

# **E-Diplomacy Sebagai Sarana Promosi Potensi Daerah kepada Dunia Internasional**

**Tonny Dian Effendi**

*Pengajar Jurusan Ilmu Hubungan Internasional  
Universitas Muhammadiyah Malang*

## **Abstract**

*In the global age, every state has borderless with other actor in international relations. The increasing of non -state actors roled has made the new diplomacy that has using un -official ways. One of the ways is by e-diplomacy. Every local government in Indonesia has the opportunity to built their web site to promote all of the potention that has opportunity to made the cooperation with all the international actors. It has important to support the state branding. But some local government has the problem both in technical and content. Two serious problems have the human resources and the policy's orientation to local view than international.*

Keywords : *e-diplomacy, internet, globalization, local government .*

## **Pendahuluan**

Diplomasi merupakan salah satu instrumen penting dalam pelaksanaan politik luar negeri sebuah negara. Diplomasi merupakan alat utama dalam pencapaian kepentingan nasional yang berkaitan dengan negara lain atau organisasi internasional. Melalui diplomasi inilah, sebuah negara dapat membangun *image* atau citra tentang dirinya dalam kerangka membangun nilai tawar atau *state branding*.

Perkembangan diplomasi pada awalnya didominasi oleh negara. Negara melalui departemen luar negerinya menerapkan praktek-praktek diplomasi yang berkaitan dengan masalah kenegaraan, seperti perjanjian internasional, konferensi internasional, hubungan bilateral, hubungan multilateral, dan sebagainya.

Pada era global sekarang ini, kita mengenal adanya *second track diplomacy* atau diplomasi yang dilaksanakan oleh aktor di luar negara.<sup>1</sup> Aktor-aktor di luar negara ini dapat berupa organisasi internasional, organisasi nonpemerintah di dalam negeri (NGO), perusahaan multinasional (MNC), dan individu. Peranan aktor di luar negara dalam diplomasi ini sangat penting mengingat dalam hubungan antarnegara yang semakin kompleks, negara tidak bisa menangani semua urusan yang dilaksanakan oleh aktor nonpemerintah. Karena itu, dalam era globalisasi ini, ketika hubungan antarmanusia semakin kompleks dan tidak terbatas, maka peran aktor non negara ini semakin penting.

Beberapa faktor yang menunjang peran aktor non negara dalam diplomasi ini antara lain adalah 4I, yaitu *investation*, *industrialization*, *information*, dan *individu*. Keempat faktor ini pada awalnya merupakan mesin penggerak globalisasi yang tentu saja akan berdampak pada semakin meningkatnya peran aktor non negara. Dalam kaitannya dengan investasi, negara-negara di dunia saat ini sedang mengejar pertumbuhan ekonomi untuk menunjang kesejahteraannya. Investasi dapat berasal dari luar negeri, dan karena itu pencitraan akan sangat penting dilakukan sebuah negara untuk mengundang investor dari negara lain agar menanamkan modalnya. Sedangkan, berkaitan dengan industrialisasi, - untuk menunjang pertumbuhannya- masing-masing negara akan berusaha untuk memasarkan produk-produknya ke seluruh dunia. Dalam hal ini, citra negara atau *state branding* menjadi hal yang penting untuk memupuk kepercayaan.

Dalam konteks perkembangan informasi, kemajuan teknologi informasi semakin mempermudah komunikasi antar aktor dalam hubungan internasional. Hubungan luar negeri yang dahulu didominasi oleh negara saat ini lebih banyak dilakukan oleh aktor non negara. Tentu saja hubungan yang dimaksud di sini adalah hubungan luar negeri non kenegaraan. Teknologi informasi semakin mempermudah hubungan komunikasi ini. Karena itu, tidak mengherankan jika Kenichi Ohmae menyebutkan informasi sebagai penggerak globalisasi dan mendorong keterlibatan publik secara global dalam hubungan internasional. Sedangkan, individu di sini dipahami sebagai kompleksitas hubungan antarindividu di dunia saat ini. Hubungan antarindividu saat ini mampu melewati batas negara dengan mudah. Mobilitas penduduk dunia semakin bebas, akses dari satu individu terhadap individu lain di belahan dunia yang lain semakin dekat dan cepat.

