

TESIS

Analisis Twitter Sebagai Media Komunikasi Pemerintahan Berbasis 4A dalam Membangkitkan Sektor Pariwisata Pasca-Pandemi Covid-19 di Thailand, Malaysia, Singapura dan Indonesia

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister Ilmu Pemerintahan (M. IP) Strata Dua pada Program Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Nita Aribah Hanif

20211040038

MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nita Aribah Hanif
NIM : 20211040038
Program Studi : Magister Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa tesis dengan judul **“Analisis Twitter sebagai Media Komunikasi Pemerintahan Berbasis 4a dalam Membangkitkan Sektor Pariwisata Pasca-Pandemi Covid-19 di Thailand, Malaysia, Singapura dan Indonesia”** adalah benar hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dan disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh esadaran tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 2 Oktober 2023

buat Pernyataan,



Nita Aribah Hanif

20211040038

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirrabil'alamin, Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu sesuai yang ditargetkan sebelumnya. Dalam proses penulisan tesis ini tentu banyak keterlibatan pihak lain sebagai support system penulis untuk menyelesaikan dengan usaha terbaik. Puji Syukur pertamanya diucapkan pada Allah SWT yang telah membukakan jutaan pintu keajaiban dan memudahkan dalam setiap proses penulisan tesis.

Sebagai makhluk social, penulis juga hendak mengucapkan terimakasih banyak pada beberapa pihak yang berkontribusi memberi referensi maupun motivasi selama penulisan tesis.

1. Terimakasih pada Dosen Pembimbing, Dr. Suswanta, M.Si., yang telah memberikan pendampingan dan bimbingan dalam proses penulisan tesis.
2. Terimakasih kepada Dosen Penguji I, Dr. Muchamad Zaenuri, M.Si., yang telah memberi arahan dan masukan selama penyusunan tesis.
3. Terimakasih kepada Dosen Penguji II, Dr. Dian Eka Rahmawati, M.Si., yang telah memberi arahan dan masukan selama penyusunan tesis.
4. Terimakasih pada mama dan papa yang tak henti untuk mendukung dan menyemaikan doa kebaikan di setiap waktu hingga detik ini, meskipun tidak ada kata maupun benda yang setara dengan jasanya. Smoga

selalu diberi kesehatan dan panjang umur ya ma, pa, agar dapat menyaksikan masa kejayaan anaknya kelak, Aamiin ya Allah.

5. Terimakasih pada adik perempuanku, Alya Luthfi Kharimah, yang selalu menjadi motivasi utama untuk selalu melakukan yang terbaik sebagai salah satu usaha memberi contoh yang baik untuknya.
6. Terimakasih pada tunanganku, Muhammad Lukman Hakim, yang telah menjadi saksi perjalananku sejak menduduki jenjang sarjana tepatnya semester 2 di Tahun 2019. Berdampingan dengan lelaki yang berusia beberapa tingkat di atasku menjadi salah satu anugrah tak ternilai atas kesabaran dan bimbingannya untukku dalam menuju kedewasaan. Smoga kita selalu dipersatukan dalam kebaikan untuk mengukir mimpi selanjutnya menuju kebahagiaan kekal dunia maupun akhirat. Aamiin ya Allah.
7. Terimakasih untuk sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah menemani setiap perjalananku dan tidak bisa dituliskan satu persatu disini.

