

Radio dan Pengembangan Pariwisata: Studi Kasus terhadap RRI Mataram dalam Mempromosikan MotoGP di Sirkuit Mandalika Lombok 2022

Radio and Tourism Development: A Case Study of RRI Mataram in Promoting MotoGP at the Lombok Mandalika Circuit in 2022

Muhlis¹, Hartin Nur Khusnia², Yulanda Trisula Sidarta Yohanes³, YY Wima Riyayanatasya⁴
^{1,2,3,4} Universitas Mataram, Indonesia

Contact: muhlis@unram.ac.id, hartinkhusnia01@unram.ac.id, yulandatrisula@unram.ac.id,
yywimar@unram.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the activities of reporters in promoting the MotoGP event at the Lombok Mandalika Circuit. The method used is a case study. This study uses data collection techniques in the form of interviews, observation, and documentation. The results of the study show that the activity of determining the topic of reporting on LPP RRI Mataram has been determined in editorial meetings, both news on air and online media. When the topic has been determined, then the reporter who covers MotoGP is determined. Selected reporters collect information related to tourism promotion through the MotoGP event. Some of these topics are supporting facilities for the MotoGP event, such as accommodation, transportation, to various kinds of tourist objects and special culinary delights. This is intended so that the public who reads and listens to get the information needed. The reporter's job in the field is to gather information, create a narrative, and submit it to the editor. However, if the narration made by the reporter is not enough, then the editor will return the narration to be completed. After obtaining approval from the editor, the narrative is submitted to the broadcasting department to be published on air. LPP Mataram as a broadcasting media also experiences problems in gathering information, such as language mastery that is not yet optimal for international events and knowledge of terms in MotoGP events.

Keywords: *Radio; agenda setting; promotion; motoGP*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas reporter dalam mempromosikan *event* MotoGP di Sirkuit Mandalika Lombok. Metode yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas penentuan topik pemberitaan pada LPP RRI Mataram telah ditetapkan dalam rapat redaksi, baik berita *on-air* maupun media *online*. Ketika topik telah ditetapkan, kemudian ditentukan reporter yang meliput MotoGP. Reporter terpilih melakukan pengumpulan informasi terkait promosi pariwisata melalui *event* MotoGP. Beberapa topik tersebut adalah fasilitas penunjang *event* MotoGP, seperti akomodasi, transportasi, hingga berbagai macam objek wisata dan kuliner khas. Hal ini bertujuan agar publik yang membaca maupun mendengarkan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Tugas reporter di lapangan adalah menggali informasi, membuat narasi, dan menyerahkan pada redaksi. Namun jika narasi yang dibuat reporter belum cukup, maka redaksi akan mengembalikan narasi untuk dilengkapi. Setelah mendapat persetujuan dari redaksi, narasi tersebut diserahkan pada bagian penyiaran untuk dipublikasikan secara *on-air*. LPP Mataram sebagai media penyiaran juga mengalami kendala dalam

melakukan pengumpulan informasi, seperti penguasaan bahasa yang belum optimal untuk event internasional dan pengetahuan mengenai istilah dalam event MotoGP.

Kata Kunci: Radio; *agenda setting*; promosi; motoGP

PENDAHULUAN

Radio merupakan salah satu media komunikasi publik yang menggunakan frekuensi audio untuk menyampaikan pesan kepada pendengar. LPP Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram merupakan radio milik pemerintah Indonesia yang selalu *up to date* mengenai pemberitaan yang berkaitan dengan Nusa Tenggara Barat, salah satunya event internasional MotoGP Mandalika 2022. Event ini menjadikan Nusa Tenggara Barat, khususnya Kawasan wisata menjadi target sasaran pelaku wisata untuk datang ke Pulau Lombok. RRI Mataram sebagai media komunikasi terkait perkembangan pelaksanaan *event* MotoGP Mandalika 2022, juga mengambil andil dalam mempromosikan wisata melalui *event* tersebut. Di dalam portal website *rri.co.id*, terdapat beberapa data terkait pemberitaan RRI Mataram terkait dampak MotoGP Mandalika 2022 terhadap wisata di Pulau Lombok dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1 Daftar Berita Terkait MotoGP Mandalika 2022 dalam Pariwisata Lombok