---

<sup>1</sup> *Second track diplomacy* merupakan sebuah rangkaian praktek diplomasi yang dilaksanakan oleh aktor-aktor non negara. Biasanya aktor-aktor ini mampu bertindak dan berperan sebagai diplomat dalam artian khusus yang jangkauannya melampaui batas-batas negara. Salah satu contoh praktek *second track diplomacy* misalnya seperti peran kelompok-kelompok perdagangan dalam memajukan hubungan ekonomi antar negara serta peran individu dalam penyelesaian konflik dan sebagainya .

Perkembangan dunia yang semakin tanpa batas membuat jaringan antar manusia di dunia semakin rapat. Karena itu, peranan pemerintah juga akan semakin berkurang dengan semakin kuatnya peran aktor non pemerintah. Dalam kaitannya dengan diplomasi, maka saat ini teknologi internet pada dasarnya sangat penting dalam menunjang nilai jual atau nilai tawar yang dimiliki oleh suatu negara. Suatu negara dapat memasarkan dirinya secara efektif melalui media internet ini. Masalah kebijakan, peluang investasi, pariwisata, promosi budaya dan lain-lain sebenarnya dapat dilakukan melalui internet sehingga penulis beranggapan bahwa pada masa inilah terjadi revolusi diplomasi melalui diplomasi elektronik atau *e-diplomacy*.

### **Pengertian E-Diplomacy**

*E-diplomacy* muncul ketika dunia semakin tanpa batas dengan teknologi internet. Beberapa pengambil keputusan pada negara-negara yang telah maju melihat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ini sebagai sebuah peluang untuk menyampaikan informasi secara lebih efektif dan efisien, baik kepada masyarakat di lingkup domestik maupun kepada masyarakat internasional. Selain itu, penggunaan *e-diplomacy* yang semakin meluas juga dikarenakan tuntutan perkembangan masyarakat yang semakin kritis terhadap kebijakan negara dan didukung dengan tingkat penguasaan teknologi yang semakin tinggi.

Menurut Departemen Luar Negeri Amerika Serikat (Deplu AS), *e-diplomacy* merupakan sarana khusus dalam berdiplomasi yang menitikberatkan pada usaha untuk mendapatkan dan mengelola informasi yang berkaitan dengan diplomasi AS melalui internet. *E-diplomacy* juga dibangun untuk merespon informasi-informasi dari luar negeri yang berkaitan dengan kepentingan AS yang dilakukan di dunia maya. Deplu AS sendiri membentuk badan khusus yang menangani masalah *e-diplomacy* dengan tujuan untuk membawa diplomat AS dalam proses-proses pengambilan keputusan melalui teknologi informasi, meningkatkan hubungan dan peran serta AS terhadap masyarakat, baik di dalam maupun di luar negeri, dan meningkatkan manajemen informasi dan pengetahuan di dunia maya. Bagian khusus ini merupakan sebuah kombinasi antara para diplomat dengan para ahli komputer yang tujuan akhirnya adalah penguatan kebijakan luar negeri AS dengan memberikan data dan informasi yang akurat kepada para diplomat dan juga staf Deplu dimanapun pos diplomasi mereka di seluruh dunia (<http://www.state.gov>, 5 Juni 2008).

Beberapa negara Eropa juga melakukan hal yang sama. Bahkan, negara yang baru saja mengalami konflik seperti Bosnia, juga menggunakan *e-diplomacy* sebagai sarana promosi ekonomi yang digunakan untuk mendukung posisi dalam pasar ekonomi global, Uni Eropa, dan masyarakat internasional secara umum. Selain sebagai sarana promosi ekonomi, penggunaan *e-diplomacy* di Bosnia juga sebagai sarana penghubung dengan masyarakat Bosnia sendiri yang 24-30 persen

penduduknya tinggal di luar Bosnia karena perang. Karena itu, penggunaan sarana internet dirasakan sangat efektif, baik kepada masyarakat negara tersebut maupun kepada dunia internasional.<sup>2</sup>

Perkembangan globalisasi dan teknologi informasi telah merubah praktek diplomasi yang selama ini dilakukan dan didominasi oleh pemerintah sebuah negara. Teknologi ini menjadikan diplomat tidak lagi sebagai aktor satu-satunya yang mengurus dan berperan dalam hubungan antar negara. Peran masyarakat secara luas yang semakin terhubung dengan teknologi tersebut membuat negara seakan tidak lagi mampu menampung semua urusan masyarakat tersebut untuk ditangani. Teknologi informasi ini menyebabkan metode-metode diplomasi tradisional yang didominasi oleh diplomat semakin kabur.

