasarannya.

6. REFERENSI

- Adam, Aulia. (28 April 2017). Selamat Tinggal Generasi Milenial, Selamat Datang Generasi Z. <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>, diakses 9 September 2018.
- Adesina, Olubukola S. (2017). *Foreign Policy in An Era of Digital Diplomacy*. Cogent Social Sciences, 3, 1 – 13.
- Adiakurnia, Muhammad Irzal. (10 Januari 2018). Tahun 2018, Semakin Banyak Turis Indonesia Liburan ke Luar Negeri, <https://travel.kompas.com/read/2018/01/10/090000527/tahun-2018-semakin-banyak-turis-indonesia-liburan-ke-luar-negeri>, diakses 14 Agustus 2018.
- Agozzino, Alisa. (2015). *Dialogic Communication Through “Pinning”: An Analysis of Top 10 Most-Followed Organizations’ Pinterest Profiles*. Public Relations Journal, 9(3), 1 – 13.
- Anderson, Betsy D., Rebecca Swenson dan Nathan D. Gilkerson. (2016). *Understanding Dialogue and Engagement Through Communication Experts’ Use of Interactive Writing to Build Relationships*. International Journal of Communication, 10, 4095 – 4118.
- Creswell, John W. (2008). *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed, Edisi Ketiga*. Bandung: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hair, Joseph F. (2010). *Multivariate Data Analysis. 7th Edition*. New York: Prentice Hall International, Inc.
- Hancock, Beverley, Elizabeth Ockleford dan Kate Windridge. (2009). *An Introduction to Qualitative Research*. Nottingham: The NIHR RDS for the East Midlands.
- Hesse-Biber, Sharlene Nagy, dan Patricia L. Leavy. (2011). *The Practice of Qualitative Research. 2nd Edition*. United States of America: SAGE Publication, Inc.
- Kampf, Ronit. Ilan Manor, dan Elad Segev. (2015). Digital Diplomacy 2.0? A Cross National Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter. Hague Journal of Diplomacy, 10(4).
- Kementrian Luar Negeri Republik Indonesia. (6 April 2018). Bepergian yang Aman dan Menyenangkan bersama Safe Travel Kemlu. <https://www.kemlu.go.id/id/berita/Pages/Bepergian-yang-Aman-dan-Menyenangkan-bersama-Safe-Travel-Kemlu.aspx>, diakses 15 Agustus 2018.

- Lestari, Sri Handi. (10 Agustus 2018). *Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2018 Diprediksi Tumbuh Hingga 60 Persen*. <http://surabaya.tribunnews.com/2018/08/10/penetrasi-pengguna-internet-tahun-2018-diprediksi-tumbuh-hingga-60-persen>, diakses 14 Agustus 2018.
- Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings dan Kieran Kelly. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Maya, Sophie. *Generasi Millennial, Kalianlah Penguasa Dunia Traveling Saat Ini*. <https://phinemo.com/generasi-Milenial-indonesia/>, diakses 11 September 2018.
- McAllister-Spooner, Sheila M. (2008). *User Perceptions of Dialogic Public Relations Tactics via the Internet*. *Public Relations Journal*, 2(1), 1 – 18.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Perhimpunan Pelajar Indonesia. (10 Desember 2017). *Skeptis pada Media Sosial, Tantangan bagi Generasi Milenial*. *Skeptis pada Media Sosial, Tantangan bagi Generasi Milenial*. <https://nasional.kompas.com/read/2017/12/10/10283451/skeptis-pada-media-sosial-tantangan-bagi-generasi-milenial?page=all>., diakses 11 September 2018.
- Ruben, Brent D. dan Lea P. Stewart. (2006). *Communication and Human Behavior. 5th Edition*. United States of America: PearsonEducation, Inc.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Seib, Philip. (2009). *Public Diplomacy and Journalism: Parallels, Ethical Issues, and Practical Concerns*. SAGE Publication, 52 (5), 772 – 786.
- Siregar, Chairil Anhar. (5 Maret 2018). *Aman Berpergian ke Luar Negeri dengan Safe Travel*. <https://kumparan.com/chairil-anhar-siregar1519198977416/aman-berpergian-ke-luar-negeri-dengan-safe-travel>, diakses 9 September 2018.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Winastiti, Agnes. (28 Agustus 2016). *Generasi Millennial dan Karakteristiknya*. <https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20160823145217-445-153268/generasi-millennial-dan-karakteristiknya/>, diakses 11 September 2018.
- Wood, Julia T. (2011). *Communication Mosaic: An Introduction to the Field of Communication. International Edition*. England: Wadsworth Cengage Learning.
- Zhang, Juyan. (2013). *A Strategic Issue Management (SIM) Approach to Social Media Use in Public Diplomacy*. SAGE Publications.,57(9), 1312–1331.