

**DIPLOMASI DINAS PARIWISATA PROVINSI BALI DALAM
MEMPROMOSIKAN PARIWISATA BALI PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) dalam Bidang
Hubungan Internasional**



Disusun oleh:

AHMAD FAISAL FIRDAUS

NIM. I72217031

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
JANUARI 2022**

PERNYATAAN

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Faisal Firdaus
NIM : I72217031
Program Studi : Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Diplomasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali
Dalam Mempromosikan Pariwisata Bali Pada
Masa Pandemi COVID-19

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 17 Mei 2022



Ahmad Faisal Firdaus
NIM. I72217031

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Ahmad Faisal Firdaus

NIM : 172217031

Program Studi : Hubungan Internasional

Yang berjudul: **“Diplomasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Mempromosikan Pariwisata Bali Pada Masa Pandemi COVID-19”**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 17 Mei 2022

Pembimbing



Rizki Rahmadini Anrika, S.Hub.Int., M.A.

NIP. 199003252018012001

PENGESAHAN

Skripsi oleh Ahmad Faisal Firdaus dengan Judul “**Diplomasi Dinas Pariwisata Provinsi Ball Dalam Mempromosikan Pariwisata Ball Pada Masa Pandemi COVID-19**”, telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 17 Mei 2022

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Rizki Rahmadini Nurcahyo, S.Hub. Int, M.A
NIP. 199003252018012001

Penguji II



Zaky Ismail, M.Si
NIP. 198212302011011007

Penguji III



Ridha Amaliah, S.IP, MBA
NUP. 201409001

Penguji IV



Nur Luthfi Hidayatullah, S.IP., M.Hub.Int
NIP. 199104092020121012

Surabaya, 17 Mei 2022

Mengesahkan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan



Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad.Dip.SEA., M.Phil., Ph.D
NIP. 197402091998031002



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Faisal Firdaus
NIM : I72217031
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Hubungan Internasional
E-mail address : icaljiha1102@gmaik.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Diplomasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Mempromosikan Pariwisata Bali Pada Masa Pandemi Covid-19

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Agustus 2022

Penulis

(Ahmad Faisal Firdaus)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRACT

Ahmad Faisal Firdaus, 2022, *The Efforts of the Bali Provincial Tourism Office to Attract International Tourist Visits During the Covid-19 Pandemi*. Undergraduate Thesis Department of International Relations Faculty of Sosial and Political Sciences State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya.

Keywords: *Cultural Diplomacy, Strategy, International Tourist*

The number of foreign tourists visiting Bali has increased every year. However, in 2020, the number of foreign tourists visiting Bali experienced a very significant decline. This is due to the COVID-19 pandemi. With the decline in the number of foreign tourists in Bali, it has greatly affected the tourism sektor. There are no tourist visits to Bali due to the COVID-19 pandemi. From the numbers where the virus has increased in Bali, stakeholders and consumers have a fear of traveling for fear of contracting COVID-19. This study aims to describe the diplomatic efforts of the Bali Provincial Tourism Office in promoting Bali tourism during the COVID-19 pandemi. This study was structured using a qualitative descriptive method. Data was collected using interview and documentation techniques. This research uses the basic concept of cultural diplomacy and foreign tourists in it. The results of this research explain that the efforts made by the Bali Provincial Tourism Office are to implement cultural diplomacy through the National Branding Wonderful Indonesia and the Virtual Mahabharata Ballet.

ABSTRAK

Ahmad Faisal Firdaus, 2022, *Upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali Untuk Menarik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Masa Pandemi Covid-19*. Skripsi Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.

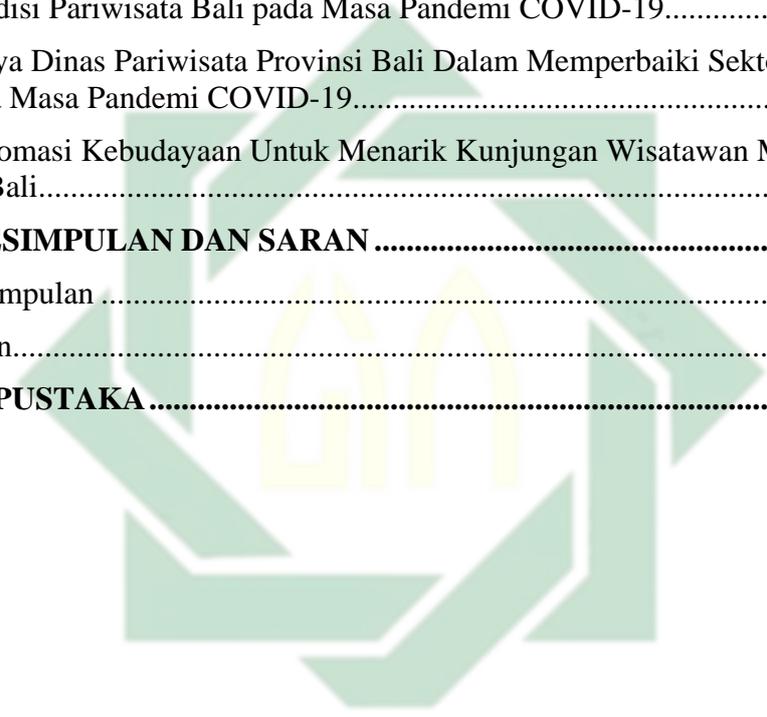
Kata Kunci: *Diplomasi Kebudayaan, Strategi, Wisatawan Mancanegara*

Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali mengalami peningkatan setiap tahunnya. Akan tetapi di tahun 2020, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali mengalami penurunan yang sangat signifikan. Hal disebabkan karena adanya pandemi COVID-19. Dengan penurunan jumlah wisatawan mancanegara di Bali sangat berdampak sekali pada sektor pariwisata. Tidak adanya kunjungan wisatawan yang mau berkunjung ke Bali dikarenakan adanya pandemi COVID-19. Semenjak angka yang terpapar virus meningkat di Bali, Pemangku kepentingan pariwisata dan konsumen pariwisata menjadi memiliki rasa takut untuk bepergian wisata karena takut tertular COVID-19. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan upaya Diplomasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam mempromosikan pariwisata Bali pada masa pandemi COVID-19. Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan landasan konseptual diplomasi kebudayaan dan wisatawan mancanegara di dalamnya. Hasil dari penelitian ini memaparkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali adalah dengan menerapkan diplomasi kebudayaan melalui *National Branding Wonderful Indonesia* dan *Virtual Mahabharata Ballet*.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Argumentasi Utama.....	20
G. Sistematika Pembahasan	21
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	24
A. Diplomasi Kebudayaan.....	24
B. <i>Soft Power</i>	36
C. Wisatawan Mancanegara	39
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Tipe Penelitian	47
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
C. Subjek Penelitian dan Tingkat Analisa Data.....	48
D. Tahap-tahap Penelitian.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Teknik Analisa Data.....	54
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	54

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISA DATA56
A. Potensi Pariwisata Provinsi Bali56
B. Penyebaran Pandemi COVID-1965
C. Penurunan Jumlah Wisatawan Mancanegara di Bali Pada Masa Pandemi COVID-19.....	..72
D. Kondisi Pariwisata Bali pada Masa Pandemi COVID-19.....	..76
E. Upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Memperbaiki Sektor Pariwisata Pada Masa Pandemi COVID-19.....	..83
F. Diplomasi Kebudayaan Untuk Menarik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Bali.....	..87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN117
A. Kesimpulan117
B. Saran.....	..118
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN	



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pura Tanah Lot	60
Gambar 2. Pura Besakih	61
Gambar 3. Pura Uluwatu	62
Gambar 4. Upacara Pembakaran Mayat	63
Gambar 5. Upacara Piodalan di Pura-Pura.....	63
Gambar 6. Upacara Potong Gigi (Metatah).....	64
Gambar 7. Logo Wonderful Indonesia Dan Thoughtful Indonesia.....	92
Gambar 8. Akun Resmi Sosial Media Wonderful Indonesia	99
Gambar 9. Pelaku Usaha Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Bali Berkomitmen Promosi Pariwisata Bersama.....	100
Gambar 10. Virtual Budaya Mahabharata Ballet (Lembuyang Kuruksetra).....	104
Gambar 11. Penggalan Cerita Sendratari Mahabharata Lembuyang Kuruksetra.....	106
Gambar 12. Chanel Youtube ISI Denpasar.....	113

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Wisatawan Mancanegara yang masuk melalui pintu masuk Bandara	2
Tabel 2. Perbandingan Kedatangan Wisman ke Bali menurut pintu masuk bulan Maret 2019 Februari 2020, Maret 2020.....	6
Tabel 3. Perbandingan Kedatangan Wisman menurut 10 Negara Utama asal Wisman Januari- Maret 2019 dan Januari-Maret 2020	6
Tabel 4. Karakteristik Perjalanan Wisatawan	41
Table 5. Kedatangan Wisman Langsung Ke Bali Menurut Pintu Masuk Juli 2018, Juni 2019 Dan Juli 2019.....	45
Table 6. Kedatangan Wisman Langsung Ke Bali Menurut Pintu Masuk Dan Kebangsaan Juli 2018, Juni 2019, Juli 2019.....	45
Tabel 6. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali Tahun 2014-2019	58
Tabel 7. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2018-2020.....	73
Tabel 8. Data Penerbangan Jumlah Pesawat di Bandara Ngurah Rai	75

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang mempunyai kekayaan yang sangat melimpah dengan kekayaan yang dimiliki seperti suku, agama, ras, kepercayaan, dan beragama budaya yang bisa dimanfaatkan sebagai peningkatan perekonomian negara dalam sektor pariwisata. Dengan adanya kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia dalam hal tradisi, kesenian, dan kebudayaan, maka hal tersebut dapat menjadi sebuah daya tarik yang sangat besar bagi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke wisata yang ada di Indonesia. Beragam kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia di antaranya yaitu alat musik kolintang, festival tari dari berbagai sudut daerah, pameran pustaka yang besejarah, pertunjukan seni rupa dan teater, serta bazar makanan tradisional. Kebudayaan-kebudayaan yang dimiliki Indonesia itulah yang dapat menarik minat sebagian besar dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Salah satu daerah di Indonesia yang mempunyai banyak pariwisata yang sangat terkenal di dunia internasional dan sebagai destinasi di dunia ialah wisata Pulau Bali. Sejak masa penjajahan, Bali sudah dikenal sebagai objek destinasi wisata di kalangan internasional. Di Bali sangat banyak destinasi yang ditemui sebagai daya tarik wisata, mulai dari wisata alam, budaya, keagamaan dan lain-lain. Destinasi yang dimiliki Bali memang sangat berlimpah, hal tersebut membuat para wisatawan mancanegara berkunjung ke wisata Bali. Bandara Ngurah Rai terpilih

sebagai bandara terbanyak wisatawan mancanegara yang datang dibandingkan dengan bandara lainnya yang ada di Indonesia, sejak tahun 1997 sampai 2017¹.

Tabel 1.1. Wisatawan Mancanegara yang masuk melalui pintu masuk

Bandara



Tahun	Bandara					Jumlah
	Soekarno Hatta	Ngurah Rai	Polonia/ Kualanamu	Ratam	Bandara Lainnya	
1997	1.457.340	1.293.657	174.724	1.119.238	1.140.284	5.185.243
1998	883.016	1.246.289	70.441	1.173.392	1.233.278	4.606.416
1999	819.318	1.399.571	76.097	1.248.791	1.183.743	4.727.520
2000	1.029.888	1.468.207	84.301	1.134.051	1.347.770	5.064.217
2001	1.049.471	1.422.714	94.211	1.145.578	1.441.646	5.153.620
2002	1.095.507	1.351.176	97.870	1.101.048	1.387.799	5.033.400
2003	921.737	1.054.143	74.776	1.285.394	1.130.971	4.467.021
2004	1.005.072	1.525.984	97.087	1.527.132	1.165.880	5.321.165
2005	1.105.202	1.454.804	109.034	1.024.758	1.308.303	5.002.101
2006	1.147.250	1.328.929	110.405	1.012.711	1.272.056	4.871.351
2007	1.153.006	1.741.935	116.614	1.077.306	1.416.898	5.505.759
2008	1.464.717	2.081.785	130.211	1.061.390	1.496.393	6.234.497
2009	1.390.440	2.384.819	148.193	951.364	1.448.894	6.323.730
2010	1.823.636	2.546.023	162.410	1.007.446	1.463.429	7.002.944
2011	1.933.022	2.788.706	192.650	1.161.581	1.573.772	7.649.731
2012	2.053.850	2.902.125	205.845	1.219.608	1.663.034	8.044.462
2013	2.240.502	3.241.889	225.550	1.336.430	1.757.758	8.802.129
2014	2.246.437	3.731.735	234.724	1.494.110	1.768.405	9.435.411
2015	2.368.628	3.936.066	201.447	1.585.719	2.138.915	10.230.775
2016	2.603.195	4.885.062	211.942	1.510.203	2.308.873	11.519.275
2017	2.749.321	5.682.248	246.551	1.564.717	3.796.962	14.039.799

Sumber: Badan Pusat Statistik 2018

Tabel di atas menjelaskan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara yang masuk melalui pintu bandara udara yang berada di wilayah Indonesia. Seperti yang

¹ Badan Pusat Statistik, “Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menuru Pintu Masuk Tahun 1997-2017” di akses melalui <https://www.bps.go.id/statictable/2009/04/14/1387/jumlah-kedatangan-wisatawan> pada tanggal 01 November 2018

di jelaskan tabel tersebut, jumlah kedatangan wisman terbanyak ialah bandara Ngurah Rai Bali².

Keanekaragaman budaya dan kekayaan alam yang dimiliki oleh Bali yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali ini merupakan salah satu kekuatan perekonomian Indonesia khususnya di bidang pariwisata³. Dengan adanya kebijakan yang sudah diputuskan oleh pemerintahan Provinsi Bali bahwa Bali lebih mengedepankan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal sehingga sampai saat ini kebijakan tersebut menjadi kekuatan dalam memajukan pariwisata Bali ke kancah internasional. Di era globalisasi sekarang ini, pariwisata menjadi salah satu industri yang sedang berkembang saat ini khususnya pariwisata yang ada di Provinsi Bali. Bersumber pada berkembangnya pariwisata, di tahun-tahun yang akan datang peran pariwisata diprediksi akan semakin meningkat. Oleh sebab itu, banyak yang harus dilakukan oleh Dinas Pariwisata Bali untuk mengembangkan potensi-potensi pariwisatanya, agar bisa lebih dikenal dikancah internasional⁴.

Namun saat ini perkembangan pariwisata di Bali mengalami kemunduran. Hal ini dikarenakan adanya Pandemi COVID-19 yang menghantam seluruh pariwisata Indonesia, tidak terkecuali pariwisata di Bali⁵. Virus COVID-19 merupakan sebagai virus yang menyebabkan penyakit terhadap makhluk hidup.

² Global Tourism Economy Research dan World Tourism Organization, 2016 “Asia Tourism Trends 2016 Edition” (Madrid: UNWTO and GTERC, 2016), di akses melalui : <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/978928441831>

³ I Komang Gede Bendesa et all (2018) “*Ekonomi Bali Dalam Prespetif Pariwisata dan Budaya*”. Jurnal ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Udayana

⁴ Ibid

⁵ Paramita, I. B. G., & Putra, I. G. G. P. A. (2020). “New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi Covid 19” . *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 5 (2), 57-65.

Biasa menyebabkan saluran pernapasan mengalami infeksi berawal dari flu biasa hingga mengalami penyakit serius seperti MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*) dan SARS (*Sindrom Pernafasan Akut Berat/ Severe Acute Respiratory Syndrome*), Pandemi COVID-19 ini ditemukan pertama kali sejak tanggal 31 Desember 2019 di Wuhan, kemudian virus ini disebut dengan *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019* COVID-19⁶. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), yang merupakan anggota dari Perserikatan Bangsa-Bangsa, mengumumkan pada Maret 2020 untuk memberi nama virus COVID-19 dan memberikan tindakan pencegahan kepada negara-negara anggota⁷.