Masyarakat semakin ingin berperan dalam setiap proses kebijakan yang dilakukan oleh negara. Termasuk didalamnya kebijakan yang berkaitan dengan hubungan dengan pihak diluar negeri. Masyarakat semakin menuntut sebuah ruang terbuka dimana mereka dapat dengan mudah mengakses informasi dari berbagai dunia yang disesuaikan dengan kepentingan mereka masing-masing. Dan pada dasarnya perkembangan teknologi informasi ini telah meningkatkan tuntutan keterlibatan masyarakat untuk ikut berperan dalam hubungan global. Menanggapi perkembangan ini kemudian muncul konsep-konsep seperti *virtual diplomacy* atau *diplomacy without diplomat*. Oleh karena itu setiap kebijakan yang berkaitan dengan hubungan dengan luar negeri saat ini dituntut untuk dipublikasikan kepada publik. Harold Nicholson mengatakan bahwa perkembangan diplomasi ini telah mengubah praktik diplomasi tradisional dan menurunkan peran Duta Besar dan para diplomat (Rasmussen 2003).

Peran publik yang semakin meningkat menyebabkan semakin banyaknya aktor di luar negara yang diwakili oleh diplomat dalam praktek diplomasi. Beberapa aktor dan jalinan diplomasi yang dibangunnya dikenal dengan istilah diplomasi multijalur atau *multitrack diplomacy*. Diplomasi multijalur ini melibatkan sembilan unsur dalam masyarakat, yaitu pemerintah pada jalur pertama, NGO dan kalangan profesional, kelompok bisnis, warga negara biasa, aktivitas penelitian, pelatihan, pendidikan, aktivitas advokasi, kelompok agama, organisasi penyedia dana, dan komunikasi media massa. Kesembilan unsur aktor dalam diplomasi ini menjalankan fungsinya masing-masing dengan tujuan perdamaian dunia (Diamond dan McDonald dalam Jelantik 2008, 218-219).

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, secara umum kita dapat mendefinisikan *e-diplomacy* sebagai sebuah praktek diplomasi yang dilaksanakan baik oleh aktor negara maupun non negara dalam usahanya untuk menjalin hubungan luar negeri

---

dan dalam negeri dengan menggunakan media teknologi informasi. Karena itu, *e-diplomacy* akan sangat berkaitan dengan *second track diplomacy* dan *multitrack diplomacy*.

### **Otonomi Daerah dan E-Diplomacy di Indonesia**

Beberapa negara maju telah memanfaatkan teknologi internet dengan baik dalam upayanya membangun nilai tawar negaranya. Hal tersebut tidak hanya dilakukan oleh pemerintah pusat suatu negara, melainkan oleh pemerintah lokal. Sebagai contoh, masing-masing provinsi di Cina berlomba-lomba menawarkan keunikan budaya dan kemudahan investasi untuk memacu pertumbuhan ekonominya. Beberapa kota di dunia seperti Sidney (Australia) dan Osaka (Jepang) secara mandiri membangun *web site* yang mempromosikan program kerja serta peluang investasi.

Secara umum, sebenarnya pembangunan *web* pemerintahan memiliki dua fungsi utama. Pertama, penerapan *e-government* atau penerapan fungsi pemerintahan melalui internet. Dalam fungsi ini, pemerintah melalui *web site*-nya memberikan informasi tentang kegiatan pemerintahan, kebijakan pemerintah lokal, layanan publik seperti pembuatan kartu identitas dan sarana tanya jawab antara pemerintah dengan masyarakat. Kedua, berkaitan dengan *e-diplomacy* atau peluang hubungan dengan berbagai pihak diluar negeri. Mengingat cakupan layanan internet meliputi seluruh dunia, maka penggunaan *web site* menjadi sangat efektif untuk mempromosikan kekayaan dan keunikan yang dimiliki oleh suatu daerah kepada berbagai pihak di luar negeri.