No.	Tanggal Pemberitaan	Topik Berita	Link Berita
1	12 Februari 2022	Kades dan Masyarakat Rembitan, Siap Sukseskan Event MotoGP 2022	https://rri.co.id/mataram/daerah/1356276/kades-dan-masyarakat-rembitan-siap-sukseskan-event-motogp-2022
2	12 Februari 2022	Fitur Budaya Daerah Penting Ditonjolkan saat Gelar MotoGP di Mandalika	https://rri.co.id/mataram/daerah/1356632/fitur-budaya-daerah-penting-ditonjolkan-saat-gelar-motogp-di-mandalika
3	13 Februari 2022	MotoGP di Mandalika, Budaya Daerah Ditonjolkan	https://rri.co.id/daerah/1356631/motogp-di-mandalika-budaya-daerah-ditonjolkan
4	12 Februari 2022	Desa Wisata Goes to Mandalika Jadi Ajang Pameran	https://rri.co.id/medan/1513-pariwisata-budaya/1356525/desa-wisata-goes-to-mandalika-jadi-ajang-pameran
5	13 Februari 2022	MotoGP Mandalika, Membawa Berkah Bagi Pariwisata NTB	https://rri.co.id/daerah/1356624/motogp-mandalika-membawa-berkah-bagi-pariwisata-ntb
6	13 Februari 2022	Setelah Pra-musim MotoGP, Produk Desa Wisata akan Hadir di Mandalika	https://rri.co.id/mataram/daerah/1356898/setelah-pra-musim-motogp-produk-desa-wisata-akan-hadir-di-mandalika
7	13 Februari 2022	Ajang MotoGP, Bau Nyale Sambut Para Pembalap	https://rri.co.id/humaniora/info-publik/1357203/ajang-motogp-bau-nyale-sambut-para-pembalap

Sumber: www.rri.co.id

Berdasarkan data berita yang dilakukan oleh RRI Mataram di atas, menunjukkan bahwa peranan RRI sebagai media komunikasi dalam menyebarkan pesan terkait pariwisata dengan mengedepankan nuansa lokal untuk menyambut MotoGP Mandalika 2022. Penelitian ini berfokus pada peran dan manajemen RRI Mataram dalam mempromosikan pariwisata melalui *Event MotoGP Mandalika 2022*.

Masduki (2001) menyebutkan bahwa radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Dalam hal mempromosikan pariwisata, radio dapat memanfaatkan secara digital maupun audio yang dilakukan oleh penyiar. Namun perlu diketahui bahwa promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya (Suryadana & Octavia, 2015). Radio berperan dalam mengkomunikasikan produk-produk wisata yang dapat mempengaruhi pendengar (audio), maupun secara *online* (pemberitaan *online*) sehingga publik dapat mengikuti perkembangan wisata yang dipublikasikan oleh radio.

Darma (2017) dalam www.radiocenter.org menyebutkan beberapa alasan menggunakan radio sebagai media promosi, seperti: (1) Radio memberikan target yang tepat dan efisien; (2) Radio dapat menjangkau orang di berbagai waktu dan tempat; (3) Radio merupakan media yang memiliki level terendah dalam penghindaran iklan; (4) Radio memiliki efek berlapis; (5) Radio mampu menciptakan ingatan yang kuat terhadap brand; (6) Radio mampu mendorong respon pendengar, terutama media *online*; (7) Radio adalah teman.

Teori *agenda setting* dapat digunakan dalam mengkaji radio sebagai media promosi yang dapat meningkatkan pariwisata lokal. McCombs & Shaw dalam Griffin (2010) menyebutkan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan mengubah cara berpikir masyarakat yang terkena terpaan pesannya. Asumsi dasar dari teori *agenda setting* menurut Wieman dan Brosius dalam Eriyanto (2018) menyebutkan sebagai berikut: (1) Media menentukan isu tertentu untuk ditunjukkan kepada masyarakat; (2) Masyarakat akan mencari fenomena yang penting akan peristiwa dan kejadian melalui media; (3) Hubungan langsung antara topik yang dipandang penting oleh media dengan topik yang dinilai penting oleh public; (4) Peranan *gatekeeper* dalam menyeleksi topik yang dipandang penting.