Sebagai respon atas penyebaran COVID-19, pemerintah memberi himbauan untuk selalu mengonsumsi makanan bergizi, selalu menggunakan masker serta melakukan *Physical distancing*⁸ sesuai dengan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh WHO. Namun berbeda dengan negara-negara lain, ada yang secara keras menetapkan *lockdown total*.⁹ Negara yang benar-benar melarang keras untuk melakukan aktivitas diluar rumah dan melarang lalu lintas masuk dan keluar dari negara tersebut. Kebijakan ini merupakan pembatasan masyarakat dalam beraktivitas untuk mengendalikan infeksi non farmasi atau memperlambat tingkat

⁶ Erkina Burhan, F. I. (2020). "*Pneumonia COVID 19 (Diagnosa dan Pentalaksanaan di Indonesia)*" Jakarta: Perhimpunan Dokter Paru Indonesia Jakarta, 2020.

⁷ World Health Organization, 2020.

⁸ Physical distancing merupakan upaya pemerintah dalam mencegah penyebaran virus COVID-19 pada masyarakat. Secara sederhana physical distancing merupakan menjaga jarak lebih dari 1 meter antara masyarakat dengan masyarakat dengan kata lain tidak berkerumun atau berdekatan satu sama lain.

⁹ *lockdown* mengharuskan sebuah wilayah menutup akses masuk maupun keluar sepenuhnya. Masyarakat yang diberlakukan kebijakan lock down tidak dapat keluar rumah, berkumpul, sementara transportasi, tempat peribadatan, sekolah, tempat belanja di non aktifkan.

penyebaran virus yang dapat menular. Tujuan dari *physical distancing* untuk memutus rantai penyebaran virus dari satu orang ke yang lainnya. Selain menjadi permasalahan kesehatan, penerapan kebijakan tersebut dalam menghadapi krisis ini juga berimbas kebidang-bidang lainnya. Dalam bidang perekonomian di mana aktivitas ekonomi dilakukan oleh masyarakat secara terbatas, khususnya di bidang pariwisata yang mengalami dampak dengan adanya pandemi COVID-19.

Menurut ketua Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, penurunan terhadap pariwisata di Bali yang dikarenakan adanya pandemi COVID-19, diyakini sangat berpengaruh pada perekonomian daerah. Ketua BPS juga menyebutkan, ekonomi Bali dalam tiga bulan pertama 2020 mengalami negatif, yakni mencapai -1,14 %, dibandingkan dengan triwulan pertama di tahun 2019. Dengan minusnya kunjungan wisatawan mancanegara ini diluar dugaan pemerintah dan sangat mempengaruhi pergerakan masyarakat Internasional yang ingin berkunjung ke wisata Bali. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali juga melaporkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang langsung berkunjung ke wisata Pulau Dewata Bali pada Maret sebanyak 156.876 kunjungan¹⁰. Adapun jumlah kunjungan wisatawan mancanegara selama Maret 2020 itu turun sebanyak 56,86% dibandingkan dengan kedatangan wisatawan mancanegara di bulan Februari sebanyak 363.937 kunjungan¹¹.

¹⁰ BPS Provinsi Bali,2020 “Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Maret 2020”, Berita Resmi Statistik Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali No. 30/05/51/Th. XIV, 4 Mei 2020.

¹¹ BPS Provinsi Bali,2020 “Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Maret 2020”, Berita Resmi Statistik Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali No. 30/05/51/Th. XIV, 4 Mei 2020.

Tabel 1.2. Perbandingan Kedatangan Wisman ke Bali menurut pintu masuk bulan Maret 2019, Februari 2020, Maret 2020

No	Pintu Masuk	Maret 2019	Februari 2020	Maret 2020	Perubahan (%)		Peran Thd Total
					Maret 2020 thd Februari 2020	Maret 2020 thd Maret 2019	
1	Bandara	441.707	358.254	155.851	-56,50	-64,72	99,35
2	Pelabuhan	7.862	5.683	1.025	-81,96	-86,96	0,65

Sumber : BPS Provinsi Bali 2020

Tabel 1.3. Perbandingan Kedatangan Wisman menurut 10 Negara Utama Asal Wisman Januari-Maret 2019 dan Januari-Maret 2020

No	Kebangsaan	Wisman Maret 2020				Wisman Februari 2020	Wisman Maret 2019	Perubahan Wisman Maret 2020 Thd Februari 2020 (%)	Perubahan Wisman Maret 2020 Thd Maret 2019 (%)
		Pintu Masuk		Total	Persentase (%)				
		Bandara	Pelabuhan Laut						
1	Australia	37.234	156	37.390	23,83	81.874	83.002	-54,33	-54,95
2	Rusia	11.090	0	11.090	7,07	19.959	13.905	-44,44	-20,24
3	Inggris	10.064	556	10.620	6,77	17.309	21.372	-38,64	-50,31
4	Jepang	8.442	0	8.442	5,38	22.618	21.337	-62,68	-60,43
5	Amerika Serikat	8.125	92	8.217	5,24	18.294	22.608	-55,08	-63,65
6	India	7.538	0	7.538	4,81	29.994	26.340	-74,87	-71,38
7	Jerman	7.303	38	7.341	4,68	12.024	13.657	-38,95	-46,25
8	Perancis	5.635	7	5.642	3,60	13.518	10.685	-58,26	-47,20
9	Malaysia	5.618	2	5.620	3,58	10.650	15.806	-47,23	-64,44
10	Singapura	4.226	0	4.226	2,69	6.931	14.613	-39,03	-71,08
11	Lainnya	50.576	174	50.750	32,35	130.766	206.244	-61,19	-75,39
Jumlah		155.851	1.025	156.876	100,00	363.937	449.569	-56,89	-65,11

Sumber: BPS Provinsi Bali 2020

Wisman yang tercatat dalam Badan Pusat Statistik (BPS) Pada Maret 2020, wisman yang datang langsung ke Bali terbanyak berasal dari Australia 23,83%, Rusia 7,07%, Inggris 6,77%, Jepang 5,38%, Amerika Serikat 5,24%, India 4,81%,

Jerman 4,68%, Prancis 3,60%, Malaysia 3,58%, Singapura 2,69%. Seluruh wisman yang tercatat BPS mengalami penurunan secara drastis dibandingkan Februari 2020¹².

Turunnya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Bali memberikan pukulan telak bagi industri pariwisata. Tidak adanya wisatawan yang ingin berkunjung ke Bali akibat pandemi COVID-19, membuatnya sepi bahkan miris. Dikarenakan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah mengeluarkan imbauan yang kuat untuk tidak keluar rumah, tidak bepergian, tidak mengadakan pertemuan kelompok dan menjaga jarak saat bersama orang lain agar tidak tertular virus¹³.

Sejak jumlah pasien positif meningkat di Bali, pemangku kepentingan pariwisata dan konsumen pariwisata menjadi memiliki rasa takut ketika melakukan kegiatan pariwisata. Konsumen pariwisata saat ini dalam memilih aktivitas perjalanannya seringkali pilih-pilih tentang destinasi wisata yang akan dikunjungi atau tempat menginap yang akan ditinggalinya. Meskipun tempat wisata dan usaha akomodasi telah mengikuti protokol kesehatan yang direkomendasikan pemerintah. Seperti menyediakan tempat cuci tangan, pengunjung atau tamu wajib menggunakan masker, menyediakan *hand sanitizer* dan dicek suhu tubuhnya sebelum masuk ke tempat tersebut¹⁴.

¹² Berita Resmi Statistik Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali No. 37/06/51/Th. XIV, 2 Juni 2020. Di akses [Badan Pusat Statistik Provinsi Bali \(bps.go.id\)](http://bps.go.id)

¹³ World Health Organization, 2020.

¹⁴ Peraturan Gubernur Bali Nomor 10 Tahun 2021 *Penerapan Disiplin Dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan Sebagai Upaya Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 Dalam Tatanan Kehidupan Era Baru.*

Penurunan di sektor pariwisata memberikan dampak terhadap lapangan usaha yang berkaitan dengan pariwisata, seperti transportasi dan perdagangan, industri pengolahan dan jasa, serta pengadaan listrik yang juga mengalami penurunan dengan adanya pandemi COVID-19 ini. Bahkan perekonomian Bali di Triwulan pertama di tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis dibandingkan dengan empat tahun sebelumnya.¹⁵ Situasi ini juga sangat mempengaruhi dalam aktivitas pariwisata, hal ini menyebabkan lapangan usaha lainnya yang berkaitan dengan pariwisata mengalami dampak tersebut. Kemudian pemerintah melalui berbagai kebijakannya berupaya untuk menyelamatkan keterpurukan perekonomian, khususnya di bidang pariwisata. Hal ini mengingat bahwa COVID-19 telah mempengaruhi perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara dan pendapatan industri pariwisata Provinsi Bali.

Salah satu upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali tersebut untuk memastikan citra wisata yang baik dan aman tetap berada di pemikiran wisatawan mancanegara adalah melalui upaya diplomasi kebudayaan yang efektif untuk mendapatkan citra baik. Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang di dukung penuh oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga membuat kebijakan tentang *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability (CHSE)*¹⁶. Dukungan ini untuk membuka pariwisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara agar yang berkunjung ke wisata Bali merasa aman dari resiko penyebaran COVID-19 dan

¹⁵ Badan Pusat Statisti Provinsi Bali 2020

¹⁶ I Ngengah S (2021). *Pariwisata Budaya dan Pandemi Covid-19: Memahami Kebijakan Pemerintah dan Reaksi Masyarakat Bali*. Journal of Bali Studies. p-ISSN 2088-4443 # e-ISSN 2580-0698 Volume 11, Nomor 01, April 2021

juga merasa nyaman saat melakukan kegiatan pariwisata di masa pandemi. Kebijakan ini mengacu pada keputusan Menteri Kesehatan No. HK. 01.07/Menkes 382/2020 tentang Protokol Kesehatan Masyarakat di tempat-tempat umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian COVID-19 dan fokus terhadap kebersihan, kesehatan kelestarian lingkungan dan keamanan di tempat destinasi pariwisata di Indonesia¹⁷. Program CHSE ini merujuk kepada kebijakan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) tentang dengan manajemen pelayanan akomodasi pariwisata selama pandemi COVID-19¹⁸.

Bali sangat perlu memperbaiki citranya dimata Internasional. untuk mencapai suatu kepentingan nasional suatu negara dalam memahami, memberi informasi, dan mempengaruhi negara lain melalui kebudayaan. Dengan dilakukannya diplomasi kebudayaan dapat meningkatkan pemahaman untuk mendapatkan citra baik, membangun rasa saling memahami dan mengerti dan memperbaiki citra buruk dari suatu bangsa¹⁹.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

¹⁷ I Ngengah S (2021). *Pariwisata Budaya dan Pandemi Covid-19: Memahami Kebijakan Pemerintah dan Reaksi Masyarakat Bali*. Journal of Bali Studies. p-ISSN 2088-4443 # e-ISSN 2580-0698 Volume 11, Nomor 01, April 2021

¹⁸ World Health Organization (2020). Listings of WHO's response to COVID-19. Tersedia secara online di <https://www.who.int/news/item/29-06-2020-covidtimeline>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2020

¹⁹ Ronit Appel, Assaf Irony, Steven Schmerz, Ayela Ziv, "Cultural Diplomacy: An Important but Neglected Tool Promoting Israel's Publik Image" melalui http://portal.idc.ac.il/sitecollectiondocuments/cultural_diplomacy.pdf , dilihat pada 02 Agustus 2016

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengambil sebuah rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana Strategi Diplomasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Mempromosikan Pariwisata Bali Pada Masa Pandemi COVID-19?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis yang ingin dicapai dengan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui upaya diplomasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk Mempromosikan Pariwisata Bali Pada Masa Pandemi COVID-19.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, diharapkan untuk penelitian ini dapat memberi manfaat kepada.

1. Manfaat Akademisi

Manfaat akademisi dari penelitian ini, penulis dapat ikut dalam mengembangkan ilmu Hubungan Internasional, khususnya yang berkaitan dengan Diplomasi Kebudayaan untuk mempromosikan Pariwisata Bali pada Masa Pandemi COVID-19. Peneliti juga berharap dengan adanya penelitian tersebut bisa dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis ini berupa saran terhadap beberapa pihak yang berkaitan dengan penelitian ini di antaranya pemerintah, masyarakat dan penulis.

a. Pemerintah

Manfaat bagi pemerintah khususnya pemerintahan Provinsi Bali yaitu untuk menjaga hubungan dengan Negara-negara lain dalam bidang pariwisata, hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk bahan pertimbangan bagi pemerintah Provinsi Bali ketika melakukan kebijakan agar dapat menarik wisatawan mancanegara di masa pandemi COVID 19.

b. Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat terhadap masyarakat untuk menambah wawasan agar kebudayaan yang ada di Provinsi Bali agar mendapat perhatian lebih sehingga menjadi sebuah identitas daerah dan dapat menarik wisatawan mancanegara.

c. Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan penulis tentang peran Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk Mempromosikan Pariwisata Bali Pada Masa Pandemi COVID-19.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk meninjau dan membandingkan dengan penelitian terdahulu dan menjadikan salah satu rujukan dalam penulisan penelitian ini, sehingga peneliti mempunyai banyak teori yang akan digunakan untuk meninjau dan menentukan sisi kebaruan dalam penelitian. Berikut beberapa tulisan yang menurut peneliti relevan dengan apa yang ini diteliti saat ini.

1. Adhiningsih Prabhawati, 2018 “*Upaya Indonesia dalam meningkatkan kualitas Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan*”. Jurnal tersebut menjelaskan tentang kekayaan dalam keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia. Dalam hal ini pembangunan nasional dilakukan melalui industri pariwisata terutama wisata kebudayaan. Potensi pariwisata ini sangat membantu bagi Indonesia karena bisa meningkatkan kapabilitas perekonomian negara Indonesia kemudian dengan adanya pariwisata lapangan pekerjaan semakin banyak. Untuk mewujudkan hal tersebut, kerjasama pemerintah dengan pemangku industri pariwisata dan masyarakat setempat sangat penting dilakukan hal tersebut guna untuk memajukan pariwisata khususnya pariwisata budaya. Oleh karenanya pemerintahan Indonesia harus terus berusaha untuk melakukan hubungan diplomasi kebudayaan dengan berbagai Negara dunia demi terwujudnya suatu kepentingan nasional serta kemajuan dalam bidang pariwisata. Karena dengan adanya diplomasi kebudayaan ini merupakan sebagai alat untuk mengenalkan identitas daerah dalam bidang pariwisata khususnya dibidang pariwisata kebudayaan²⁰.

Persamaan dengan penelitian yang sedang di teliti adalah sama sama menggunakan teori diplomasi kebudayaan dalam penelitian. Yang jadi pembeda dengan penelitian ini adalah jika dalam skripsi tersebut peran pemerintah pusat dalam meningkatkan budaya melalui diplomasi

²⁰ Adhiningsih Prabhawati, 2018 “*Upaya Indonesia dalam meningkatkan kualitas Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan*”.

kebudayaan, sedangkan dalam penelitian ini upaya pemerintahan daerah dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara di masa pandemi COVID-19 dengan menggunakan teori diplomasi kebudayaan.

2. Harist Dwi Wiratma, 2017 “*Diplomasi Pariwisata Sebagai National Branding di tingkat Global*. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang Diplomasi Pariwisata sebagai National Branding di Tingkat Global dimana pariwisata saat ini menjadi salah satu industri yang mempunyai potensi yang sangat besar dalam menarik jumlah wisatawan mancanegara. Karena Indonesia memiliki sumberdaya Alam yang sangat melimpah mulai dari Sabang sampai Merauke. Potensi tersebut dijadikan peluang pemerintah sebagai sumber ekonomi terbanyak bagi Indonesia dalam bidang Pariwisata. Kemudian diplomasi yang digunakan melakukan diplomasi pariwisata karena dapat dilakukan melalui pemerintah, swasta maupun pihak-pihak yang berkepentingan untuk meningkatkan pariwisata di tingkat global. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguatkan *national branding* pariwisata Indonesia dikalangan internasional dan dapat bersaing ditingkat global²¹.

Persamaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah sama-sama menarik wisatawan mancanegara, akan tetapi penelitian tersebut menggunakan *national branding* sebagai upaya menarik wisatawan mancanegara. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang diteliti adalah jika dalam penelitian tersebut peran diplomasi pariwisata

²¹ Harist Dwi Wiratma, 2017 “*Diplomasi Pariwisata Sebagai National Branding di tingkat Global*.”

sebagai tolak ukur dalam mengenalkan pariwisata Indonesia ke kancah internasional.

3. Vanessa Hildegard Harsanto, 2018 “*Diplomasi Budaya Indonesia Terhadap Jepang Dalam Sektor Pariwisata Bali*”, Skripsi Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Hubungan Internasional. Skripsi ini menjelaskan tentang Diplomasi budaya Indonesia untuk Jepang di bidang pariwisata Bali. Teori yang digunakan penulis adalah teori diplomasi publik. Tujuan teori adalah untuk membangun citra melalui opini publik. Sektor budaya sering disebut sebagai diplomasi budaya karena merupakan salah satu sarana diplomasi publik. Kegiatan diplomatik budaya atau publik di sektor pariwisata Indonesia yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata. Walaupun sebagai aktor utama dalam pelaksanaan diplomasi publik, tetapi Kementerian Pariwisata melibatkan aktor non-negara, dan aktor non negara juga melakukan aktivitas kebudayaan yang didukung oleh Kementerian Pariwisata Indonesia sehingga menjadi sebuah aktivitas diplomasi publik atau diplomasi budaya. Budaya yang paling banyak digunakan adalah seni pertunjukan, hal ini menyesuaikan dengan preferensi audiens agar *image enhancement* dapat terwujud²².

Persamaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah sama-sama menggunakan konsep diplomasi publik atau diplomasi kebudayaan dalam

²² Vanessa Hildegard Harsanto, 2018 “*Diplomasi Budaya Indonesia Terhadap Jepang Dalam Sektor Pariwisata Bali*”, Skripsi Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Hubungan Internasional.

menarik wisatawan Jepang. Adapun perbedaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah penelitian tersebut lebih tertuju ke satu Negara saja yaitu Jepang.

4. Ida Ayu Devi Arini , Ida Bagus Gede Paramita, Komang Alit Triana, 2020 “*Ekspektasi, Realisasi Dan Negosiasi Tourism Reborn Di Masa Pandemi Dalam Pariwisata Bali*” Volume 1, No. 2, Oktober 2020. Journal ini menjelaskan tentang Pandemi virus corona menjadi pukulan telak yang mengguncang sektor pariwisata khususnya di Bali. Hal ini mengakibatkan hotel dan restoran serta akomodasi wisata berhenti beroperasi. Namun seiring dengan kebijakan normal baru, banyak destinasi wisata yang siap menerima kunjungan wisatawan kembali. Pemerintah juga telah melaksanakan strategi pemulihan untuk mempercepat kebangkitan pariwisata Bali dengan kebijakan dopting yang mampu mengakomodir keinginan para pelaku pariwisata. Adapun tujuan dari penulisan artikel ilmiah ini adalah menyampaikan harapan para pelaku pariwisata mengenai percepatan kebangkitan pariwisata Bali, Mencermati sinkronisasi kebijakan pemerintah dengan pelaku pariwisata terkait percepatan pemulihan pariwisata Bali, menyampaikan harapan dan saran agar kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah mengakomodir kepentingan para pelaku pariwisata²³.

Persamaan yang diperoleh dari penulisan artikel ini dengan penelitian yang sedang diteliti adalah mengetahui ekspektasi pelaku pariwisata terkait dengan kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah dalam rangka

²³ Ida Ayu Devi Arini , Ida Bagus Gede Paramita ,Komang Alit Triana, 2020 “*Ekspektasi, Realisasi Dan Negosiasi Tourism Reborn Di Masa Pandemi Dalam Pariwisata Bali*” Volume 1, No. 2, Oktober 2020

percepatan kebangkitan pariwisata Bali. Adapun perbedaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah tidak menggunakan konsep diplomasi kebudayaan.

5. Abdul Hafiz Gustiawan, 2013, “*Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Indonesia Melalui Visit Indonesia Year (Viy) 2008*” Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemerintah Indonesia khususnya Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata dalam mengembangkan industri pariwisata di Indonesia dengan tujuan untuk menarik wisatawan mancanegara agar dapat bersaing dengan negara lain khususnya di kawasan Asia Tenggara dan untuk meningkatkan perekonomian Indonesia. Penulis mencoba mendeskripsikan dan menjelaskan strategi meningkatkan industri pariwisata melalui Visit Indonesia Year 2008. Penelitian ini menggunakan teori politik luar negeri dengan konsep kepentingan nasional yang menjadi dasar penyusunan strategi. menggunakan *state aktor*, menggunakan teori untuk menjelaskan bagaimana strategi peningkatan pariwisata di Indonesia. Kesimpulan dari penelitian ini adalah upaya pemerintah Indonesia untuk meningkatkan pariwisata melalui *national branding Visit Indonesia Year 2008* telah berhasil ditingkatkan. Turis asing datang ke Indonesia dan Indonesia untuk memajukan perekonomian²⁴.

²⁴ Abdul Hafiz Gustiawan, 2013, “*Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Indonesia Melalui Visit Indonesia Year (Viy) 2008*” Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Persamaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah sama-sama untuk meningkatkan industri dibidang pariwisata, peran pemerintah sangat berpengaruh dalam menarik atau meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara yang ingin berkunjung ke Indonesia. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang diteliti adalah penelitian tersebut menggunakan visit Indonesia year 2008 sebagai strategi bagaimana menarik wisatawan mancanegara sedangkan penelitian ini lebih fokus ke upaya dinas pariwisata provinsi Bali untuk menarik kunjungan wisatawan mancanegara dimasa pandemi COVID-19.

6. Gusti Idriasih, 2016 *“Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia Di Dunia Internasional Tahun 2011-2015*. Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Prodi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Penelitian ini menjelaskan tentang upaya diplomasi kebudayaan Indonesia melalui wonderful Indonesia. Tujuannya adalah untuk meningkatkan sektor pariwisata Indonesia ke ranah Internasional selama periode 2011-2015. Secara geografis Indonesia terletak digaris katulistiwa, terletak di antara benua Asia dan Australia, dan diantara Samudera Pasifik dan Samudera Hindia. Letak Indonesia sangatlah strategis karena berada di persimpangan lalu lintas dunia. Dalam menganalisis peneliti menggunakan perspektif neorealisme dengan tingkat analisa yang digunakan adalah negara-bangsa. Dalam perspektif ini, negara merupakan

aktor yang paling utama, namun juga mengesampingkan peran aktor non-negara²⁵.

Persamaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah sama-sama meningkatkan industri dibidang pariwisata dengan menggunakan *wonderful* Indonesia, peran pemerintah paling utama dalam meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara yang ingin berkunjung ke Indonesia. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang diteliti adalah penelitian tersebut menggunakan *wonderful* Indonesia sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata akan tetapi di penelitian ini peneliti lebih fokus ke adaptasi *wonderful* Indonesia ke *Thoughtful* Indonesia. Menggunakan slogan *Thoughtful* Indonesia sebagai kampanye untuk kesiapan Indonesia menghadapi *new normal era* dengan menerapkan kebijakan yang telah dibuat oleh Kemenparekraf tentang *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability* (CHSE).

7. Nurfitri Nugrahaningsih dan Widha Anistya Suwarso. 2021 “*Model Strategi Diplomasi Budaya Di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh Di Kota Singkawang*”. Program Studi Hubungan Internasional Universitas Tanjungpura, Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi upaya diplomasi kebudayaan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Singkawang selama masa pandemi COVID-19. Festival

²⁵ Gusti Idriasih, 2016 “*Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia Di Dunia Internasional Tahun 2011-2015*. Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Prodi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Cap Go Meh yang diselenggarakan setiap tahunnya menjadi sorotan perhatian dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Pandemi COVID-19 menyerang ke semua negara sejak akhir tahun 2019, sangat berdampak pada kunjungan wisatawan ketika penyelenggaraan festival internasional dalam hal ini festival Cap Go Meh di Kota Singkawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis eksploratif seerta mengacu pada konsep diplomasi kebudayaan dan diplomasi digital²⁶.

Persamaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah sama-sama menggunakan konsep diplomasi kebudayaan untuk menarik perhatian wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Adapun perbedaannya adalah penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti menggunakan wonderful Indonesia dan festival Mahabharata Ballet sebagai strategi bagaimana untuk mempromosikan pariwisata Provinsi Bali pada masa pandemi COVID-19.

8. Jimmi Setaiawan, 2021 *“Strategi Diplomasi Kebudayaan Pencak Silat Indonesia Sebagai Warisan Budaya Takbenda Unesco Di Masa Pandemi COVID-19”*. Universitas Satya Negara Indonesia Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana upaya diplomasi kebudayaan melalui pencak silat yang dilakukan oleh Indonesia dimasa Pandemi COVID-19. Dalam penelitian

²⁶ Nurfitri Nugrahaningsih dan Widha Anistya Suwarso. 2021 *“Model Strategi Diplomasi Budaya Di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh Di Kota Singkawang”*. Program Studi Hubungan Internasional Universitas Tanjungpura, Indonesia

ini, penulis akan membahas bagaimana diplomasi budaya Indonesia berujung pada pengakuan pencak-silat sebagai Warisan Budaya Takbenda UNESCO . Diplomasi ini merupakan hal penting yang perlu dilakukan Indonesia untuk membawa pencak silat ke kancah internasional. Karena dengan pengakuan pencak silat di mata dunia berharap ini adalah kesempatan yang baik bagi Indonesia untuk melindungi dan melestarikan pencak silat ini agar keberadaannya tidak punah di dunia internasional. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi dan kepentingan nasional untuk melihat bagaimana Indonesia melakukan diplomasi kebudayaan pencak silat ke UNESCO²⁷.

Persamaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah sama-sama menggunakan konsep diplomasi kebudayaan mengenalkan budaya Indonesia ke kancah internasional di masa Pandemi COVID-19. Adapun perbedaannya adalah alat diplomasi kebudayaannya menggunakan pencak silat sedangkan penelitian yang sedang diteliti alat diplomasi kebudayaannya menggunakan wonderful Indonesia dan festival Mahabharata Ballet sebagai strategi bagaimana untuk mempromosikan pariwisata Provinsi Bali pada masa pandemi COVID-19.

F. Argumentasi Utama

Peneliti menduga bahwa Strategi Diplomasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Mempromosikan Pariwisata Bali Pada Masa Pandemi

²⁷ Jimmi Setaiawan, 2021 “*Strategi Diplomasi Kebudayaan Pencak Silat Indonesia Sebagai Warisan Budaya Takbenda Unesco Di Masa Pandemi COVID-19*”. Universitas Satya Negara Indonesia Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jakarta.

COVID-19 dilakukan dengan menggunakan konsep diplomasi kebudayaan dengan cara menyebarkan beberapa video tentang destinasi pariwisata Provinsi Bali di media sosial atau dengan cara menggunakan kampanye slogan *Wonderful Indonesia*, karena ini merupakan sebuah kampanye yang sedang berlangsung dan telah digunakan sebagai pesan *brand* yang telah disetujui untuk disebarluaskan oleh Indonesia. Dengan menggunakan diplomasi kebudayaan tersebut maka Dinas Pariwisata Provinsi Bali dapat mempromosikan pariwisata Bali pada masa Pandemi COVID-19.

G. Sistematika penulisan

Sistematika pembahasan dalam pembahasan, penulis membagi beberapa bagian pembahasan menjadi lima bagian. Hal ini bertujuan untuk memudahkan dan memahami deskripsi, yaitu:

BAB I

Bab I ini menjelaskan tentang susunan pembahasan yang terdiri dari beberapa sub bab antara lain, latar belakang yang diambil oleh penulis yang berisis tentang isu-isu yang berkaitan dengan judul penelitian, kemudian rumusan masalah yang menjadi acuan terhadap penelitian sehingga menjadi focus untuk menjawab rumusan masalah kemudian tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat praktis), penelitian terdahulu, argumentasi utama dan sistematika pembahasan.

Bab II

Membahas tentang kerangka konseptual. Konsep yang peneliti gunakan sebagai alat bantu dalam menganalisa studi kasus adalah konsep diplomasi kebudayaan dan konsep wisatawan mancanegara. Konsep diplomasi kebudayaan akan digunakan dalam menganalisa upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali sebagai salah satu instansi daerah yang menangani pariwisata. Sedangkan konsep wisatawan mancanegara akan digunakan untuk menjelaskan wisatawan mancanegara yang dimaksud dalam penelitian ini.

Bab III

Mendiskusikan metode yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Meliputi pendekatan dan jenis penelitian, langkah penelitian, lokasi dan waktu penelitian, tingkat analisis, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV

Bab IV ini Berisikan pembahasan inti dan penyajian data yang telah diperoleh peneliti selama penelitian dan analisis diplomasi kebudayaan Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Mempromosikan Pariwisata Bali Pada Masa Pandemi COVID-19.

Bab V

Bab menjelaskan tentang kesimpulan dari analisis data-data hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan saran dari penulis terhadap pihak

yang berkaitan dengan penelitian ini agar mampu memperbaiki penelitian selanjutnya dengan topik yang sama di waktu mendatang.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KERANGKA KONSEPTUAL

A. Diplomasi Kebudayaan

1. Definisi Diplomasi Kebudayaan

Diplomasi adalah cara bagaimana sebuah seni dalam benegosiasi untuk dapat digunakan suatu negara guna mencapai suatu tujuan tertentu. Diplomasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan kegiatan atau penyelenggaraan yang berhubungan resmi dengan negara lain kemudian mempunyai kepentingan nasional yang diwakili oleh kedutaan besar di negara lain²⁸. Dengan demikian antara hubungan Internasional dan diplomasi tidak bisa dipisahkan oleh masyarakat dunia. Secara kesepakatan, diplomasi merupakan sebuah pembicaraan yang dilakukan oleh para pemerintah resmi negara untuk mencapai suatu kepentingan nasional masing masing negara. Akan tetapi di era globalisasi sekarang ini diplomasi tidak hanya dilakukan oleh pejabat pemerintahan, akan tetapi di kalangan swasta atau masyarakat individu yang mewakili sebuah kepentingan nasionalnya dengan perizinan atau sepengetahuan pemerintah.

Sir Ernest telah mendefinisikan diplomasi sebagai alat aplikasi intelejen dan taktik dalam menjalankan hubungan antara negara, sekali-kali diperluas dengan hubungan dengan negara-negara jajahan²⁹. Meskipun diplomasi sering dikaitkan

²⁸ Pedoman Diplomasi Budaya, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/diplomasi> , diakses pada 16 September 2019

²⁹ Sir Ernest Satow, A Guide to Diplomacy Practice, Longman Green & Co, Ny,1922,hal

dengan aktivitas-aktivitas yang damai, akan tetapi juga terjadi di dalam keadaan perang atau konflik antar negara, karena tujuan dari diplomasi ialah tidak hanya manajemen konflik saja akan tetapi juga manajemen pemeliharaan dan perubahan dengan cara melakukan ajakan yang terus menerus di tengah-tengah perubahan yang sedang terjadi³⁰. Sumber lain mengartikan bahwa diplomasi merupakan perpaduan antara ilmu dan seni perundingan atau cara untuk merundingkan kesepakatan melalui perundingan guna untuk mencapai suatu kepentingan nasional yang berkaitan dengan politik, ekonomi, perdagangan Internasional, kebudayaan, pertahanan suatu negara dan berbagai kepentingan lainnya yang berkaitan dengan hubungan internasional³¹. Jadi yang paling penting dalam diplomasi adalah kesediaan untuk memberi dan menerima guna mencapai kepentingan antara dua negara (*bilateral*), tiga negara (*trilateral*) atau banyak negara (*multilateral*) agar bisa tercapai tujuan dalam melalulan perundingan.