Bagaimana dengan Indonesia? Seiring dengan otonomi daerah, pada dasarnya pemerintah daerah -baik provinsi, kabupaten, maupun kota- memiliki kesempatan untuk melakukan kedua fungsi internet di atas. Sistem desentralisasi memberikan peluang dan kesempatan kepada pemerintah daerah untuk mampu mandiri dan menetapkan kebijakan yang disesuaikan dengan karakteristik kondisi di masing-masing daerah.

Pada era otonomi daerah, sebagai respon atas semakin meningkatnya peran pemerintah daerah dalam berbagai aspek, termasuk hubungan internasional, pemerintah telah mengeluarkan UU No. 37 /1999 tentang Hubungan Luar Negeri dan UU No. 24/2000 tentang Perjanjian Internasional. Kedua perangkat hukum ini memberikan kesempatan kepada aktor di luar negara untuk berperan dalam hubungan internasional melalui kerjasama luar negeri dan perjanjian internasional. Atau dengan kata lain, telah muncul kesempatan kepada para pebisnis, profesional, akademisi, politisi, pejabat daerah, mahasiswa, dan lain sebagainya untuk menjadi aktor dalam hubungan luar negeri dan tentu saja tidak bertentangan dengan kebijakan politik luar negeri Indonesia.

Sebagai respon atas perkembangan ini dan sek aligus untuk menyamakan visi serta tujuan kerjasama luar negeri, pada 2003, Departemen Luar Negeri Indonesia mengeluarkan Buku Panduan Umum Tata Cara Hubungan Luar Negeri oleh Pemerintah Daerah. Buku panduan ini disusun untuk melengkapi UU No. 22/2000 tentang Otonomi Daerah. Ketika UU ini diperbarui dengan UU No. 32/2004, Deplu juga memperbarui buku panduan tata cara hubungan luar negeri oleh pemerintah daerah pada 2006. Hal ini berkaitan dengan perluasan dan perubahan wewenang pemerintah daerah yang berimplikasi pada peluang kerjasama luar negeri yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah. Karena itu, Deplu memiliki tanggung jawab untuk mengoordinasikan dan sebagai sarana konsultasi atas hubungan dan kerjasama luar negeri yang dilakukan oleh pemerintah daerah.

Salah satu usaha untuk mencapai hubungan dan kerjasama luar negeri yang dilakukan oleh pemerintah daerah di Indonesia adalah dengan membangun situs pemerintah daerah. Hampir seluruh pemerintah daerah di Indonesia . baik tingkat provinsi maupun pemerintah kabupaten dan kota. membangun *web site*-nya masing-masing. Secara umum, pembangunan *web site* ini memiliki dua fungsi utama. Pertama, *e-government* memang masih sulit dilaksanakan di Indonesia. Permasalahan yang dialami adalah masih terbatasnya akses masyarakat terhadap layanan internet serta pengetahuan masyarakat tentang internet umumnya masih terbatas di perkotaan. Sehingga, layanan pelayanan masyarakat melalui internet masih terbatas pada lingkup masyarakat perkotaan saja.

Fungsi kedua, *e-diplomacy* merupakan satu kesempatan besar terhadap peluang kerjasama dengan berbagai pihak di luar negeri. Pemerintah daerah dapat mengelola sebuah *web site* yang menawarkan berbagai peluang investasi kepada investor di luar negeri. Pemerintah daerah juga dapat memberikan informasi tentang potensi pariwisata serta rencana pembangunan yang mana dalam perencanaan tersebut membuka kesempatan kepada berbagai pihak di luar negeri untuk turut ambil bagian.

Peluang pemanfaatan teknologi internet ini menjadi semakin besar dalam era otonomi daerah di Indonesia. Saat ini hampir semua pemerintah daerah di Indonesia telah memiliki *web site* pemerintahan sendiri. Permasalahannya adalah apakah penggunaan *web site* tersebut telah efektif memenuhi kedua fungsi dasar diatas?