METODE

Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan LPP RRI Mataram sebagai radio dalam mempromosikan wisata NTB saat event MotoGP 2022. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dalam menggali informasi. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Pemberitaan dan dua wartawan RRI yang bertugas langsung di pagelaran MotoGP 2022 yang melakukan pendokumentasian terkait aktivitas RRI dalam mempromosikan

wisata baik secara online maupun turun lapangan. Penelitian ini dilakukan sejak September-Desember 2022 di NTB.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Event MotoGP 2022 menjadi gerbang pariwisata Pulau Lombok yang dapat menarik wisatawan untuk menikmati *event* sekaligus berwisata. Dalam rangka menumbuhkan kembali pariwisata, informasi penting terkait *event* dan wisata sekitar perlu dipublikasikan melalui media massa. Media massa merupakan saluran yang dapat mengkomunikasikan informasi secara luas. Melalui media massa masyarakat mendapatkan pesan meskipun tidak bisa hadir di lokasi *event* MotoGP.

LPP RRI sebagai salah satu media massa melakukan tugasnya dalam menyebarkan informasi pemberitaan tentang MotoGP 2022 di Mandalika. Dalam menyusun pemberitaan, LPP RRI tidak hanya menyiarkan *event* MotoGP, namun juga dampak dari *event* tersebut pada bidang pariwisata dan ekonomi masyarakat Pulau Lombok. Penyusunan pemberitaan tersebut melalui proses perencanaan, pencarian berita, hingga penyebaran berita. Perencanaan tersebut terangkai melalui pengelolaan manajemen RRI dalam menyusun pemberitaan yang berkaitan dengan promosi wisata melalui *event* MotoGP.

“Kita rapat redaksi, setiap pagi itu kita rapat redaksi untuk pemetaan reporter yang bertugas.”
(Informan 1, 12 September 2022)

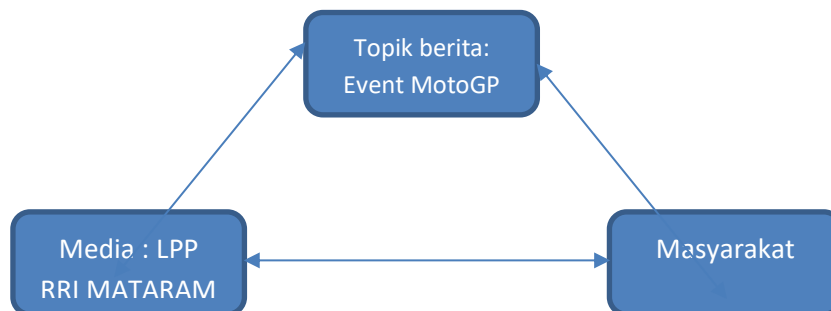
Perencanaan dalam pemberitaan MotoGP yang dilakukan LPP RRI adalah menyiapkan SDM, mencakup pemetaan reporter. *Event* MotoGP pertama di Indonesia ini membutuhkan kemampuan dan pemahaman reporter terkait istilah-istilah asing MotoGP yang belum dikuasai reporter. Hal ini menjadi hambatan dalam pemberitaan MotoGP. Kemudian berita yang terkumpul, dikelola secara manajerial guna disortir untuk membagi berita ke beberapa waktu siaran. Perencanaan isi berita merupakan mekanisme yang dilakukan oleh LPP RRI Mataram yang merupakan instruksi dari pusat.

Berita yang dimuat pada kanal LPP RRI Mataram berangkat dari instruksi pusat, yaitu dari Jakarta dilanjutkan ke daerah, dalam hal ini langsung pada LPP RRI Mataram. LPP RRI Mataram mempublikasikan *event* MotoGP di Sirkuit Mandalika menggunakan beberapa platform seperti *website*, siaran *off-air* dan *on-air*. Pun terintegrasi dengan RRI Indonesia dan Voice of Indonesia. Oleh sebab itu, berita yang disiarkan sudah disiapkan oleh manajemen untuk diliput dan dikemas.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menganalisis mengenai manajemen yang dilakukan oleh LPP RRI Mataram dalam mengelola berita jika dikaitkan dengan teori *agenda setting* Wieman dan Brosius dalam Eriyanto (2018), bahwa LPP RRI Mataram menentukan isu yang telah

ditetapkan dalam rapat redaksi. LPP RRI Mataram telah menggunakan beberapa platform guna menyebarkan informasi sehingga dapat dikonsumsi oleh publik.