Seiring dengan perkembangan studi Hubungan Internasional menimbulkan situasi di mana aktor non-negara semakin meningkat, kemajuan teknologi dan informasi. Sehingga diperlukan lebih banyak bentuk diplomasi yang melibatkan peran publik atau sering di sebut dengan diplomasi publik. Diplomasi publik dapat diartikan sebagai proses sebuah komunikasi antara pemerintah terhadap publik mancanegara, yang bertujuan untuk memahami negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional dan kebijakan yang diambil oleh negara³². Sedangkan

³⁰ Adam Watson, *The Dialogues Between States*, Methuem, London, 1984, hal 1

³¹ Mohammad Shoelhi, *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*, (Simbiosis Rekatama Media, Bandung 2011), 79

³² Tuch, H. N. (1990). *Communicating With the World*. New York: St. Martin press

menurut Wang, diplomasi publik sebagai sebuah usaha untuk mempengaruhi orang atau organisasi di luar negaranya dengan cara yang positif untuk mengubah pandangan orang tersebut terhadap suatu negara. Sehingga dapat dikatakan bahwa diplomasi publik merupakan alat untuk memajukan kepentingan nasional dengan memahami dan mempengaruhi publik Internasional³³.

Dalam tulisan yang berjudul *Publik Diplomasi: Lessons from The Past*, terbagi menjadi lima bagian dalam diplomasi publik yaitu sebagai berikut³⁴:

1. *Listening*, adalah upaya para aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan mengumpulkan data tentang audiens dan pendapat mereka di luar negeri. Data ini digunakan untuk memandu kebijakan atau pendekatan diplomasi publik secara lebih luas di mata masyarakat internasional.
2. *Advocacy*, dapat diartikan sebagai upaya aktor untuk mengelola lingkungan Internasional dengan melakukan sebuah aktivitas komunikasi Internasional untuk secara aktif mempromosikan kebijakan tersebut, kepentingan umum atau gagasan aktor tersebut kepada publik Internasional.
3. *Cultrtral Diplomacy*, merupakan upaya aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan mempromosikan sumber daya dan prestasi budaya di luar negeri atau mempromosikan penyebaran budaya ke luar negeri.
4. *Exchange Diplomacy*, meupakan upaya bagi para aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan mengirimkan warganya ke luar negeri dan

³³ Wang, J. (2006). Publik Diplomacy and Global Business. The Journal of Business Strategy.

³⁴ Nicholas J. Cull, "Publik Diplomacy: Lesson from the Past", (USC Center on Publik Diplomacy

saling menerima dari warga dari luar negeri baik untuk periode study atau budayanya.

5. *International Broadcasting*, merupakan uoaya bagi para aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan menggunakan teknologi radio, televisi dan internet untukterlibat dengan publik asing.

Bentuk diplomasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah *cultural diplomacy* atau diplomasi kebudayaan. Diplomasi kebudayaan merupakan usaha untuk memperjuangkan suatu kepentingan nasional suatu negara melalui kebudayaan yang ada negara tersebut. Dalam konteks ini maka dikenal dengan istilah “Diplomasi Kebudayaan”. Menurut Josep S. Nye nilai-nilai kebudayaan atau norma-norma yang bersumber dari *soft power* dapat lebih menarik sehingga bisa melakukan kerja sama dengan negara lain³⁵. Ada beberapa cara agar bisa melakukan diplomasi melalui budaya.

“Menurut Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja” :

*”Diplomasi kebudayaan merupakan suatu tahap perkembangan baru dalam sejarah diplomasi kita dengan mencoba untuk menambah suatu dimensi baru pada cara kita melakukan diplomasi dengan mempergunakan kekayaan perbendaharaan seni budaya sebagai sarana untuk melakukan diplomasi dalam arti seluas-luasnya”*³⁶

³⁵ Siswo Pramono. 2011. “Resources of Indonesian Soft Power Diplomacy”. Jakarta: Jakarta Post.

³⁶ Kusumohamidjojo, B. (1987). “Hubungan internasional (kerangka studi analisis)”. Bandung : Bina Cipta

Diplomasi kebudayaan merupakan hal yang sangat menarik dalam kajian Hubungan Internasional. Diplomasi kebudayaan tidak hanya dilakukan pemerintah dengan pemerintah akan tetapi dilakukan pemerintah dengan masyarakat dan yang paling penting diplomasi kebudayaan adalah hubungan antara individu dengan individu³⁷. Diplomasi kebudayaan merupakan alat untuk memperlihatkan peradaban negara. Menurut Triono diplomasi kebudayaan merupakan sebuah seni budaya yang dapat memberikan hal yang positif dalam menciptakan suatu perdamaian dunia. Kemudian Triono menciptakan semboyan “*A Million Friends and Zero Enemy*” dengan melalui hubungan antar individu yang sering dikenal sebagai “*People Contact*” dan dapat terjalin lebih jauh lagi³⁸. Sehingga kebudayaan bisa bersaing dengan kekuatan militer dalam melakukan diplomasi. Sementara Tulus Warsito dan Wahyuni Kartika Sari menjelaskan bahwa diplomasi kebudayaan adalah sebuah upaya negara dalam memperjuangkan kepentingan nasionalnya dengan cara melakukan kebudayaan, baik secara pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga dan seni ataupun propaganda³⁹.

³⁷ Gusti Ayu. 2016. “Pentingnya Diplomasi Budaya dan Peranan Sosial Media dalam Diplomasi Budaya suatu Negara”

³⁸ Sumber: (Direktorat Dipiomasasi Publik/EPMM) Triyono Wibowo dalam pidato pembukaan Indonesia Seni dan Budaya Sebagai 'Soft Power Diplomacy

³⁹ Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartika Sari. 2007. Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang. Yogyakarta: Penerbit Ombak

Diplomasi kebudayaan merupakan cara negara untuk mewujudkan popularitas budaya dalam sistem Internasional dengan mengelola sumber kepemilikan budaya, sehingga mempertahankan perannya di lingkungan internasional⁴⁰. Untuk mendapatkan dukungan publik, negara melibatkan lembaga budaya terpilih, baik lembaga, organisasi, maupun kelompok kreatif yang bergerak pada seni dan budaya atau yang didedikasikan untuk produk nasional lainnya. Diplomasi kebudayaan mengacu pada penggambaran dan penjelasan berbagai aspek nilai yang dapat diterima dengan baik oleh khalayak yang menerimanya (*audience*) dan lingkungan (*environment*), yang juga merupakan sesuatu yang mutlak harus dipahami demi efektivitas sesuatu diplomasi kebudayaan⁴¹.

Kemudian Diplomasi Kebudayaan juga merupakan contoh kuat dari *soft power*, dimana budaya merupakan salah satu aspek yang dapat menarik masyarakat lintas negara, menjadikannya salah satu aspek yang paling penting dari *soft power*⁴². Menawarkan sesuatu yang beda dari diplomasi ekonomi, politik atau militer, diplomasi kebudayaan sangat mampu mempengaruhi dan membujuk pihak lain melalui gagasan dan nilai-nilai budaya itu sendiri tanpa ada kekerasan yang bisa dilakukan oleh militer, ekonomi dan politik. Sementara diplomasi kebudayaan tidak dapat diukur secara kuantitatif, akan tetapi perannya kemungkinan besar akan

⁴⁰ Cull, N. J. (2009). *Publik Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press.

⁴¹ Schneider, C. P. (2003). *Diplomacy That Works: Best Practices in Cultural Diplomacy*. Washington DC: Georgetown University

⁴² Van Kim Hoang Ha "Peran Diplomasi Budaya Dalam Mewujudkan Komunitas Sosial-udaya ASEAN: Kasus Vietnam", *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol. X, No. 1, hal.3

berhasil di dunia. Diplomasi kebudayaan memiliki beberapa kekuatan dan keunggulan, antara lain⁴³:

- a. Diplomasi kebudayaan merupakan dua arah, tidak melalui paksaan sepihak. Maka dari itu dapat diartikan sebagai tempat berdialog yang mengarah pada terbentuknya rasa saling percaya.
- b. Diplomasi kebudayaan dapat memberikan hal yang menarik bagi penerimannya sehingga dapat meningkatkan pemahaman seseorang dan budaya.
- c. Diplomasi kebudayaan adalah salah satu cara untuk menyelesaikan konflik atau ketegangan dalam suatu negara karena diplomasi kebudayaan beroperasi dalam waktu yang cukup lama dan dapat menjadi solusi yang efektif untuk mempertemukan pihak atau negara yang berkonflik.

2. Tujuan Diplomasi Kebudayaan

Tujuan dari diplomasi kebudayaan adalah untuk mencapai suatu kepentingan nasional suatu negara dalam memahami, memberi informasi, dan mempengaruhi negara lain melalui kebudayaan. Dengan dilakukannya diplomasi kebudayaan dapat meningkatkan pemahaman untuk mendapatkan citra baik, membangun rasa saling memahami dan mengerti dan memperbaiki citra buruk dari suatu bangsa⁴⁴. Kemudian menurut Waller diplomasi kebudayaan merupakan untuk mempengaruhi *foreign audienc* (penonton asing). Diplomasi kebudayaan berupaya untuk

⁴³ Cynthia P. Schneider "Cultural Diplomacy: Hard to Define, but You'd Know If You Saw It", Brown Journal of International Affairs, Fall 2006, p. 196

⁴⁴ Ronit Appel, Assaf Irony, Steven Schmerz, Ayela Ziv, "Cultural Diplomacy: An Important but Neglected Tool Promoting Israel's Publik Image" melalui http://portal.idc.ac.il/sitecollectiondocuments/cultural_diplomacy.pdf , dilihat pada 02 Agustus 2016

memanfaatkan bagian dari budaya untuk mempengaruhi *foreign audience* agar dapat mendorong kerja sama yang lebih besar antara kedua negara, bantuan dalam mengubah kebijakan atau lingkungan politik negara, memiliki pandangan positif tentang masyarakat, kebudayaan dan kebijakan pemerintah serta mencegah, mengelola dan mengurangi konflik dengan negara sasaran⁴⁵.

3. Aktor Diplomasi Kebudayaan

Aktor yang melakukan kegiatan diplomasi kebudayaan adalah pemerintah maupun lembaga non pemerintah (organisasi), individu maupun gabungan serta seluruh warga negara sehingga pola yang terjadi berupa hubungan antara pemerintah dengan pemerintah, pemerintah dengan swasta, swasta dengan swasta, swasta dengan individu, individu dengan individu ataupun pemerintah dengan individu⁴⁶. Kementerian pendidikan dan kebudayaan juga menjelaskan bahwa keunikan diplomasi kebudayaan adalah selain pemerintah, setiap warga negara dapat berperan dalam melakukan diplomasi kebudayaan. Hal ini berarti bahwa pelaku dalam diplomasi kebudayaan tidak hanya instansi pemerintahan akan tetapi non-pemerintahan seperti organisasi.

Menurut Robert H. Gass dan John S. Seiter menulis bahwa aktor non-negara dipercaya karena aktor nono-negara memiliki kredibilitas yang lebih diakui oleh masyarakat setempat dan tidak memiliki motif mencari keuntungan ataupun

⁴⁵ Waller, M. J. (2009). *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*. Washington, DC: Institute of World Politics Press

⁴⁶ Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartika Sari. 2007. *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang*. Yogyakarta: Penerbit Ombak

disangka sebagai salah satu agenda politik dari aktor negara⁴⁷. Selain itu, diplomasi kebudayaan memiliki keunggulan yang mampu menjalin komunikasi antar warga Negara yang berbeda kebangsaan, sehingga terciptanya wadah untuk menjalin kekeluargaan dan menciptakan hubungan diantara mereka⁴⁸.

4. Sarana Diplomasi Kebudayaan

Sarana diplomasi kebudayaan merupakan alat untuk berdiplomasi antar negara, adapun segala macam alatnya yaitu komunikasi, baik media elektronik ataupun media cetak yang dianggap dapat menyampaikan suatu isi dan misi politik luar negeri tersebut, termasuk di dalamnya sarana diplomasi ataupun militer⁴⁹. Agar pelaksanaan diplomasi kebudayaan mencapai hasil yang memuaskan, ada beberapa faktor penting dan sangat menentukan yang perlu diperhatikan. Faktor penting tersebut antara lain: Kebudayaan spiritual, bahasa dan kesastraan, kesenian, sejarah, pejabat perwakilan RI yang memiliki basis pengetahuan budaya yang cukup luas, sarana dan wahan⁵⁰.

Kemudian dalam rangka memajukan dan mengembangkan diplomasi kebudayaan, faktor budaya menjadi hal yang paling utama dalam kelancaran pelaksanaan diplomasi kebudayaan. Kementerian pendidikan dan kebudayaan mengeluarkan inovasi budaya yang merupakan program pemerintah bertema

⁴⁷ Shafira Chairunnisa, "Diplomasi Budaya Indonesia Oleh AIASA melalui Indofest di Australia Pada Tahun 2013-2015 Untuk Mengatasi Ketegangan Hubungan Indonesia dan Australia", (Skripsi, Universitas Katolik Parahyangan, 2019), hal.13-14

⁴⁸ Appel and Ronit, "*Cultural Diplomacy: An Important but Neglected Tool in Promoting Israel's Publik Image*" (The Interdisciplinary Center Herzliya, 2008), hal.9

⁴⁸ Ibid hal.20

⁴⁹ Ibid hal. 17

⁵⁰ Tim Peneliti Universitas Sebelas Maret, Kerjasama Kebudayaan Indonesia dengan Negara-Negara Kawasan Asia Pasifik dalam Rangka Peningkatan Citra Indonesia, Surakarta 1993, Hal.8

kebudayaan tradisional. Rumah budaya Indonesia merupakan salah satu dari program tersebut. Pusat kebudayaan Indonesia didirikan untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada dunia Internasional guna untuk meningkatkan citra dan menjalin hubungan budaya antara masyarakat internasional dan budaya Indonesia. Rumah budaya juga menjadi tempat diselenggarakannya berbagai pertunjukan budaya atau pameran seni rupa Indonesia di negara atau daerah tempat berada. Indonesia telah menempatkan rumah budaya diberbagai Negara/kawasan, antara lain Amerika Serikat, Korea Selatan, Jerman, Prancis, Turki, Belanda, Australia, Timor Leste, Singapura dan Jepang.⁵¹

5. Jenis-Jenis Diplomasi Kebudayaan Berdasarkan Situasi

Menurut Warsito dan Kartikasari, terdapat beberapa jenis diplomasi kebudayaan yang dilakukan dengan cara damai, yaitu⁵²:

1. Eksibisi

Eksibisi adalah salah satu bentuk diplomasi kebudayaan dalam bentuk festival, pameran dan pertunjukan, seperti pameran budaya dan pertunjukan seni budaya Indonesia di luar negeri. Pertunjukan ini dapat meninggalkan kenangan atau kesan yang mendalam untuk penontonnya. Eksibisi dapat dilakukan dengan cara kerja sama antara kementerian pariwisata dengan kementerian luar negeri, kementerian pendidikan dan kebudayaan dan kementerian lain untuk mempromosikan pariwisata melalui kedutaan besar Republik Indonesia di luar

⁵¹“Indonesia Bangun Rumah Budaya di 10 Negara”, Republika Online, 2014, <http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/14/03/12/n2bw11-indonesia-bangun-rumah-budaya-di-10-negara>, dilihat pada 02 Agustus 2016s.

⁵² Ibid

negeri. Kemudian eksibisi menampilkan konsep atau karya seni, sains, teknologi, ideology atau nilai sosial dari satu negara ke negara yang lainnya. Eksibisi biasanya diadakan di luar negeri atau di dalam negeri, baik secara mandiri (dalam satu negara) maupun secara multinasional. Manfaat dari eksibisi tersebut adalah pengakuan terkait kepentingan nasional baik melalui pariwisata, pendidikan, kebudayaan dan kesenian. Eksibisi biasa dilakukan secara formal, legal, terbuka dan langsung.

2. Propaganda

Propaganda merupakan jenis dari diplomasi kebudayaan yang mempunyai kemiripan dengan eksibisi. Propaganda merupakan penyebaran informasi tentang nilai-nilai kesenian, sains, teknologi dan ideologi suatu negara ke negara lain. Hanya saja berbeda dengan eksibisi, propaganda biasanya dilakukan secara tidak langsung melalui media masa dan biasanya berdominan dengan hal yang negatif. Propaganda sebenarnya adalah bentuk klasik atau cikal bakal dari diplomasi kebudayaan. Karena nilai ideologis dan sosial suatu negara dianggap sebagai nilai budaya dan menjadi bahan utama untuk disampaikan kenegara lain. Seperti eksibisi, propaganda sampai saat ini masih dianggap sebagai alat diplomatik yang sangat populer. Hampir semua literatur hubungan internasional dan politik internasional menyebutkannya.