Departemen Komunikasi dan Informatika Republika Indonesia (Depkominfo RI) telah mengeluarkan panduan tentang pembangunan dan pelaksanaan *web site* masing-masing pemerintah daerah di Indonesia. Inti dari manajemen pengelolaan situs pemerintah daerah adalah pada keterpaduan antara penerbit situs atau pengelolanya dengan unit-unit kerja di lingkungan pemerintah daerah. Hal ini berkaitan dengan materi yang akan disajikan dalam situs tersebut. Terdapat lima

masalah dalam membangun dan mengimplementasikan strategi penggunaan situs pemerintah daerah, yaitu kegunaan (untuk kepentingan apa situs tersebut dibangun), tanggungjawab (siapa pemilik situs dan siapa yang bertanggungjawab), manajemen situs (bagaimana pengelolaannya), isi (bagaimana isi yang ditampilkan), serta pemeliharaan dan pemutakhiran/*up dating* (bagaimana pemantauan dan pemutakhiran isi situs) ([www.depkominfo.go.id](http://www.depkominfo.go.id), n.d.).

Selain itu, yang harus diperhatikan dalam pembuatan situs pemerintah daerah adalah tugas-tugas strategis yang harus dibangun dalam sebuah *web site* pemerintah. Beberapa tugas strategis tersebut antara lain: (1) identifikasi pengunjung dan non pengunjung situs, hal ini dapat dilakukan dengan melakukan penelitian terhadap masyarakat; (2) identifikasi kebutuhan pengunjung yang seharusnya ada dalam situs; (3) memberikan respon yang memuaskan kepada pengunjung; (4) menyediakan SDM yang berkompeten dan berkualitas untuk mengelola dan menyediakan informasi dalam situs; (5) keterpaduan antara situs *web* dengan kepentingan bisnis; (6) keterpaduan antara situs dengan program dan strategi pemerintahan yang terbuka kepada publik; (7) pemantauan pengembangan situs; (8) perancangan perencanaan strategis situs ke depan; (9) identifikasi posisi situs dalam organisasi; (10) keterpaduan situs dengan organisasi intranet dalam pemerintah daerah; dan (11) disesuaikan dengan fungsi *e-government* ([www.depkominfo.go.id](http://www.depkominfo.go.id), n.d.)).

Sementara itu, dari sisi isi, situs pemerintah daerah minimal harus memiliki enam bagian, yakni (1) Selayang pandang; berisi tentang informasi umum tentang keberadaan pemerintah daerah tersebut baik sejarah, lokasi, lambang, peta, visi dan misi dan sebagainya; (2) Pemerintah Daerah; berisi tentang struktur organisasi pemerintah daerah serta informasi tentang pejabat daerah; (3) Geografi; berisi tentang gambaran umum kondisi alam daerah, sosial ekonomi, dan lain-lain; (4) Peta dan sumberdaya; peta administrasi serta potensi sumber daya yang ada; (5) Peraturan Pemerintah; berisi sosialisasi tentang peraturan daerah yang disusun oleh pemerintah kepada masyarakat; (6) Buku tamu; layanan penerimaan masukan dari pengunjung situs.

Namun, tidak semua situs pemerintah daerah di Indonesia melaksanakan atau memenuhi isi situs seperti dijelaskan di atas. Walaupun ada banyak situs pemerintah daerah yang memenuhi semua isi minimal di atas, namun jika dilihat dari isinya kurang mencerminkan fungsi situs sebagai *e-government* dan *e-diplomacy*.