Di sisi lain, LPP RRI Mataram juga memperhatikan topik pemberitaan yang ada di event MotoGP Sirkuit Mandalika. Topik ini menjadi penting karena event ini merupakan skala internasional yang digelar di Indonesia mampu memikat masyarakat untuk hadir dan menyaksikannya. Jika digambarkan pola hubungan langsung topik pemberitaan dengan media dan masyarakat dapat dilihat di bawah ini:



Bagan 1. Hubungan antara Topik berita, Media, dan Masyarakat

Sumber: Data diolah peneliti 2022

Keterkaitan dalam bagan di atas, merupakan asumsi dalam *agenda setting*, ketika LPP RRI Mataram memberitakan bahwa event MotoGP merupakan kebutuhan masyarakat untuk bisa menikmati event internasional. Hal tersebut dibuktikan melalui dokumentasi yang menunjukkan minat masyarakat mengenai event MotoGP sangat besar. Dilansir melalui pemberitaan dalam website LPP RRI Mataram menunjukkan bahwa dokumentasi kegiatan penukaran tiket untuk menonton MotoGP banyak masyarakat yang antre. (Lihat Gambar 1.)



Gambar 1. Aktivitas Masyarakat yang antre untuk penukaran tiket MotoGP

Sumber: <https://sprint.rrri.co.id/sprint?q=motogp&t=photo>

Kebutuhan masyarakat mengenai event MotoGP dapat diakses di *website* resmi LPP RRI Mataram. Namun penting untuk diketahui peranan LPP RRI Mataram dalam mempromosikan

pariwisata melalui event MotoGP juga menjadi perhatian LPP RRI Mataram. Berdasarkan hasil wawancara di bawah ini:

“Dengan event ini, muncul homestay-homestay. Karena disitu kan hotel-hotel itu masih kurang. Bagaimana menyampaikan kesiapan homestay kepada khalayak ramai, dari “sisi tempatnya, keterjangkaunanya, biaya. Itu tetap kita pantau. Kita nyebar ... bagaimana komentar pemerintah Lombok Tengahnya, baru nanti kita back up lagi di pemerintah provinsi. Disini kan tidak hanya dinas pariwisata yang terlibat, ada PUPR, sama juga Perkim. Perkim juga membuat rumah itu menjadi homestay dengan harga yang terjangkau. Ini untuk mencukupi karena ada banyaknya minat. Setelah itu gimana dari sisi keamanan, nanti Agus gerak ke Polres, Polda, gimana dari sisi lalu lintasnya. Jadi nya memberikan rasa nyaman dan aman. Nah itu kan satu sisi memberikan rasa nyaman dan aman untuk berwisata, satu sisi kita juga promosi tentang tempat wisatanya, misal Tanjung Aan, Bukit Seger. Nah ini kita muat dalam bentuk online dan dialog itu narasumbernya juga dapat.”

(Informan 2, 12 September 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat menunjukkan bahwa reporter yang melakukan peliputan di lapangan juga memperhatikan kondisi tempat menginap untuk wisatawan yang berkunjung ke Lombok pada event MotoGP. Ada kolaborasi yang dilakukan oleh sesama reporter lapangan. Informan menyebutkan beberapa aspek yang dipantau oleh LPP RRI Mataram, seperti *homestay*, keamanan, destinasi wisata, arus lalu lintas dengan narasumber yang dilakukan saat dialog interaktif di LPP RRI Mataram.

Topik-topik terkait fasilitas wisata saat event MotoGP menjadi topik yang dianggap penting oleh media dan publik. LPP RRI Mataram beranggapan bahwa informasi tersebut merupakan kebutuhan publik. Kebutuhan informasi publik terkait transportasi menuju event, akomodasi, wisata, hingga makanan disajikan oleh LPP RRI Mataram. Berkaitan dengan salah satu asumsi *agenda setting*, yang mengatakan bahwa keterkaitan antara topik, media, dan masyarakat tidak terpisahkan (Wieman & Brosius dalam Eriyanto, 2018).