3. Kompetisi

Kompetisi biasanya mengacu pada pertandingan dan persaingan. Dalam hal ini pertandingan memiliki makna yang positif, seperti lomba olah raga, lomba

kecantikan atau lomba ilmu pengetahuan. Misalnya, seorang ilmuwan peraih nobel ini adalah contoh dari diplomasi kebudayaan kompetisi tersebut. Berbeda dengan persaingan, sering kali menjelaskan tentang krisis, konflik dan keadaan yang darurat. Contoh yang paling khas adalah Perang Dingin (*Cold War*) antara blok barat yang di pimpin oleh Amerika Serikat dan blok Timu yang dipimpin oleh Uni Soviet, yang berujung pada perlombaan senjata yang masih menjadi standar model perdamaian dunia.

4. Penetrasi

Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Penetrasi dapat diartikan sebagai penembusan atau penerobosan. sebagai salah satu bentuk diplomasi, diplomasi penetrasi dapat dilakukan melalui bidang perdagangan, ideologi dan militer. Penetrasi dianggap sebagai salah satu bentuk diplomasi budaya karena sasaran kegiatan tersebut langsung ditunjukkan kepada masyarakat negara lain. Penetrasi berlangsung ketika dala perang saja karena mempunyai tujuan untuk mendominasi, hegemoni, memberi ancaman subversi sekaligus sebuah penaklukan dan pengakuan.

5. Negosiasi

Negosiasi disini tidak hanya mengacu pada apa yang sedang dinegosiasikan akan tetapi terpacu pada bagaimana cara bernegosiasi dilakukan. Dalam arena politik internasional, pertanyaan tentang lokasi negosiasi sangatlah penting sebelum negosiasi itu sendiri. Alasannya adalah bahwa lingkungan budaya dari lokasi yang bersangkutan pasti mempengaruhi cara pengambilan keputusan

dalam negosiasi. Dalam hal ini, lingkungan budaya adalah tingkat kesadaran politik masyarakat setempat, sistem pemberitaan atau media massa, sistem keselamatan dan keamanan dan fasilitas akomodasi tempat perundingan tersebut dilakukan.

6. Pertukaran ahli

Diplomasi budaya dalam bentuk pertukaran ahli memang hasil dari negosiasi. Namun dari segi yang unik, pertukaran ahli mencakup berbagai pertukaran budaya dan masalah kerjasama mulai dari kerjasama beasiswa antar negara hingga pertukaran pakar dibidang tertentu. Dalam istilah yang lebih populer, diplomasi budaya setelah ini sering disebut dengan pertukaran ahli ilmu pengetahuan terapan. Hal ini menunjukkan bahwasannya negara-negara yang bersangkutan pada umumnya memiliki kesamaan kepentingan dalam kebudayaan.

Ketika hubungan kedua negara dalam situasi damai, krisis dan konflik maka satu negara akan melakukan yang namanya pertukaran ahli. Tujuan keseluruhan dari kegiatan ini adalah untuk mencari pengakuan, hegemoni, persahabatan, persuasi dan penyesuaian.

B. *Soft Power*

Soft Power Diplomasi mempunyai peran yang sangat penting pada kehidupan nyata. Seringkali dianggap, bahwa nilai kekuatan ini jauh lebih besar dari pada ekonomi dan militer suatu negara. *Soft power* diplomasi sangat berkaitan terhadap seluruh aktor pada hubungan internasional. Ideology suatu negara, prestise,

kebudayaan atau kesuksesan dapat mengakibatkan negara itu sebagai pemimpin pada negara lain yang bersedia mengikuti. H.J Mourgenthau mengatakan “*Power means man’s control over the minds and actions of other man*”. Power merupakan sebuah kekuatan untuk mensugesti orang lain sehingga pihak kedua bertindak sesuai apa yang diinginkan⁵³. Sedangkan menurut Nye, “*Soft power is the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payment. It arises from the attractiveness of a country’s culture, political ideas, and policies*”⁵⁴. Dengan istilah lain, *soft power* diplomasi menjadi kemampuan suatu negara untuk mencapai suatu kepentingan dengan lebih menggunakan daya tarik daripada paksaan dan pembayaran.

Soft Power merupakan kemampuan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan cara menarik perhatian atau pengaruhi pihak lain untuk mau mengadopsi tujuan negara-negara yang menggunakan konsep *soft power* tersebut. *Soft power* dalam politik internasional muncul dari faktor-faktor yang tidak jelas akan tetapi sangat realistis seperti bagaimana mengelola nilai-nilai umum, kebijakan dan praktek internal dan cara melakukan hubungan internasional. Amerika Serikat selalu memiliki cukup banyak *soft power* yang signifikan karena kemampuannya untuk menginspirasi dan keinginan banyak orang⁵⁵. *Soft Power* suatu negara bergantung pada tiga sumber utama, antara lain: Kebudayaan (*culture*), Nilai-Nilai Politik (*political values*), Kebijakan Luar Negeri (*foreign policy*).

⁵³ Joel H. Rosenthal, „Righteous Realists: Political Realism, Responsible Power, and American Culture in the Nuclear Age”, LSU Press, 1991, Hal. 40.

⁵⁴ Joseph S. Nye, Jr., 2008, „Public diplomacy and Soft power”, The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 616: 94.

⁵⁵ Ibid

Dalam jurnalnya yang berjudul tentang *The Velvet Hegemon* (*Jurnal Foreign Affair*, 2003) Nye mengatakan beberapa variable yang dapat diubah sebagai *soft power* kekuatan negara. Variable ini termasuk daya tarik budaya (bukan hanya nilai-nilai yang terkandung didalamnya, idealism politik, kebijakan atau kemampuan suatu negara untuk memanipulasi agenda politik negara lain, kredibilitas serta legitimasi).

Soft power adalah kekuatan daya tarik (*attractive power*) dapat dihasilkan jika sumber-sumber dimobilisasi mempunyai daya tarik yang cukup untuk mempengaruhi preferensi target atau penerima yang dituju. Oleh sebab itu, dalam pembentukan *soft power*, selain mengidentifikasi sumber-sumbernya, perlu juga mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menyebabkan *soft power* tersebut menarik dan bisa diterima oleh penerima. Aktor yang terlibat dalam pembentukan *soft power* yang sering disebut sebagai *referees dan receivers*. *Referees* adalah pihak yang menjadi sumber rujukan yang sah dan dapat diandalkan *soft power* sedangkan yang dimaksud dengan *receivers* merupakan target atau sasaran yang di tuju. Hubungan antara *soft power* dengan *referees dan receivers* bisa dilihat dari tabel sebagai berikut⁵⁶.

⁵⁶ Suryani, Ni Putu Elvina. 2014. *Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan*. GLOBAL Vol. 16 No. 1. Universitas Indonesia : Magister Terorisme dalam Keamanan Internasional.

Sumber <i>Soft Power</i>	<i>Referees/Rujukan</i>	<i>Receievers/Penerima</i>
Kebijakan Luar Negeri	Pemerintah, media, organisasi non-pemerintah (NGOs), organisasi antar pemerintah (IGOs)	Pemerintah dan publik/masyarakat negara lain
Nilai-nilai dan kebijakan domestik	Media, NGOs, IGOs	Pemerintah dan publik/masyarakat negara lain
Hidh culture	Pemerintah, NGOs, IGOs	Pemerintah dan publik/masyarakat negara lain
Pop culture	Media, Pasar	Pemerintah dan publik/masyarakat negara lain

Sumber: Suryani, Ni Putu, 2014. *Journal*

C. Wisatawan Mancanegara

1. Definisi Wisatawan Mancanegara

Pengertian wisata menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Bab I ketentuan Umum tentang kepariwisataan Bab 1 pasal 1 dinyatakan bahwa wisata merupakan :

“Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara”

Jadi yang dimaksud dengan pengertian wisata mengandung beberapa unsur, yaitu suatu kegiatan wisata yang dilakukan secara sukarela, bersifat sementara, yang tujuannya untuk menikmati tempat wisata yang ingin dikunjungi. Menurut Leiper mengemukakan bahwa destinasi wisata merupakan penataan tiga unsur yang sistematis. Seseorang dengan kebutuhan perjalanan adalah inti atau pondasi (terlepas dari karakteristik atau apapun yang mereka kunjungi) dan setidaknya satu tanda

(informasi yang diperlukan)⁵⁷. Seseorang saat melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh berbagai faktor yang membuat seseorang rela melakukan perjalanan jauh dan menghabiskan banyak uang. Suatu daerah harus memiliki daya tarik yang sangat tinggi sehingga wisatawan dapat berkunjung ketempat tersebut sebagai daya tarik wisata.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa suatu destinasi wisata merupakan interaksi antara berbagai unsur. Ada beberapa komponen yang perlu dikelola dengan baik oleh daerah tujuan wisata yaitu pariwisata, kawasan dan informasi tentang kawasan tersebut. Atraksi juga menjadi bagian penting untuk menarik minat wisatawan dan fasilitas pendukung.

Adapun yang dimaksud dengan wisatawan adalah Wisatawan adalah sekelompok individu atau orang yang melakukan perjalanan wisata sekurang-kurangnya selama 24 jam di daerah atau negara yang dikunjunginya. Mereka disebut pelancong jika mereka mengunjungi daerah atau negara lain untuk jalan-jalan dalam waktu 24 jam.. UIOTO (*The International Union of Travel Organization*) memakai batasan tentang wisatawan secara luas. Sedangkan pengunjung adalah seseorang yang datang ke negara lain bertujuan untuk melakukan pekerjaan yang mendapatkan upah. Yang dimaksud dengan Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan pariwisata atau melakukan perjalanan ke suatu negara atau wilayah yang seolah-olah menjadi orang asing untuk sementara waktu⁵⁸.

⁵⁷ Pitana, I G. dan Gayatri, P G. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi. 195 hal

⁵⁸ Pendi, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramita.

Ada beberapa pengkelompokan wisatawan berdasarkan karakteristik perjalanannya yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Table 2.1 Karakteristik Perjalanan Wisatawan

Karakteristik	Pembagian
Lama waktu perjalanan	1-3 hari 4-7 hari 8-28 hari 29-91 hari 92-365 hari
Jarak yang ditempuh (bisa digunakan dengan kilometer\mil)	Dalam kota (lokal) Luar kota (satu Provinsi) Luar Kota (lain Provinsi) Luar Negeri
Akomodasi yang digunakan	Komersial (hotel bintang/non-bintang) Non komersial (rumah teman, saudara atau keluarga)
Moda Transportasi	Udara (terjadwal/carter) Darat (kendaraan pribadi\umum\careter) Kereta Api Laut (Cruise/Feri)
Teman perjalanan	Sendiri Keluarga Teman
Pengorganisasian perjalanan	Sendiri Keluarga Sekolah Kantor Biro perjalanan wisata

Sumber: Smith (1989)

Berbagai jenis tipologi wisatawan sedang dikembangkan dengan menggunakan klasifikasi yang berbeda, yaitu sebagai berikut⁵⁹:

1. *Foreign Tourist*

Orang asing yang bepergian ke negara selain negara tempat tinggalnya (biasanya ditemukan berdasarkan kewarganegaraan, dokumen perjalanan, dan jenis uang yang dibelanjakan). Wisatawan asing biasa disebut sebagai wisatawan mancanegara.

2. *Domestik Foreign Tourist*

Orang asing yang tinggal di suatu negara untuk tujuan pekerjaan atau tugas dan melakukan perjalanan ke daerah tersebut untuk wisata. Misalnya, seorang pegawai kedutaan Malaysia yang mengambil cuti tahunan dan melakukan perjalanan ke Indonesia tanpa kembali ke negara asalnya disebut *Domestik Foreign Tourist*

3. *Domestik Tourist*

Seseorang yang melakukan perjalanan di dalam wilayahnya tanpa melintasi batas negaranya. Misalnya, warga negara Indonesia yang berwisata ke pulau-pulau dewata Bali disebut wisatawan nusantara.

4. *Businnes Tourist*

Seseorang yang sedang melakukan perjalanan untuk tujuan berbisnis bukan niat untuk wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utamanya sudah selesai.

⁵⁹ Hari Karyono. 1997. Kepariwisataaan. Jakarta: Grasindo.

5. *Indigenous Foreign Tourist*

Warga negara tertentu kembali ke negara mereka karena bekerja di luar negeri dan melakukan perjalanan di wilayah mereka sendiri.

6. *Transit Tourist*

Wisatawan yang sedang berpergian ke suatu negara tertentu, yang menumpang pesawat atau kapal laut yang terpaksa mampir pada suatu pelabuhan/ bandara bukan atas kemampuannya sendiri.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa terdapat dua jenis wisatawan yang berwisata di Indonesia yaitu wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Bahwa wisatawan yg dimaksud dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara. Wisatawan mancanegara adalah orang asing yang sedang melakukan kegiatan pariwisata dengan tujuan untuk mengunjungi negara lain, dan tidak termasuk negara tempat tinggal wisatawan tersebut.

Menurut World Tourism Organization (WTO) dan International Union Of Trade Organization (IUOTO) Wisatawan mancanegara adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke luar negeri dari tempat tinggalnya dan dikatakan tujuannya dilakukan hanya untuk keperluan tertentu tanpa adanya penghasilan di tempat yang dikunjunginya⁶⁰. Wisatawan asing yang berkunjung ke negara lain dapat dilihat identitas kewarannya dengan menunjukan surat perjalanan serta memeriksa mata uang yang digunakan saat sedang berwisata ke negara lain, karena

⁶⁰ Pongsapan, A. T. (2017). "Analisis Pengaruh Jumlah Wisatawan dan Tingkat Hunian Kamar Hotel Terhadap Penerimaan Pajak Hotel di Kabupaten Toraja Utara". Skripsi Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar

wisatawan mancanegara menggunakan mata uang sesuai dengan negara yang dikunjunginya⁶¹.

Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) ke Bali tahun 2019 sebelum terjadinya pandemi COVID-19 tercatat sebanyak 604.493 kunjungan. Jumlah ini mencapai 9,96% dibandingkan dengan catatan bulan Juni 2019. Jika dibandingkan dengan Juli tahun 2018 jumlah kunjungan wisman mengalami penurunan sebesar -3,18%. Pada bulan Juli tahun 2019, kebanyakan wisman datang ke Bali melalui pintu masuk bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai sebanyak 604.480 kunjungan. Sedangkan yang datang melalui pelabuhan Internasional Benoa sebanyak 13 kunjungan. Jika dibandingkan dengan bulan Juli tahun 2018, jumlah kunjungan wisman yang datang ke Bali mengalami penurunan sebesar -3,18%, bila dibandingkan dengan catatan bulan Juli tahun 2019. Kunjungan wisman melalui bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai pada bulan Juli 2019 mengalami peningkatan sebesar 9,96%. Sedangkan wisman yang berkunjung ke Bali melalui Pelabuhan Internasional Benoa mengalami penurunan pada bulan Juli 2019 sebesar -55,17% dibandingkan dengan bulan Juli 2018.

⁶¹ Supriyanto. (2017). "Pengaruh Jumlah Wisatawan Terhadap Penerimaan Pajak Hotel Melalui Peningkatan PDRB di Kota Makassar". Skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.