### **E-Diplomacy Pemerintah Daerah di Indonesia : Hambatan dan Tantangan**

Beberapa penelitian tentang *web site* pemerintah daerah di Indonesia menunjukkan bahwa pembuatan situs pemerintah daerah masih banyak memiliki kekurangan, baik dari sisi tampilan dan terutama pada isi, informasi yang ditampilkan. Penelitian Ubudiyah Setiawati tahun 2006 pada situs pemerintah Kabupaten Kediri menunjukkan bahwa dari sisi tampilan, situs ini kurang interaktif sehingga kurang membuat minat masyarakat untuk mengaksesnya. Selain itu, dari sisi isi, informasi yang ditampilkan juga kurang lengkap sehingga fungsi untuk mempermudah pencarian informasi tentang Kabupaten Kediri, baik dari masyarakat lokal dan masyarakat internasional menjadi tidak efektif (<http://digilib.itb.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-s1-2004-megaimambu-328&q=kediri>, n.d.).

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Seger Hasani<sup>3</sup> (n.d.) pada promosi wisata Kabupaten Banyuwangi melalui *web site* mencatat bahwa penggunaan *web site* pemerintah daerah sebagai sarana untuk mempromosikan potensi wisata berjalan tidak efektif karena kadang dibangun dengan sederhana dan kurang interaktif. Hal itu disebabkan karena kurangnya pengetahuan tentang potensi penggunaan *web site* sebagai sarana promosi serta permasalahan pendanaan yang berkaitan dengan anggaran APBD terhadap pembangunan portal situs pariwisata daerah. Hasani menggambarkan bahwa pada dasarnya untuk membangun situs yang menarik setidaknya memenuhi lima sisi utama yaitu suasana (tampilan yang disesuaikan dengan tema yang diangkat dalam situs, dan tentu saja disesuaikan dengan tujuan pembuatan situs), informasi, alasan penampilan informasi, dimana informasi tersebut diperoleh (misalnya untuk situs pariwisata berisi tentang lokasi tempat wisata), dan tata cara (berisi informasi tentang bagaimana memanfaatkan informasi yang ada dalam situs, misalnya dalam situs pariwisata maka harus diberikan informasi tentang layanan dan fasilitas yang ada serta bagaimana cara mencapai obyek wisata tersebut).

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh penulis bersama mahasiswa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Malang pada mata kuliah Diplomasi menunjukkan bahwa banyak sekali kekurangan yang dimiliki oleh *web site* pemerintahan. Penelitian dilakukan pada beberapa *web site* pemerintahan kabupaten dan kota di Indonesia yang dipilih secara acak. Hasil penelitian menunjukkan *web site* pemerintah daerah memiliki banyak kelemahan, baik secara teknik maupun isi (*technical and content*).

Beberapa situs pemerintah daerah yang diamati dalam penelitian ini adalah situs Pemerintah Aceh Tengah, Kabupaten Payakumbuh, Kota Dumai, Kota Padang,

---

<sup>3</sup> Peneliti adalah pengusaha perusahaan pengembang *software* untuk dealer pulsa elektrik [www.pulsaengine.com](http://www.pulsaengine.com), menjadi konsultan IT portal berita Jawa Timur [www.beritajatim.com](http://www.beritajatim.com), dan membina kelompok studi Anak Negeri khusus bidang riset dan pengembangan SDM mahasiswa [www.anaknegeri.org](http://www.anaknegeri.org).

Kabupaten Lampung, Kabupaten Bangka, Pulau Samosir, Kota Palembang, Kabupaten Klungkung, Kota Banjarmasin, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kabupaten Ponorogo, Kota Balikpapan, Kabupaten Sumbawa, Batam, Kota Makassar, Kota Yogyakarta, Kota Probolinggo, Kota Batu, Kabupaten Pasuruan, dan Kabupaten Pamekasan.

Permasalahan teknis berkaitan dengan sistem yang berlaku pada masing-masing *web site*. Terdapat beberapa *web site* yang aksesnya lambat dan beberapa yang dalam perbaikan. Sementara itu, kelemahan terbanyak berada pada permasalahan isi dari *web site* tersebut. Setidaknya, ada tiga kelemahan yang berkaitan dengan isi *web site*. Pertama, tidak ada pilihan bahasa Inggris pada hampir semua *web site* pemerintah daerah yang dimiliki. Hal ini penting mengingat bahasa Inggris, bagaimanapun juga, sangat berguna untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak di luar negeri. Asumsinya adalah meskipun sebenarnya pemerintah daerah tersebut memiliki banyak potensi yang dapat dikerjakasikan dengan berbagai pihak di luar negeri, namun karena permasalahan bahasa ini hasilnya menjadi kurang maksimal.