KATA PENGANTAR

Hadirnya pandemi covid-19 mengubah kehidupan dari berbagai sektor, salah satunya pariwisata. Kebijakan yang diberlakukan selama pandemi covid-19 berdampak pada eksistensi sektor pariwisata dan berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi negara. Sebagaimana hal ini terjadi di Thailand, Malaysia, Singapura dan Indonesia sebagai negara dengan jumlah kunjungan wisatawan tertinggi di Asia Tenggara yang tidak luput dari dampak pandemi covid-19. Seiring berjalannya waktu, kasus pandemi covid-19 mulai stabil yang memantik berbagai negara untuk bangkit dan memulihkan sektor pariwisatanya. Salah satu upaya yang dilakukan yakni melalui jalinan komunikasi pemerintah sebagai wadah penyampaian informasi terkait pembukaan kembali destinasi wisata pasca-pandemi covid-19. Komunikasi pemerintahan pada studi ini difokuskan pada penggunaan media sosial twitter mengingat eksistensi twitter yang akan terus meningkat sebagai media komunikasi. Langkah ini ditujukan untuk menstimulasi pertumbuhan ekonomi negara melalui sektor pariwisata. Berangkat dari urgensi tersebut, penelitian ini mencoba menganalisis terkait penggunaan twitter sebagai media komunikasi pemerintahan oleh Pemerintah Thailand, Malaysia, Singapura dan Indonesia dalam promosi wisata pasca-pandemi covid-19 berbasis teori 4a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam perkembangan keilmuan dalam perspektif komunikasi pemerintahan pada sektor pariwisata secara teoritis maupun praktis.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	xi
BAB I	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	12
1.3 TUJUAN PENELITIAN	13
1.4 MANFAAT PENELITIAN	14
1.4.1 MANFAAT PRAKTIS	14
1.4.2 MANFAAT TEORITIS	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 KAJIAN PUSTAKA	16
2.2 KERANGKA TEORI	23
2.2.1 Komunikasi	23
2.2.2 Komunikasi dalam Organisasi Pemerintahan	35
2.2.3 Promosi Wisata Digital	45
2.2.4 New Media	47
2.2.5 Konsep 4A dalam Pariwisata	53
2.3 KERANGKA PIKIR PENELITIAN	55
2.4 DEFINISISI KONSEPTUAL	58
2.4.1 Komunikasi Pemerintahan	58
2.4.2 Promosi Wisata Digital	59
2.4.3 New Media	59
2.4.4 Konsep 4A dalam Pariwisata	59
2.5 DEFINISI OPERASIONAL	60
BAB III	62
3.1 JENIS PENELITIAN	62
3.2 LOKASI PENELITIAN	64
3.3 JENIS DATA	66
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	67

3.4.1	Dokumentasi.....	67
3.4.2	Data Time Series	68
3.4.3	Unit Analisis Data	69
3.5	TEKNIK ANALISA DATA.....	70
3.5.1	Teknik Analisis <i>Qualitative Data Analysis Software</i> (Q-DAS).....	73
BAB IV	86
4.1	Gambaran Umum	86
4.1.1	Platform Social Media Twitter	86
4.1.2	Pariwisata Thailand Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19	90
4.1.3	Pariwisata Malaysia Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19	93
4.1.4	Pariwisata Singapura Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19	95
4.1.5	Pariwisata Indonesia Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19	97
BAB V	101
5.1	Analisis Twitter sebagai Media Komunikasi Pemerintah dalam Mempromosikan Destinasi Wisata	103
5.2	Dampak Promosi Wisata terhadap Angka Kunjungan Pasca-Pandemi Covid-19.....	178
BAB VI	201
PENUTUP	201
KESIMPULAN	201
REFERENSI	206

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Akun Twitter milik Thailand, Malaysia, Singapura dan Indonesia.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2. 2 Definisi Operasional.....	61
Tabel 3. 1 Data Dokumentasi	68
Tabel 5. 1 Sektor Penyokong Perekonomian Terbesar	106
Tabel 5. 2 Pesan yang Disampaikan oleh Pemerintah Thailand	110
Tabel 5. 3 Tingkatan Pesan pada Twitter Pemerintah Thailand	117
Tabel 5. 4 Pesan yang Disampaikan oleh Pemerintah Malaysia	120
Tabel 5. 5 Pesan yang Disampaikan oleh Pemerintah Singapura.....	127
Tabel 5. 6 Pesan yang Disampaikan oleh Pemerintah Indonesia.....	133
Tabel 5. 7 Kutipan Tweet Akun Partner dalam Membantu Promosi.....	142
Tabel 5. 8 Kutipan Tweets Beberapa Akun sebagai Media Komunikasi.....	147
Tabel 5. 9 Kutipan Tweets Beberapa Akun sebagai Media Komunikasi.....	151
Tabel 5. 10 Kutipan Tweets Beberapa Akun sebagai Media Komunikasi.....	155
Tabel 5. 11 Pemetaan Temuan Penelitian	179
Tabel 5. 12 Klasifikasi Destinasi Wisata di Thailand	182
Tabel 5. 13 Klasifikasi Destinasi Wisata di Malaysia.....	186
Tabel 5. 14 Klasifikasi Destinasi Wisata di Singapura	189
Tabel 5. 15 Klasifikasi Destinasi Wisata di Indonesia	192