**Tabel. 2.2 Kedatangan Wisman Langsung ke Bali
Menurut Pintu Masuk Juli 2018, Juni 2019 dan Juli 2019**

No	Pintu Masuk	Juli 2018	Juni 2019	Juli 2019	Perubahan (%)		Peran Thd Total
					Juli 2019 thd Juni 2019	Juli 2019 thd Juli 2018	
1	Bandara	624.337	549.718	604.480	9,96	-3,18	99,998
2	Pelabuhan	29	33	13	-60,61	-55,17	0,002
Jumlah		624.366	549.751	604.493	9,96	-3,18	100,00

**Tabel 2.3 Kedatangan Wisman Langsung ke Bali
Menurut Pintu Masuk dan Kebangsaan Juli 2018, Juni 2019 dan Juli 2019**

No	Kebangsaan	Wisman Juli 2019				Wisman Juni 2019	Wisman Juli 2018	Perubahan Wisman Juli 2019 Thd Juni 2019 (%)	Perubahan Wisman Juli 2019 Thd Juli 2018 (%)
		Pintu Masuk		Total	Persen tase (%)				
		Bandara	Pelabuhan Laut						
1	Australia	123.293	0	123.293	20,40	110.815	114.590	11,26	7,59
2	Tiongkok	111.986	0	111.986	18,53	103.951	148.166	7,73	-24,42
3	India	29.728	0	29.728	4,92	39.922	29.756	-25,53	-0,09
4	Inggris	28.541	3	28.544	4,72	26.538	28.578	7,56	-0,12
5	Perancis	26.860	4	26.864	4,44	15.645	28.103	71,71	-4,41
6	Amerika Serikat	26.289	0	26.289	4,35	26.086	23.166	0,78	13,48
7	Korea Selatan	23.263	0	23.263	3,85	18.737	16.838	24,16	38,16
8	Jepang	20.467	0	20.467	3,39	18.697	23.389	9,47	-12,49
9	Jerman	20.026	1	20.027	3,31	16.991	19.867	17,87	0,81
10	Selandia Baru	18.273	0	18.273	3,02	13.376	15.067	36,61	21,28
11	Lainnya	175.754	5	175.759	29,08	158.993	176.846	10,55	-0,61
Jumlah		604.480	13	604.493	100,00	549.751	624.366	9,96	-3,18

Menurut Badan Pusat Statisti (BPS) Provinsi Bali, kedatangan wisman yang paling banyak datang ke Bali pada bulan Juli 2019 adalah wisman yang berkebangsaan Australia (20,40%), Tiongkok (18,53%), India (4,92%), Inggris (4,72%), Perancis (4,44%), Amerika Serikat (4,35%), Korea Selatan (3,85%),

Jepang (3,39%), Jerman (3,31%), dan Selandia Baru (3,02%)⁶². Table diatas merupakan sepuluh negara dengan jumlah kunjungan wisman terbanyak yang telah berkunjung ke Bali pada bulan Juli 2019.

Dibandingkan Juni 2019 dari sepuluh negara dengan jumlah wisatawan mancanegara terbanyak, Sembilan negara peningkatan tertinggi berasal dari Negara Prancis setinggi 77,77%, diikuti oleh wisman dari Selandia Baru setinggi 36,61%, Korsel 24,16%, Jerman 17,87%, Australia 11,26%, Jepang 9,47%, Tiongkok 7,73%, Inggris 7,56% dan Amerika 0,78%. Berbeda bedang Sembilan negara sebelumnya, jumlah wisatawan mancanegara asal India mengalami penurunan sedalam -25,53%. Jika dibandingkan denganibid tahun sebelumnya Juli 2018, lima diantaranya dari sepuluh negara mengalami penurunan, dengan penurunan yang tedalam adalah wisman dari Tiongkok yang mengalami penurunan sedalam -24,42%. Sedangkan wisman yang mengalami peningkatan yang tinggi berasal dari negara Korea Selatan setinggi 38,16%.⁶³

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁶² Berita Resmi Statistik Provinsi Bali No. 59/09/51/Th. XIII, 2 September 2019

⁶³ Ibid

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif karena penelitian ini menggambarkan bagaimana upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk menarik kunjungan wisatawan mancanegara pada masa Pandemi COVID-19. Pada penelitian kualitatif ini dilakukan dengan menangkap fakta yang terjadi di lapangan. Pendekatan kualitatif deskriptif adalah penelitian yang berusaha mengkaji studi kasus secara mendalam dengan cara mendeskripsikan dan menjelaskan suatu masalah⁶⁴. Menurut Sugiono metode “penelitian kualitatif adalah metode yang berasaskan pada filsafat *pos-positivisme* yang biasanya dilakukan untuk meneliti suatu kondisi objektif yang alamiah dimana penelitian sangat berperan penting sebagai instrumen kunci⁶⁵”. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba menjelaskan suatu masalah yang diangkat dari beberapa fakta yang akan disajikan dengan interpretasi penelitian yang paling subjektif. Beberapa fakta yang disajikan adalah karena konsep peneliti

.Penelitian menggunakan metode kualitatif ini dapat digunakan untuk memahami interaksi antar masyarakat. Seperti halnya wawancara dan dokumentasi yang lebih mendalam sehingga menciptakan pola-pola yang lebih jelas. Penelitian ini diajukan untuk menganalisis atau mengungkapkan sebuah fenomena yang saat

⁶⁴ Yanuar Ikbar. Metodologi & Teori Hubungan Internasional. (Bandung: PT Refika Aditama, 2014). 18

⁶⁵ Sugiono, 2008 “ Metode Kuantitatif Kualitatif dan R and D”. Bandung, ALFABETA

terjadi di kalangan masyarakat Internasional yaitu menurunnya wisatawan mancanegara yang hendak berkunjung ke Pulau Dewata Bali disebabkan dengan adanya isu kesehatan yaitu pandemi COVID 19, dalam aktivitas sosial terutama peserta didik.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang berjudul Upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali Untuk Menarik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Masa Pandemi COVID-19 ini mengambil lokasi penelitiannya di Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali yang berlokasi di jalan Cut Nyak Dien No.3, Panjer, Kec. Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80234. Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian sejak diterimanya judul penelitian dan proposal penelitian adalah pertengahan bulan Januari 2021 sampai bulan Januari 2022.

C. Subjek Penelitian dan Tingkat Analisa Data

Berdasarkan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan judul penelitian “Upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali Untuk Menarik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Masa Pandemi COVID-19”, oleh karena itu subjek penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. Menurut Moleong subjek penelitian adalah narasumber atau informan yang memberikan segala informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini.⁶⁶

⁶⁶ Ahmad Tohardi, “Pengantar Metodologi Penelitian Sosial+Plus”, (Tanjung pura Universitas, Pontianak, 2019) hal.491

Menurut Mohtar Mas' oed dalam buku Hubungan Internasional ada lima tingkat analisis antara lain: individu, kelompok individu, negara-bangsa, kelompok negara-negara dan sitem internasional⁶⁷. Pada saat yang sama, model tingkat analisis dibagi menjadi tiga tingkat: *Reduksionis* (unit interpretasi berada di level yang lebih rendah dari unit analisis), *korelasionis* (unit analisis dan unit interpretasi berada dilevel yang sama), dan *induksionis* (unit interpretasi lebih tinggi dari pada unit analisis)⁶⁸.

Berdasarkan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti mengambil tingkat analisis nya adalah level sub negara. Pada tingkat analisis level sub negara ini menjelaskan tentang perilaku diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dengan aktor-aktor internasional. Kemudian pada penelitian ini diwakili oleh institusi Pemerintah Daerah Provinsi Bali yaitu Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang melaksanakan diplomasi kebudayaan. Menurut Rodrigo Tavares disebut sebagai “desentralisasi kerjasama (internasional)” ini memunculkan kemungkinan akan terjadinya diplomasi dilakukan oleh pemangku kepentingan nasional termasuk pemerintah daerah. Meskipun cakupan pemerintah daerah sangat luas. Namun UU No. 23 Tahun 2004 pasal 10 (1) menyatakan bahwa desentralisasi kerjasama di tingkat dunia disebabkan karena kekuasaan dalam politik luar negeri tetap menjadi kewenangan mutlak pemerintah pusat.⁶⁹ Objek dari penelitian ini

⁶⁷ Mohtar Mas' oed, Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi, (PT Pustaka LP3ES, Jakarta, 1990)

⁶⁸ Ibid. Hal 35

⁶⁹ Rodrigo Tavares. 2016 “Paradiplomacy - Cities and States as Global Players” Oxford University Perss. New York.

adalah upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara di masa pandemi COVID-19.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang berjudul “Upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali Untuk Menarik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Masa Pandemi COVID-19” terbagia dalam beberapa tahapan penelitian, yaitu :

1. Tahap Pra Penelitian

Tahap persiapan dimulai dengan menentukan topik yang akan dibahas dalam penelitian ini, sesuai dari minat peneliti dan ketersediaan data di lapangan. Pada fase ini, peneliti pertama-tama memilih topik dan studi kasus, kemudian menetapkan teknis analisis, dan memutuskan judul sesuai dengan pembahasan yang peneliti pelajari.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini adalah proses selanjutnya dalam penelitian. Selanjutnya, peneliti memasuki langkah-langkah terpenting yang harus diambil sebelum penelitian yaitu proses perizinan penelitian. Hal ini di karenakan prosedur seorang penelitian merupakan adanya izin yang diperbolehkan dari subjek penelitian. Setelah penelitian berlangsung mulai melakukan yang namanya ekstrak data atau penggalian data yang diinginkan sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Dan langkah berikutnya adalah turun kelapangan tempat yang akan digali data nya yaitu Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi

Bali yang bertempat di jalan Cut Nyak Dien No.3, Panjer, Kec. Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80234.

3. Tahap Analisis Data

Setelah peneliti melakukan langkah-langkah yang diatas dan telah memperoleh sumber-sumber data dari informan. Maka setelah itu peneliti mengelola hasil data tersebut dan menggunakannya sebagai bentuk penelitian baru. Pada fase analisis data ini, peneliti menggunakan konsep diplomasi kebudayaan dan konsep wisatawan mancanegara untuk melihat seberapa banyak upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk menarik wisatawan mancanegara di tengah-tengah pandemi COVID-19. Kemudian terkait dengan analisis data yang digunakan oleh peneliti menggunakan teori dari Miles dan Huberman yakni dengan melewati tiga tahapan analisis data sebagai berikut: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan jenis penelitian yang penulis lakukan di atas, cara untuk mendapatkan data sebanyak mungkin di lapangan adalah melalui penelitian kualitatif, sendiri atau dengan bantuan orang lain, Ini adalah salah satu alat pengumpulan data utama sehingga kehadiran peneliti di lapangan tidak memiliki batasan untuk dihadapi.. Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan data *primer* dan data *sekunder* untuk menjawab pernyataan dari rumusan masalah yang telah diajukan oleh peneliti. Data primer yang digunakan diperoleh melalui wawancara dengan informan dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali. Sedangkan data

sekunder berasal dari pihak ketiga seperti (buku, majalah, berita) dan website, namun peneliti yakin sangat dapat diandalkan bila digunakan sebagai sumber data.

1. Wawancara

Data primer yang digunakan peneliti melalui wawancara dengan berbagai sumber yang mungkin dapat membantu mereka dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Metode ini digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dari hasil wawancara dan tanya jawab langsung dengan narasumber⁷⁰. Adapun bentuk yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara *purposive*, yaitu wawancara dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek terlebih dahulu untuk menentukan sumber informan⁷¹. Sumber dipilih berdasarkan kemampuan untuk mendukung pengumpulan data. Wawancara dilakukan dengan metode progresif, bebas dan mendalam. Wawancara dilakukan secara langsung dengan Bapak I Nyoman Gede, beliau adalah Koordinator Analisa Pariwisata Provinsi Bali. Dilaksanakan wawancara pada tanggal 20 April 2021 pada pukul 09.00 WITA.

Sedangkan wawancara selanjutnya dilakukan secara online melalui WhatsApp dengan Bapak I Nyoman Gede beliau adalah Koordinator Analisa Pariwisata Provinsi Bali. Pertanyaan wawancara seputar topik yang diambil diajukan hanya beberapa pertanyaan saja, yang dikirim pada tanggal 16 Juni 2021 pukul 10.13 WIB, yang kemudian mendapatkan jawaban atas pertanyaan

⁷⁰ Sutrisno Hadi, *Metode Research II*, (Yogyakarta: Adi Offset, 1989), hlm 192.

⁷¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (PT Raja Grafindo, Jakarta, 2010), hal. 85

yang diajukan pada tanggal 10 Juni 2021 pukul 15.07 WIB. Kemudian wawancara selanjutnya dengan Siti Chotijah S. IP, M.A selaku Ketua Umum Generasi Pesona Indonesia. Dilaksanakan wawancara pada tanggal 04 April 2022 pada pukul 11.00 WIB

Tujuan diciptakannya kegiatan wawancara dalam penelitian adalah untuk menemukan sebuah permasalahan yang lebih jelas dan lebih terbuka dimana seseorang yang diwawancarai diminta pendapat dan ide-ide nya. Kemudian penelitian pada tahap awal yang dilakukan dengan mewawancarai narasumbernya dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali dan Organisasi Generasi Pesona Indonesia. Metode ini dipakai untuk mengumpulkan data tentang strategi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam mempromosikan pariwisata pada Masa Pandemi COVID-19.

2. Dokumentasi

Selain metode wawancara, peneliti juga menggunakan metode dokumentasi. Tujuannya adalah untuk melengkapi keakuratan data atau informasi yang sedang diteliti melalui dokumen dari sumber terpercaya. Menurut Sugiyono, dokumentasi dapat berupa teks, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Pengumpulan data dalam dokumen ini mengacu pada website, youtube maupun official Instagram Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Wonderful Indonesia*, KBRI Mumbai dan lain sebagainya. Melalui teknik dokumentasi ini, pengumpulan data dilakukan untuk membahas hal- hal yang berkaitan dengan topik

penelitian dari berbagai sumber.

F. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan mengelola data, mengorganisasikan data, mengelompokkan data menjadi unit-unit yang dapat dikelola, menarik kesimpulan, mencari dan menemukan pola sekaligus menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dikatakan kepada orang lain⁷². Menurut Miles dan Huberman ada tiga prosedur dalam pengelolaan data dan menganalisis data, yaitu Reduksi data, Penyajian Data dan Kesimpulan⁷³. Yang dimaksud dengan Reduksi Data adalah salah satu analisis yang digunakan untuk mengorientasikan data atau menggolongkan data untuk menarik kesimpulan. Sedangkan tahap penyajian data adalah menyajikan data dalam bentuk form agar data terlihat lebih lengkap. Dan tahap terakhir adalah kesimpulan. Setiap kesimpulan awal yang disempurnakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika ditemukan bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

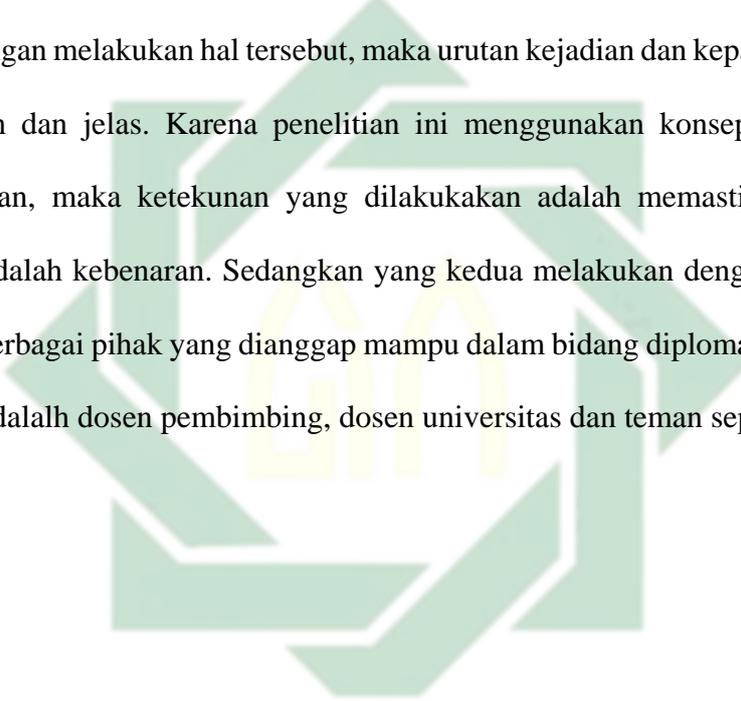
Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya adalah biasa digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, dan tidak dipisahkan dengan dengan pengetahuan penelitian kualitatif⁷⁴. Keabsahan data mempunyai tujuan untuk membuktikan bahwa

⁷² Bogdan dan Biklen, in Metode Penelitian Kualitatif, Ed. Moleong Moleong et al. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010), 248

⁷³ Miles dan Huberman, "Analisa Data Kualitatif", (Universitas Indonesia, Jakarta 1992), hal.16

⁷⁴ Moleong, Lexy J.. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

sebuah penelitian yang dilakukan oleh peneliti itu benar-benar merupakan sebuah penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Dalam mengujia keabsahan data yang telah dikumpulkan dari penelitian sebelumnya, kemudian hal dilakukan adalah melakukan ketekunan pengamatan dan diskusi. Ketekunan pengamatan merupakan melaksanakan pengamatan secara lebih dalam dan lebih teliti. Dengan melakukan hal tersebut, maka urutan kejadian dan kepastian data akan dipastikan dan jelas. Karena penelitian ini menggunakan konseptual diplomasi kebudayaan, maka ketekunan yang dilakukakan adalah memastikan data yang didapat adalah kebenaran. Sedangkan yang kedua melakukan dengan cara diskusi dengan berbagai pihak yang dianggap mampu dalam bidang diplomasi kebudayaan, mereka adalah dosen pembimbing, dosen universitas dan teman seperjuangan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

A. Potensi Pariwisata Provinsi Bali

Selama ini, destinasi wisata Indonesia yang sudah sukses di pasar Internasional salah satunya wisata Bali. Bali adalah salah satu tujuan wisata yang dikenal oleh kalangan masyarakat internasional. Keindahan pulau Bali memancarkan pesona yang memikat. Ada banyak atraksi menarik untuk dinikmati di Bali. Keindahan alamnya hingga budaya Bali yang sangat mempesona para wisatawan. Perkembangan wisata di Bali juga sangat dipengaruhi oleh keanekaragaman budaya masyarakat Bali. Adat istiadat, seni dan budaya merupakan potensi dasar yang utama, artinya masyarakat sangat ingin menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara pariwisata dan budaya. Dasar penentuan pengembangan pariwisata di Bali adalah “Peraturan Daerah tentang Pariwisata Bali No 2 Provinsi Bali” tahun 2012. Peraturan ini menggantikan peraturan pariwisata budaya Provinsi Bali No 3 tahun 1991 yang dinilai tidak sejalan dengan keputusan pariwisata nasional yang diatur dalam Undang-Undang Pariwisata No 10 Tahun 2009.