Dalam mempromosikan pariwisata, LPP RRI Mataram menggunakan beberapa platform media sosial seperti yang disampaikan oleh informan berikut ini:

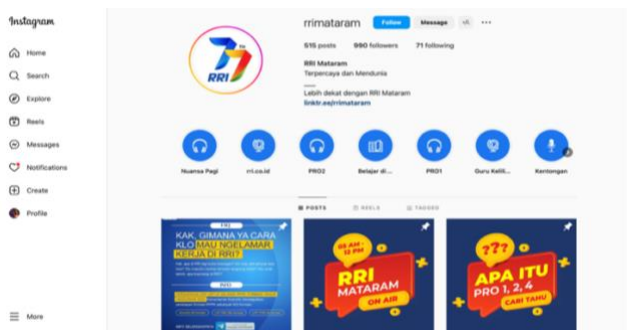
“Media sosialnya itu instagram, facebook, youtube (RRI Mataram Official). Ada juga website.”

(Informan 3, 12 September 2022)

Media sosial menjadi penting guna menyebarkan informasi dan promosi pariwisata melalui event MotoGP di Pulau Lombok. Saat ini, LPP RRI Mataram sebagai radio tidak hanya memproduksi berita dalam bentuk audio, namun teks dan audiovisual. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai konsumen berita. Beberapa platform media sosial yang dipakai oleh LPP RRI Mataram dalam menyebarkan informasi terkait event MotoGP, yakni website (Lihat Gambar 2.); Instagram (Lihat Gambar 3.); Facebook (Lihat Gambar 4.); dan Youtube (Lihat Gambar 5).



Gambar 2. Website LPP RRI Mataram
Sumber : <https://rri.co.id/mataram>



Gambar 3. Instagram LPP RRI Mataram
Sumber : <https://www.instagram.com/rriataram/>



Gambar 4. Facebook LPP RRI Mataram
Sumber:
<https://web.facebook.com/rriataram/photos>



Gambar 5. Youtube Channel LPP RRI Mataram
Sumber:
<https://www.youtube.com/@RRIataramOfficial/videos>

Pemberitaan terkait promosi wisata yang dilakukan LPP RRI Mataram berkaitan dengan fasilitas akomodasi, transportasi, UMKM, kebersihan lokasi event, objek wisata 16 Desa Lingkar Mandalika, kerajinan, hingga makanan. Hal ini dilakukan oleh LPP RRI Mataram dengan asumsi bahwa penonton event MotoGP datang ke Lombok sekaligus mengeksplorasi dan menikmati pariwisata Lombok.

Meskipun di dalam website resmi LPP RRI Mataram berita terkait event MotoGP tidak bisa diakses kembali, itu menunjukkan bahwa pernah ada pemberitaan yang dipublikasikan oleh LPP RRI Mataram ketika menginformasikan event MotoGP. Dalam mempublikasikan pemberitaan melalui website LPP RRI Mataram, reporter memiliki kebebasan dalam membuat judul pemberitaan. Kebebasan ini tentu didasari oleh kaidah penulisan jurnalistik dan kode etik. Namun LPP RRI pusat berhak untuk mencabut berita yang diunggah di media *online*.

Informan menyebutkan bahwa pembuatan judul dibuat seunik mungkin untuk menarik publik membaca isi berita. Berkaitan dengan asumsi *agenda setting*, masyarakat dapat mencari

informasi terkait peristiwa tertentu melalui media (Eriyanto, 2018). Judul unik dapat memicu publik mencari informasi dari berbagai media, termasuk media sosial.

Selain itu, pemberitaan yang dilakukan LPP RRI Mataram tidak terbatas pada aktivitas MotoGP, juga sarana prasarana penunjang kebutuhan publik di area event tersebut. Misalnya, fasilitas toilet, tempat sampah, dan lainnya. Keputusan dalam pemilihan topik, selain didiskusikan pada rapat redaksi, reporter berhak membuat berita berdasarkan kejadian unik di lapangan. Reporter dapat melakukan wawancara pada narasumber, mengolah data menjadi narasi, dan menyerahkan pada redaktur. Setelah pengecekan dan penyempurnaan dilakukan, narasi diserahkan pada penyiar untuk disiarkan.