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase PDB di berbagai Wilayah Dunia.....	1
Gambar 1. 2 Wisatawan pada Subregion di Wilayah Asia Pasifik...4	
Gambar 1. 3 Kunjungan Wisatawan di berbagai negara di Asia Tenggara.....	5
Gambar 1. 4 Pemetaan Penelitian Terdahulu terkait Pariwisata melalui Vosviewer.....	9
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Stimulus dan Respon	27
Gambar 2. 2 Model Komunikasi Aristoteles	29
Gambar 2. 3 Model Komunikasi Berlo	30
Gambar 2. 4 Model Komunikasi Shannon-Weaver.....	32
Gambar 2. 5 Model Komunikasi Lasswell	34
Gambar 2. 6 Fungsi Komunikasi Pemerintahan	44
Gambar 2. 7 Bagan Kerangka Pikir Penelitian.....	56
Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data Interactive Model.....	70
Gambar 3. 2 Teknik Analisis Data menggunakan Nvivo12 Plus ...	83
Gambar 3. 3 Tahapan Analisis Data.....	84
Gambar 4. 1 Peningkatan Jumlah Pengguna Twitter 2019-2022 ...	87
Gambar 4. 2 Penggunaan Twitter sebagai media penyebaran informasi (2022)	88
Gambar 4. 3 Trend penggunaan Twitter Periode Maret 2022-2023	89
Gambar 4. 4 Kunjungan Wisatawan Thailand Sebelum Pandemi (juta)	91
Gambar 4. 5 Persentase Pemasukan dari Wisatawan di Thailand ..	92
Gambar 4. 6 Kunjungan dan Pemasukan dari Wisatawan di Malaysia	94
Gambar 4. 7 Kunjungan dan Pemasukan dari Wisatawan di Singapura.....	96
Gambar 4. 8 Kontribusi Pariwisata terhadap PDB Indonesia.....	97
Gambar 4. 9 Dinamika Kunjungan Wisatawan di Indonesia	99
Gambar 5. 1 Aktivitas Twitter Thailand, Malaysia, Singapura dan Indonesia.....	104

Gambar 5. 2 Cluster Analysis Akun Twitter @AmazingThailand	141
Gambar 5. 3 Cluster Analysis Akun Twitter @TourismMalaysia	147
Gambar 5. 4 Cluster Analysis Akun Twitter @VisitSingapore....	151
Gambar 5. 5 Cluster Analysis Akun Twitter @wonderfulid	154
Gambar 5. 6 Peta Komunikan pada Akun Twitter @AmazingThailand.....	159
Gambar 5. 7 Peta Komunikan pada Akun Twitter @TourismMalaysia	160
Gambar 5. 8 Peta Komunikan pada Akun Twitter @VisitSingapura	161
Gambar 5. 9 Peta Komunikan pada Akun Twitter @wonderfulid	162
Gambar 5. 10 Respon komunikan pada Akun Pariwisata Thailand	165
Gambar 5. 11 Respon komunikan pada akun pariwisata Malaysia	167
Gambar 5. 12 Respon komunikan pada akun pariwisata Singapura	169
Gambar 5. 13 Respon komunikan pada akun pariwisata Indonesia	173
Gambar 5. 14 Wordcloude Percakapan Komunikan pada Akun milik Indonesia	174
Gambar 5. 15 Wisatawan di Thailand Pasca-Pandemi Covid-19 (juta)	181
Gambar 5. 16 Wisatawan di Malaysia Pasca-Pandemi Covid-19 (juta)	185
Gambar 5. 17 Wisatawan di Singapura Pasca-Pandemi Covid-19 (juta)	188
Gambar 5. 18 Wisatawan di Indonesia Pasca-Pandemi Covid-19 (juta)	191
Gambar 5. 19 Persentase Infrastruktur Jalan Nasional Belum Optimal	194
Gambar 5. 20 Penetrasi Jaringan Internet di Indonesia	195
Gambar 5. 21 Kunjungan Wisatawan Pasca-Pandemi Covid-19 (juta)	198