Daya tarik keanekaragaman budaya yang semakin berkembang menjadi salah satu keunggulan wisata budaya di Bali. Berkembangnya wisata budaya di Bali pasti akan meningkatkan manfaat dari seluruh tahapan kehidupan di Bali, yaitu dapat lebih memaksimalkan potensi yang ada untuk menjadi tujuan wisata dan daya tarik khusus bagi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Berkembangnya

wisata budaya yang nantinya juga akan memberikan kontribusi daya tarik pulau Bali bagi wisatawan mancanegara. Pariwisata ada dan berkembang karena adanya perbedaan, keunikan, flora, fauna maupun dalam bentuk budaya sebagai hasil kreativitas, prakarsa, citra rasa dan budaya manusia⁷⁵. Tanpa adanya perbedaan itu, tidak akan ada pariwisata, tidak ada orang yang berpergian untuk berwisata. Oleh karena itu, perlindungan alam dan budaya serta pemeliharaan keanekaragaman merupakan fungsi utama pariwisata. Alam dan budaya dengan segala keunikan dan perbedaannya merupakan nilai wisata yang harus dilestarikan.

Bali sejak dulu sudah dijuluki sebagai pulau Dewata karena Bali sangat kental sekali dengan ciri khasnya yang dimana dipengaruhi dengan mayoritas masyarakat Bali yang beragama Hindu. Hal ini membuat pariwisata Bali tidak hanya menjadi andalan pemerintah Provinsi Bali akan tetapi juga seluruh bagian masyarakat Bali yang sangat berharap dari sektor penjualan dan jasa. Faktor yang membuat Bali menjadi wisata andalan bagi wisatawan mancanegara adalah karena Bali memiliki kekhasannya sendiri pada masing-masing objek wisata baik itu wisata kebudayaan maupun wisata alamnya. Selain itu wisata Bali juga didukung dengan sarana prasarana pariwisata yang lengkap. Kemudian juga Pulau Bali mendapatkan predikat sebagai salah satu destinasi populer dan terbaik di dunia pada tahun 2020 versi *Trip Advisor*, situs untuk merancang dan memesan perjalanan berbasis di Amerika Serikat⁷⁶. Alasan pencapaian ini adalah karena Bali memiliki keindahan

⁷⁵ Ardika, I. G. 2006, Kepariwisataan Untuk Siapa? (serial online) [http:// 170](http://170) Jurnal Kajian Bali Volume 06, Nomor 01, 88-100

⁷⁶ Nabila Ramadhian, 2020 “*Bali Jadi Destinasi Terbaik di Dunia Tajun 2020*”, Artikel ini ditayangkan di Kompas.com pada 02-08-2020

alam, keunikan kebudayaan dan keramahtamaan penduduk setempat. Penghargaan pulau terbaik di dunia untuk Bali ini bukan yang pertama kalinya.

Sebelum adanya pandemi COVID-19, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel. 4.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali Tahun
2014- 2019

BULAN	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	279,257	301,748	350,592	460,824	358,065	455,570
Februari	275,795	338,991	375,744	453,985	452,423	437,456
Maret	276,573	305,272	364,113	425,499	492,678	449,569
April	280,096	313,763	380,767	477,464	516,777	477,069
Mei	286,033	295,973	394,557	489,376	528,512	486,602
Juni	330,396	359,702	405,835	504,141	544,550	549,516
Juli	361,066	382,683	484,231	592,046	624,366	604,323
Agustus	336,763	303,621	438,135	601,884	573,766	606,412
September	354,762	389,060	445,716	550,520	555,903	590,398
Oktober	341,651	369,447	432,215	465,085	517,889	567,967
November	296,876	270,935	413,232	361,006	406,725	497,925
Desember	347,370	370,640	442,800	315,909	498,819	552,403
TOTAL	3,766,638	4,001,835	4,927,937	5,697,739	6,070,473	6,275,210
PERTUMBUHAN	14,89%	6,24%	23,14%	15,62%	6,54%	3,37

Sumber : BPS ProvinsBali, tahun 2020

<https://travel.kompas.com/read/2020/08/02/130500427/bali-jadi-destinasi-terbaik-di-dunia-tahun-2020?page=all>.

1. Keunggulan Wisata Alam

Bali memiliki pemandangan alam yang indah dan beragam seperti pantai, sungai, danau, pesawahan, pegunungan dan hutan. Kesindahan semua objek wisata alam di Bali masih sangat terjaga dengan baik sehingga semua objek wisata tersebut dapat dijadikan sebagai objek wisata. Salah satu objek wisata alam yang sangat menarik di Bali salah satunya adalah pantai Bali sangat terkenal sekali dengan keindahan pantainya. Seperti pantai Kuta yang merupakan sebuah objek wisata yang paling terkenal. Pantai ini terletak di selat Bali, dengan pasir putih dan ditumbuhi pohon kelapa. Kawasan pantai lainnya adalah Pantai Sanur, ini adalah pantai yang sering dikunjungi wisatawan mancanegara untuk mencari laut, pasir, dan matahari. Kemudai Pantaianjung Benoa di bagian utara kawasan Nusa Dua ini adalah tempat yang sempurna untuk *snorkeling*, *parasailing*, *boat trip*, *surfing*, *scuba diving* dan olahraga air lainnya seperti pemandangan bawah laut dengan *glass bottom boat*. Daya tarik alam lainnya yang menarik adalah keindahan panorama Gunung Batur dan Danau Batur di Kabupaten Bangli. Umumnya wisatawan yang datang ke Gunung Batur berkumpul di Penelokan di tepi kawah Gunung Batur. Selain itu, di sebelah barat Danau Batur terdapat tempat wisata yang bisa dikunjungi yaitu Bedugul memiliki danau dengan kawah dan pepohonan hijau yang asri. Bedugul menawarkan pemandangan yang sangat indah dan sejuk di objek wisata puncak bukit Danau Bratan⁷⁷.

⁷⁷ Lili Somantri, "Keunggulan Bali Sebagai Daerah Tujuan Wisata Andalan" Journal Fakultas Geografi UGM Yogyakarta

2. Keunggulan Wisata Budaya

Daya tarik wisata yang tak kalah menarik adalah wisata budaya masyarakatnya. Kehidupan masyarakat Bali sangat erat sekali hubungannya dengan agama Hindu, sehingga setiap upacara keagamaan menjadi daya tarik tersendiri yang sangat istimewa. Pura merupakan tempat peribadatan umat Hindu yang tersebar di seluruh Bali. Oleh karena itu, Bali juga di kenal sebagai “*Pulau Seribu Pura*”. Diantaranya pura yang sangat terkenal adalah :

➤ Pura Tanah Lot

Gambar 4.1 Pura Tanah Lot



Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali

Objek wisata Tanah Lot merupakan salah satu tempat wisata yang paling populer di Pulau Dewata Bali. Wisata ini terdapat sebuah pura yang terletak diatas pulau karang kecil yang menjadi tempat wajib dikunjungi oleh wisatawan

terutama pada saat matahari terbenam karena pemandangannya yang begitu mempesona.⁷⁸

➤ **Pura Besakih**

Gambar 4.2 Pura Besakih



Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali

Pura Besakih merupakan pura terbesar dan terpenting yang berada di Bali, pura ini terletak di lereng Gunung Agung pada ketinggian 1000 MDPL. Terdapat 23 pura yang terpisah, namun saling berhubungan satu sama lain. Pura terbesar ini adalah pura Penataran Agung. Mengunjungi Pura Besakih pada saat perayaan agama Hindu sangatlah menarik karena pada saat itu banyak masyarakat Bali khususnya masyarakat Bali

⁷⁸ Muh. Mazda Arifano. (2018) "Tanah Lot Sebagai Daya Tarik Wisata Di Bali" Jurnal Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta

yang beragama Hindu datang ke Pura Besakih dengan mengenakan pakaian yang indah dan membawa berbagai macam sesajen.

➤ **Pura Uluwatu.**

Gambar 4.3 Pura Uluwatu



Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali

Pura Uluwatu ini terletak persis di atas batu karang ditepi laut dengan pemandangan yang sangat indah, terutama pada sore atau menjelang malam hari. Pura Uluwatu diperkirakan berdiri sekitar abad ke-11 seusia dengan Empu Kuturan yang mendirikan pura di sekitaran Pura Besakih⁷⁹.

Selain warisan budaya berupa bangunan tradisional, Bali juga dikenal dengan keseniannya seperti seni tari, seni lukis, seni rupa, dan berbagai upacara adat atau keagamaan. Seni tari tersebut antara lain tari kecak, tari barong, tari legong, tari topeng dan tari arja. Lukisannya meliputi lukisan modern dan

⁷⁹ Rizqianto Saputra. 2012 "*Tempat Wisata Dunia yang Terkenal Di Bali*" Artikel Mahasiswa Universitas Brawijaya. Monday, April 30th, 2012.

tradisional. Seni rupanya berada di bawah genre yang berbeda seperti patung dan kerajinan termasuk bahan logam dan non-logam. Sedangkan upacara keagamaan meliputi ngamben (ngamben), piodalan pura, dan potong gigi (metatah).

➤ **Upacaya Pembakaran Mayat (Ngamben)**

Gambar 4.4 Upacara Pembakaran Mayat



Sumber: <https://keluhkesah.com/makna-dan-tujuan-upacara-ngaben/>

➤ **Upacara Piodalan Di Pura-Pura**

Gambar 4.5 Upacara Piodalan Di Pura-Pura



Sumber:
<https://www.balipost.com/news/2020/03/01/106989/Nyejer-3-Hari,Piodalan-Pura...html>

➤ Upacara Potong Gigi (Metatah)

Gambar 4.6 Upacara Potong Gigi



Sumber: <https://www.balipuspanews.com/pastika-harapkan-upacara-potong-gigi-jadikan-lebih-dewasa.html>

3. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana menjadi faktor yang sangat penting dalam menunjang pariwisata sebagai pendukungnya, seperti hotel, restouran, café, pusat oleh-oleh, sarana olah raga dan kolam renang. Bali memiliki saran dan prasaran yang sangat lengkap dan bertaraf internasional. Adanya hotel yang berkelas yang berada di dekat Kuta-Legian, hotel mewah yang berbintang lima dengan fasilitas standar internasional.

Selain itu, terdapat juga restoran, bar, penyewaan alat selancar dan lainnya yang dapat digunakan oleh wisatawan mancanegara. Kemudian menyediakan berbagai fasilitas lengkap untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan serta fasilitas olahraga yang disukai oleh kalangan wisatawan seperti *bungy jumping* dan *waterboom*. Pantai yang begitu luas dengan pasir yang berwarna putih dilengkapi dengan olahraga laut seperti selancar angin (*windsurfing*), mendayung dan *parasailing*. Masyarakat setempat juga menyediakan penyewaan jukung untuk berkeliling dan menikmati keindahan alam yang masih asri disemenanjung bukit bagian selatan. Yang paling penting adalah pesona Sapta. Artinya, aman, rapi, bersih, sejuk, indah, dan ramah. Bali memiliki segala yang menentramkan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Walaupun pernah terjadi tragedi bom Bali. Namun kini, Bali mulai berbenah diri untuk menerapkan langkah pengamanan yang lebih ketat dengan memberlakukan regulasi. Salah satunya adalah identitas saat memasuki Bali⁸⁰.

B. Penyebaran COVID-19 di Bali

Awal tahun 2020, dunia dihebohkan dengan adanya virus baru, jenis baru *coronavirus* (SARS-CoV-2), yang disebut *coronavirus disease 2019* (COVID-19).⁸¹ Awal terjadinya virus ini berawal dari Wuhan, China. Sejak kasus pertama terjadinya virus ini, jumlah kasus COVID-19 di China semakin meningkat setiap

⁸⁰ I ketut. Suwena et all (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Slamet Trisila. Bali.

⁸¹ WHO. (2020). WHO Director-General's remarks at the media briefing on 2019-nCov on 11 February 2020. Cited Feb 13rd 2020. Available on: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-generals-remarks-at-the-media-briefing-on-2019-ncov-on-11-february-2020>. (Feb 12th 2020)

hari dan mencapai puncaknya dari akhir Januari 2020 hingga awal Februari 2020. Awalnya, sebagian besar laporan berasal dari Provinsi Hubei dan sekitarnya, kemudian meningkat ke seluruh provinsi yang ada di China⁸². hingga 30 Januari, China sudah mengkonfirmasi 7.736 kasus COVID-19 dan 86 kasus lainnya telah dilaporkan di berbagai Negara seperti Taiwan, Vietnam, Thailand, Kamboja, Nepal, Sri Lanka, Malaysia, Arab, Singapura, Jepang, Korea Selatan, Filipina, India, Australia, Finlandia, Kanada, Prancis dan Jerman⁸³.

Tidak terkecuali dengan negara kita, Indonesia saat ini berada dalam situasi yang semakin mengkhawatirkan. Sejak awal kasus pertama terjadinya COVID-19 pada tanggal 2 Maret 2020, pemerintah bahkan telah menetapkan virus itu sebagai bencana non alam. Dengan adanya pandemi COVID-19 ini, segala aspek kehidupan di batasi. Ekonomi, pariwisata dan bidang lainnya mengalami penurunan yang sangat signifikan. Dengan keadaan seperti itu pemerintah semakin aktif dalam membuat kebijakan-kebijakan untuk memerangi pandemi COVID-19⁸⁴. Hal ini dilakukan mengingat jumlah positif yang terpapar virus mulai menunjukkan grafik naik. Tentu pemerintah tidak menginginkan grafik ini semakin lama semakin

⁸² Wu Z, McGoogan JM. Characteristics of and Important Lessons From the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Outbreak in China: Summary of a Report of 72314 Cases From the Chinese Center for Disease Control and Prevention. JAMA. 2020; published online February 24. DOI: 10.1001/jama.2020.2648.

⁸³ World Health Organization. Situation Report – 10 [Internet]. 2020 [updated 2020 January 30; cited 2020 March 15]. Available from: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200130-sitrep-10-ncov.pdf?sfvrsn=d0b2e480_2.