Berdasarkan teori *agenda setting* bahwa LPP RRI Mataram dalam menyusun pemberitaan yang akan dimuat untuk disiarkan secara *on air* maupun dipublikasikan melalui media *online* dilakukan pada saat rapat redaksi. Media telah menentukan topik MotoGP sebagai kebutuhan informasi yang ada di masyarakat. Kebutuhan informasi ini juga atas instruksi dari pusat. Mengingat event MotoGP ini merupakan event besar skala internasional yang perdana diselenggarakan di Indonesia, khususnya pulau Lombok.

Berdasarkan hasil wawancara di atas juga, jika dikaitkan dengan asumsi teori agenda setting informasi yang didapat dari informan bahwa masyarakat yang datang ke Pulau Lombok ataupun masyarakat lokal Lombok juga mengkonsumsi berita yang dipublikasikan oleh LPP RRI Mataram baik secara *on air* maupun yang dipublikasikan di media *online*. Sehingga ini ada keterkaitan antara LPP RRI Mataram sebagai sumber penyebar informasi terkait promosi event MotoGP, topik pemberitaan yang berkaitan promosi event MotoGP, dan masyarakat sebagai konsumen berita terkait event MotoGP. Informasi yang disebarkan melalui LPP RRI Mataram tentunya sudah melalui proses penyaringan di redaktur, sehingga berita yang disiarkan pun telah sesuai untuk dipublikasikan. Oleh sebab itu, peranan redaktur sebagai *gatekeeper* di dalam LPP RRI Mataram menjadi penting untuk memeriksa narasi yang telah dibuat oleh reporter.

Peneliti menganalisa, hal ini ada kelebihan dan kekurangannya. Kelebihan berdasarkan analisis teori *agenda setting*, pemberitaan yang telah ditetapkan oleh redaksi untuk disiarkan merupakan kebutuhan publik mengenai event MotoGP. Tentunya isi dari setiap pemberitaan sudah dipilih berdasarkan kejadian yang ada di lapangan. Ini juga menjadi informasi bagi publik ketika bukan hanya seputaran MotoGP saja, melainkan juga sektor lain yang mengalami dampak event MotoGP. Kekurangan dari fenomena yang peneliti temukan adalah karena sudah teragendakan, permasalahannya justru berasal dari sumber daya manusia. Keterbatasan pengetahuan mengenai istilah asing terkait dunia otomotif MotoGP, bahasa merupakan hambatan bagi reporter ketika melakukan liputan di lapangan.

Melalui promosi event MotoGP, LPP RRI Mataram juga menyebarkan informasi kepada masyarakat luar terkait pariwisata Pulau Lombok yang dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan siaran yang dilakukan di studio RRI dan media *online*. Hal ini dilakukan untuk menjangkau masyarakat yang terpisahkan jarak dan waktu.

Dalam menjangkau target sasaran (pendengar RRI) LPP RRI Mataram menggunakan berbagai macam platform untuk bisa diterima kepada publik. Seperti yang peneliti dapatkan informasi melalui media *online* yang digunakan oleh LPP RRI Mataram dalam mempromosikan pariwisata melalui event MotoGP sudah tidak asing lagi di era digital saat ini radio pun perlu menyebarkan informasi kepada publik dengan berbagai platform. Hal ini justru menjadi jalan terbaik bagi LPP RRI Mataram dalam menyebarkan informasi, seperti penggunaan facebook, instagram, youtube, dan website. Melalui media *online* tersebut informasi terkait seputar MotoGP dapat tersampaikan kepada publik. Kelebihan LPP RRI Mataram dalam menggunakan media *online* adalah informasi dapat tersampaikan ke seluruh pelosok yang menggunakan jaringan internet. Namun adakalanya hambatan yang dialami oleh LPP RRI Mataram setelah peneliti analisa ke masing-masing platform tersebut belum optimal dalam pemanfaatan media *online*.