Kedua, beberapa *web site* menampilkan isi yang sudah kadaluwarsa (*out of date*). Beberapa pemberitaan dan informasi dalam *web site* terkesan disusun seperlunya sehingga tidak disesuaikan dengan perkembangan masyarakat dalam konteks kekinian.

Ketiga, minimnya layanan informasi yang diperlukan untuk investasi asing. Beberapa *web site* memang menampilkan informasi tentang potensi pariwisata, namun tidak diberikan informasi tentang bagaimana jika ada pihak dari luar negeri ingin mengunjungi obyek wisata tersebut. Instansi apakah yang harus dihubungi dan bagaimana layanan wisatanya, baik hotel maupun akses transportasinya. Beberapa *web site* juga memberikan informasi tentang komoditas ekonomi yang dihasilkan. Tapi, sekali lagi, tidak didukung dengan informasi tentang akses terhadap komoditas tersebut dan jika memang ada peluang investasi tidak disebutkan bagaimana mengurus investasi tersebut.

Beberapa kelemahan di atas berlaku umum pada hampir semua *web site* yang diteliti. Hal ini menunjukkan masih kurang tanggapnya pemerintah daerah tentang peluang kerjasama luar negeri yang menguntungkan yang dapat dicapai melalui *e-diplomacy* ini.

Kelemahan-kelemahan di atas dapat disebabkan empat hal: (1) kurangnya pengetahuan pemerintah daerah tentang peluang kerjasama luar negeri yang dapat dilakukan melalui internet, (2) kurangnya pemahaman tentang fungsi internet dalam perkembangan global saat ini, (3) kurangnya Sumber Daya Manusia yang memiliki pengetahuan tentang hubungan luar negeri, (4) kebijakan yang masih berorientasi domestik daripada internasional.

## Kesimpulan

Perkembangan dunia saat ini menuntut masing-masing negara untuk berkompetisi menjadi yang terbaik. Dalam kompetisi ini, masing-masing negara memiliki kesempatan untuk menunjukkan kelebihanannya (*state branding*) melalui berbagai sarana. Salah satu sarana yang efisien adalah melalui internet.

Di Indonesia, dalam era otonomi daerah, masing-masing pemerintah daerah sebenarnya memiliki kesempatan untuk melakukan promosi ke luar negeri dengan efektif dan berbiaya rendah. Hal itu dapat dilakukan dengan membangun *web site* pemerintah daerah yang memberikan informasi yang jelas dan didukung dengan fasilitas bahasa Inggris untuk menawarkan berbagai potensi kerjasama.

*Web site* pemerintah daerah di Indonesia masih banyak yang memiliki kekurangan, baik secara teknis maupun isi. Kemampuan pemahaman tentang peluang kerjasama luar negeri masih rendah dan ditambah dengan orientasi kebijakan yang masih berorientasi ke lokal atau domestik daripada internasional. Karena itu, pembentukan bagian Kerjasama Luar Negeri di masing-masing pemerintah daerah akan sangat membantu dalam meningkatkan kapasitas pemerintah daerah dalam melaksanakan kerjasama luar negeri melalui *e-diplomacy* yang selanjutnya secara tidak langsung akan membangun *state branding* Indonesia.

## Daftar Pustaka

### Buku dan Artikel dalam Buku

Barston, R.P., 1996. *Modern Diplomacy*. London: Pearson Education.

Diamond, Louise dan John McDonald, n.d. *Multitrack Diplomacy: a System Approach to Peace*. Washington DC: Institute of Multitrack Diplomacy. dalam Djelantik, Sukawarsini, 2008. *Diplomasi antara Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Eban, Abba, 1983. *The New Diplomacy: International Affairs in the Modern Age*. New York: Random House.

Effendi, Tonny Dian dan Dyah Estu Kurniawati, 2008. *Persepsi Aktor Pemerintah Daerah dalam Kaitan Kerjasama Internasional (Studi pada Pemerintah Kabupaten Malang)*. Malang: Departemen Hubungan Internasional FISIP Universitas Muhammadiyah Malang.