LPP RRI Mataram telah memainkan peran dalam mempromosikan event MotoGP dan pariwisata Lombok. Hal ini ditunjukkan dari pemilihan topik yang berkaitan dengan fasilitas penunjang event MotoGP, seperti akomodasi, transportasi, hingga berbagai macam objek wisata dan kuliner khas. Osaka dalam Al-Khasawneh, dkk. (2018) menyebutkan bahwa media pariwisata muncul sebagai kebutuhan yang dapat melayani publik dalam memilih tujuan wisata, mencari informasi transportasi, situs arkeologi dan wisata, keamanan, dan sebagainya. Maka dari itu, LPP RRI Mataram telah berkontribusi untuk menguatkan sektor pembangunan pariwisata saat event MotoGP.

Selain itu, Kumar dalam Mučalo & Šulentić (2021) menyebutkan bahwa media seperti radio dapat memanfaatkan program *streaming* dan saluran internet dalam menyediakan konten multimedia yang berkaitan dengan destinasi wisata seperti foto dan *file digital*. Hal ini telah dilakukan oleh LPP RRI Mataram yang sudah memanfaatkan berbagai macam platform digital dan media sosial untuk menyebarkan pemberitaan terkait event MotoGP dan promosi wisata di Pulau Lombok. Radio sebagai media massa juga memiliki kekuatan dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap daerah wisata. Charles & Latufu (2020) menyebutkan bahwa publisitas tempat wisata dapat menjangkau publik secara langsung, khususnya pada pengguna radio lokal daerah tersebut. Meski LPP RRI Mataram telah melakukan inovasi untuk menjangkau publik lebih luas, namun promosi wisata yang dilakukan dapat menarik wisatawan lokal yang datang ke Lombok untuk event MotoGP.

SIMPULAN

LPP RRI Mataram dalam penetapan berita yang dimuat baik secara *on air* maupun media *online* telah ditetapkan dalam rapat redaksi. Ketika topik telah ditetapkan, maka ditentukan reporter yang meliput event MotoGP. Kemudian melakukan pengumpulan informasi yang ada di lapangan terkait promosi pariwisata melalui event MotoGP. Berbagai bentuk pemberitaan yang telah dipublikasikan oleh LPP RRI Mataram terkait promosi pariwisata. Hal ini bertujuan untuk

publik yang membaca maupun mendengarkan mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan publik. Informasi yang diperoleh reporter di lapangan, kemudian dibuat narasi yang kemudian diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa. Namun ketika narasi tersebut belum sempurna, maka akan dikembalikan kepada reporter untuk dilakukan perbaikan. Setelah mendapatkan persetujuan dari redaksi, narasi tersebut diserahkan ke bagian penyiaran untuk dipublikasikan secara on-air. LPP RRI Mataram sebagai media penyiaran juga mengalami kendala dalam melakukan pengumpulan informasi, di mana kendala tersebut adalah penguasaan bahasa yang belum optimal dan pengetahuan mengenai istilah otomotif dalam *event* MotoGP.

Ucapan Terimakasih:

Terima kasih kepada LPPM Universitas Mataram dan LPP RRI Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khasawneh, N., Al-Hrout, S., & Ibrahim, H. M. (2018). The role of tourism media in the promotion of domestic tourism in Jordan (Governorate of Irbid as a model). *Journal of Tourism, Hospitality, and Sports*, 37, 36-47. ISSN 2312-5179.
- Charles, M. P. & Lufutu, P. (2020). Community radios for sustainable domestic tourism in Africa: A reflection on the significance of community radios in promoting domestic tourism in Tanzania. *European Journal of Hospitality and Tourism Research*, 8(1), 33-43. ISSN 2054-6432.
- Darma, E. S. (2017). 7 alasan menggunakan radio sebagai media promosi. <https://www.mercurygroup.co.id/post/2017/06/08/7-alasan-menggunakan-radio>, diakses pada 1 Februari 2022. Pukul 19:38 WITA.
- Eriyanto. (2018). *Media dan opini publik*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Griffin, E. (2010). *A first look at communication theory* 8th Edition. Boston: McGraw-Hill.
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LKiS.
- Mučalo, M. & Šulentić, A. (2021). Radio in the promotion of Croatia tourism: The age of covid-19 and afterwards. *Medij. Istraž*, 27(2), 103-126. DOI: 10.22572/mi.27.2.5
- Suryadana, M. L. & Octavia, V. (2015). *Pengantar pemasaran pariwisata*. Bandung: Alfabeta