Gorman, Robert F. dan Peter A. Toma, 1990. *International Relations: Understanding Global Issues*. California: Brook/Cole Publishing Company.

Hermawan, Yulius P., ed., 2007. *Transormasi dalam Studi Hubungan Internasional: Aktor, Isu, Metodologi*. Bandung: Ghara Ilmu

Ohmae, Kenichi, 2002. *Hancurnya Negara Bangsa: Bangkitnya Negara - Kawasan dan Geliat ekonomi Regional di Dunia tak Terbatas* . Yogyakarta: Qalam.

Suryokusumo, Sumaryo, 2004. *Praktik Diplomasi*. Jakarta: bpIBLAM.

Olson, William C. dan Fred A. Sonderman, 1974. *The Theory and Practice of International Relations* . 2<sup>nd</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall.

### Situs Internet

<http://digilib.itb.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-s1-2004-megaimambu-328&q=kediri> [n.d.]

Rasmusen, Alma Sokolovic, 2003. E-Diplomacy for Development: a Study of Bosnia and Herzegovina's Ministry of Foreign Affairs' Web Communication . [online]. KFO3719@stud.mah.se [diakses 5 Juni 2008].

### Lampiran:

#### Analisa terhadap Sejumlah Situs Pemerintah Daerah di Indonesia

No	Situs Pemerintah Daerah	Analisa
1.	Kabupaten Aceh Tengah	Fitur tampilan cukup menarik, <i>header</i> situs sederhana dan jelas menggambarkan identitas situs, menu utama kurang terklasifikasi sehingga a banyak <i>options menu</i> yang sebenarnya dapat dibuat klasifikasi baru, <i>content</i> halaman depan terlalu padat dengan tampilan aplikasi, kecepatan akses cepat, menu menarik pada menu pusaka Gayo dan kata mutiara daerah, tidak terdapat profil daerah, menu buku tamu tidak mendapatkan tanggapan dari administrator, menu <i>gallery</i> pada

		bagian pariwisata masih kosong .
2.	Kabupaten Payakumbuh	<i>Up date</i> dengan jangka waktu lama yaitu 2005-2008, tidak ada informasi tentang akomodasi menuju tempat wisata, tidak ada menu bahasa Inggris, fokus terbagi dua pada perdagangan dan investasi .
3.	Kabupaten Lampung Timur	<i>Up date</i> tahun 2002, huruf di <i>taskbar</i> terlalu kecil, profil daerah lengkap .
4.	Kota Dumai	Bagian awal menu kurang menarik, tidak ada data alamat kantor pemerintahan, statistik jumlah pengunjung, akses layanan publik <i>on line</i> , tidak ada layanan bahasa Inggris
5.	Kota Padang	Informasi <i>up to date</i> , informasi pendukung menu budaya dan pariwisata kurang lengkap
6.	Kabupaten Bangka	Sajian menu menarik dan informatif, visi dan misi kabupaten digambarkan dengan jelas,ajian artikel, budaya, pendidikan dan kesehatan kurang <i>up to date</i> . Tidak ada layanan bahasa Inggris
7.	Kabupaten Samosir	<i>Bytesize</i> halaman depan terlalu besar 28kb, lebih besar daripada situs pmda diluar negeri yang berkisar 11kb sehingga untuk membuka diperlukan waktu lama, menu layanan IMB dan ijin trayek kosong, data informasi bisnis memakai data tahun 2005, tidak ada layanan bahasa Inggris
8.	Kabupaten Klungkung	Informasi tempat wisata cukup lengkap namun kurang dilengkapi dengan informasi rute wisata, peta daerah kurang menarik, kurangnya

		informasi cara investasi
9.	Kabupaten Balikpapan	Terdapat menu bahasa Inggris, informasi fasilitas publik cukup lengkap, terdapat promosi perusahaan
10.	Kota Yogyakarta	Tidak ada menu bahasa Inggris, lebih fokus pada potensi kota pendidikan
11.	Kota Batu	Terdapat menu agenda acara kota, tidak ada menu bahasa Inggris, informasi investasi perlu ditingkatkan