⁸⁴ Zahrotunnimah, Z. (2020). Langkah Taktis Pemerintah Daerah Dalam Pencegahan Penyebaran Virus Corona Covid-19 di Indonesia. SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I, 7(3). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15103>

meningkat, melihat kondisi geografis yang berdekatan dengan negara tetangga yang terkena infeksi pandemi COVID-19⁸⁵.

Untuk menekan angka penularan positif COVID-19, pemerintah telah menetapkan peraturan perundang-undangan untuk mempercepat penanganan COVID-19. Salah satunya adalah pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang diatur dalam PP Nomor 21 Tahun 2020. PSBB ini dapat mengurangi jumlah masyarakat yang dapat menyebabkan penyebaran COVID 19. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) merupakan sebuah kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui Kementerian Kesehatan (Kemenkes) untuk memfasilitasi respon terhadap pandemi COVID-19 yang sedang mewabah saat ini. Semua kegiatan yang berskala besar ditiadakan seperti sekolah dan kantor diliburkan, pembatasan kegiatan di tempat ramai dan fasilitas umum serta pembatasan khusus lainnya yang berkaitan dengan unsur keamanan⁸⁶.

Bali menjadi salah satu Provinsi yang menjadi sorotan dalam situasi pandemi ini, karena Bali merupakan daerah yang menjadi penyumbang devisa negara yang utama. Bali telah menyediakan 50% devisa pariwisata nasional⁸⁷. Kasus pertama di Bali tercatat pada Maret 2020. Wisatawan asing berusia 53 tahun. Sejak itu, jumlah orang yang dites positif COVID-19 meningkat dalam beberapa bulan

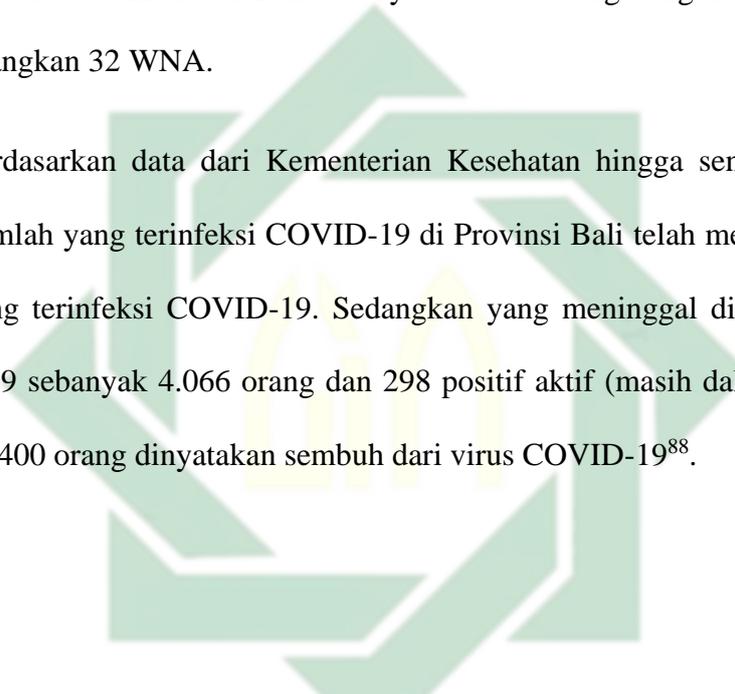
⁸⁵ Suni, N. S. P. (2020). Kesiapsiagaan Indonesia Menghadapi Potensi Penyebaran Corona. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, XII(3), 13–18. Diterbitkan, Ciamis: Program Pascasarjana FISIP UNIGAL

⁸⁶ Kemenkes. (2020). *Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Nomor 9 Tahun 2020.

⁸⁷ Emir Yawardhana. 2021 “Bali Penyumbang Devisa Terbesar di Pariwisata RI” Artikel diakses melalui CNBC Indonesia <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211222193439-4-301297/sandi-uno-bali-penyumbang-devisa-terbesar-di-pariwisata-ri>

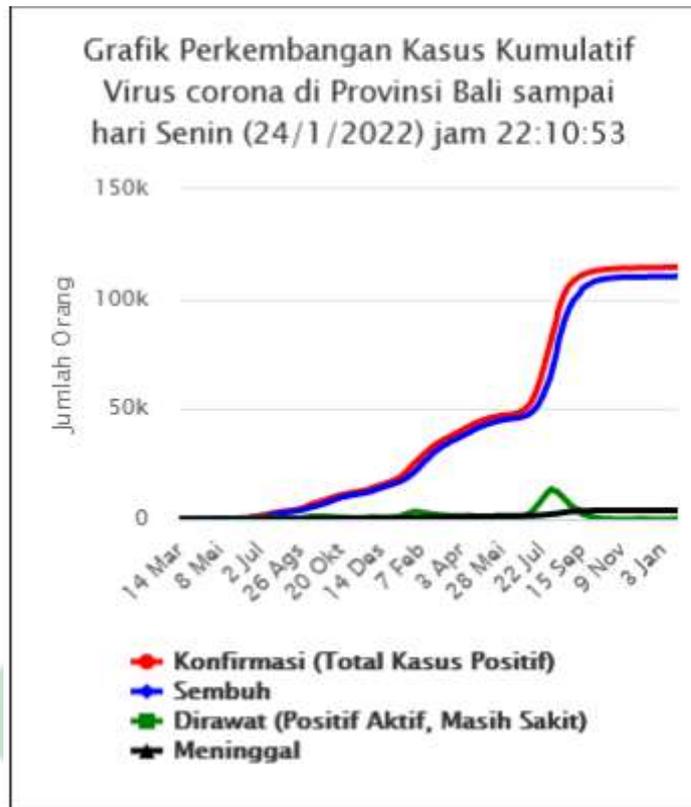
terakhir. Dan petunjuk tersebut diyakini berasal dari tempat wisata dan ritual adat yang masih berlangsung. Akumulasi kasus positif COVID-19 di Bali hingga akhir tahun 2020 mengalami fluktuatif, terbukti melihat data jumlah kumulatif pasien positif per akhir tahun 2020. Sementara hingga akhir tahun 2020 jumlah kumulatif pasien positif COVID-19 di Bali sebanyak 17.745 orang dengan rincian, 17.711 WNI sedangkan 32 WNA.

Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan hingga senin (24 Januari 2022), jumlah yang terinfeksi COVID-19 di Provinsi Bali telah mencapai 114.764 kasus yang terinfeksi COVID-19. Sedangkan yang meninggal disebabkan virus COVID-19 sebanyak 4.066 orang dan 298 positif aktif (masih dalam perawatan, serta 110.400 orang dinyatakan sembuh dari virus COVID-19⁸⁸.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁸⁸ Andra Farm. (2022). *Perkembangan Virus Corona Provinsi Bali per hari hingga 18 Februari 2022*. Jl. Bumi Sentosa Raya Blok A3 No.3, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16912, Indonesia



Berlandaskan data yang sudah ada, Kota Denpasar merupakan kota dengan angka kasus terkonfirmasi positif COVID-19 tertinggi di Provinsi Bali sebanyak 35.788 kasus, sedangkan Kabupaten Badung menjadi kabupaten dengan angka kasus terkonfirmasi positif COVID-19 terbanyak di seluruh Provinsi Bali yaitu sebanyak 19.384 kasus. Kota Denpasar juga menjadi kota dengan angka meninggal tertinggi di Provinsi Bali sebanyak 871 pasein yang meinggal, sedangkan Kabupaten Badung juga merupakan kabupaten dengan jumlah pasein yang meninggal terbanyak di Provinsi Bali yaitu sebanyak 580⁸⁹.

⁸⁹ Andra Farm. (2022). *Perkembangan Virus Corona Provinsi Bali per hari hingga 18 Februari 2022*. Jl. Bumi Sentosa Raya Blok A3 No.3, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16912, Indonesia

Terdapat 9 kota dan kabupaten di Provinsi Bali diurutkan sesuai dengan jumlah kasus terkonfirmasi COVID-19 tertinggi, sebagai berikut: Kota Denpasar sebanyak 35.788 terkonfirmasi positif sebanyak 871 meninggal dan 34.917 sembuh, Kabupaten Badung 19.384 terkonfirmasi positif sebanyak 580 meninggal dan 18.804 sembuh, Kabupaten Tabanan 10.842 terkonfirmasi positif sebanyak 495 meninggal dan 10.142 sembuh, Kabupaten Gianyar 10.686 terkonfirmasi positif sebanyak 261 meninggal dan 10.220 sembuh, Kabupaten Buleleng 10.099 terkonfirmasi positif sebanyak 484 meninggal dan 9.615 sembuh. Kabupaten Jembrana 5.672 terkonfirmasi positif 193 meninggal dan 5.429 sembuh, Kabupaten Bangli 4.688 terkonfirmasi positif sebanyak 206 meninggal dan 4.360 sembuh, Kabupaten Karangasem 3.882 terkonfirmasi positif sebanyak 288 meninggal dan 3.412 sembuh, Kabupaten Klungkung 3.731 terkonfirmasi positif sebanyak 144 meninggal dan 3.551 sembuh⁹⁰.

Maka dari itu sejak awal munculnya pandemi COVID-19, Pemerintah Provinsi Bali telah berkoordinasi dengan Dewan Desa Adat Provinsi Bali untuk mengeluarkan kebijakan bersama Nomor 05/SK/MDAProv Bali/III/2020 tentang Pembentukan Satgas Gotong Royong, berbasis desa adat Bali⁹¹. Keterlibatan desa adat dalam penanganan pandemi COVID-19, maka setidaknya berdasarkan ketentuan tambahan terkait yaitu pada kebijakan yang dibuat oleh Gubernur Bali Nomor 8851 Tahun 2020 tentang penguatan dan pencegahan COVID-19.

⁹⁰ Ibid

⁹¹ *Keputusan Bersama Gubernur Bali dan Majelis Desa Adat Provinsi Bali*,” JDIH Provinsi Bali, 28-Maret-2020 <https://jdih.baliprov.go.id/produk-hukum/peraturan-perundang-undangan/kepber-gubernur-bali-dan-mda-provinsi-bali/25116>

Kebijakan tersebut mengacu pada presiden Joko Widodo yang telah mengambil kebijakan baru yaitu Keppres tentang keadaan darurat kesehatan masyarakat menghadapi COVID-19. Berdasarkan intruksi tersebut, desa adat diharapkan agar lebih berperan penting dalam hal pengendalian kebiagatn belajar, bekerja, beribadah, tradisi adat, perjalanan, hiburan, semetara ada didalam lindungan aparat keamanan setempat⁹².

Gugus tugas percepatan penanganan COVID-19 di Provinsi Bali bertindak cepat untuk mencapai tujuan, yaitu mengurangi jumlah desa/kelurahan yang terdapat pasien positif menjadi status bersih COVID-19 pada akhir tahun 2020. Pemerintah Provinsi Bali dibantu dengan Pemerintah Daerah yang ada di Bali mengeluarkan kebijakan serta langkah-langkah tegas sehingga dapat mengurangi penyebaran virus COVID-19 dan membuat warga Bali menerapkan disiplin sosial tinggi, seperti bekerja dari rumah (*work from home*), belajar dari rumah (*study from home*) dan beribadah di rumah serta membatasi aktivitas masyarakat dan mobilitas diluar rumah serta secara ketat dalam mengawasi penduduk yang akan masuk ke Provinsi Bali baik penerbangan maupun darat⁹³.

Pemberian hukuman terhadap masyarakat yang tidak mengikut peraturan pemerintah akan disanksi secara administratif serta sanksi adat dengan dibantu oleh aparat yang bertugas agar masyarakat selalu patuh dengan peraturan dan selalu

⁹² “Instruksi Gubernur Bali Nomor 8551 Tahun 2020 tentang Penguatan Pencegahan dan Penanganan COVID-19 di Bali,” JDIH Pemerintah Provinsi Bali, 1 April 2020, <https://jdih.baliprov.go.id/produk-hukum/peraturan-perundang-undangan/ingub/25123>

⁹³ M. Habib Abitan D. (2020). *Menuju Situasi Normal Baru: Kesiapan Bali dalam Menangani COVID-19*. Researcher, Disaster Management Research Unit, CSIS Indonesia

disipilin untuk tetap dirumah agar penyebaran virus corona ini perlahan berkurang. Untuk itu dibuatlah peraturan baru yang dilakukan oleh Gubernur Provinsi Bali Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Berbasis Desa/Kelurahan Dalam Tatanan Kehidupan Era Baru di Provinsi Bali. Langkah terbaik yang dilakukan oleh pemerintah Provinsi Bali untuk menekan angka kasus COVID-19 dengan diadakan yang namanya Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PKM). PKM ini dilakukan dengan dibuatkannya pos-pos keamanan atau pemantau kegiatan masyarakat yang ada di wilayah Provinsi Bali. Dengan adanya PKM, akan adanya pengecekan terhadap masyarakat luar yang akan masuk ke wilayah Bali, baik melalui pengecekan surat-surat ataupun menanyakan keperluan dan tujuannya⁹⁴.

C. Penurunan Jumlah Wisatawan Mancanegara di Bali pada Masa Pandemi COVID-19

Bali adalah salah satu tujuan wisata utama di Indonesia yang sudah lama dikenal di kalangan dunia Internasional. Bali memiliki berbagai macam tempat wisata seperti alam dan budaya yang dapat dikunjungi oleh wisatawan mancanegara di waktu luang. Jumlah wisatawan yang datang ke Bali setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 berjumlah 6.070.473 wisatawan mancanegara mengalami peningkatan ditahun 2019 menjadi 6.725.210 wisatawan mancanegara.⁹⁵ Akan tetapi di tahun 2020 kondisi wisatawan di Bali

⁹⁴ Intruksi Gubernur Bali Nomor 03 Tahun 2021 *Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Berbasis Desa/Kelurahan Dalam Tatanan Kehidupan Era Baru Di Provinsi Bali*. Bali 8 february 2021

⁹⁵ Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2019.

mengalami penurunan yang sangat drastis. Hal ini dikarenakan adanya COVID-19 yang sangat mematikan yang dapat mengakibatkan lumpuhnya perekonomian dunia. BPS Provinsi melaporkan, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Bali pada Maret 2020 sebanyak 156.876 kunjungan wisman. Jumlah kunjungan pada Maret 2020 dibandingkan dengan kunjungan wisman bulan Februari 2020 tercatat sebanyak 363.937, terjadi penurunan sebesar 56,89%.

Tabel 4.2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2018-2020

Bulan	2018	2019	2020
Januari	358.065	455.57	528.883
Februari	452.423	437.456	363.937
Maret	492.578	449.569	156.876
April	516.777	477.069	327
Mei	528.512	486.602	36
Juni	544.512	486.602	32
Juli	624.366	604.323	47
Agustus	573.766	606.323	22
September	555.903	590.398	83
Oktober	527.889	567.967	58
November	406.725	497.925	53
Desember	498.819	552.403	150
Jumlah	6.070.473	6.275.210	1.050.504
Pertumbuhan (%)	6,54	3,37	-38.26

Sumber: BPS Provinsi Bali Tahun 2021

Pemerintah juga memberlakukan kebijakan tentang pemberhentian penerbangan yang akan masuk ke Provinsi Bali. Tentunya hal tersebut akan mengalami kerugian bagi perusahaan travel akibat penghentian penerbangan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, hingga Maret 2020 Bandara Ngurah Rai telah mencatat 1.769 unit penerbangan.

Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya pada bulan Februari 2020 terjadi penurunan sekitar 32%. Pada Maret 2020, banyak Negara mulai menerapkan langkah-langkah pembatasan di banyak daerah untuk mengurangi penyebaran COVID-19, termasuk di Indonesia⁹⁶.

Kunjungan wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk selama satu tahun pada tahun 2020 mencapai 4.052.923 kunjungan, turun sangat signifikan sebesar 74,84% dibandingkan pada tahun 2019 yang berjumlah 16.108.600 kunjungan. Jumlah kunjungan wisman pada tiga pintu besar dari 26 pintu utama tahun 2020 mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, antara lain; Ngurah Rai turun 83,02%, Soekarno-Hatta turun 82,01% dan Batam turun 84,84%.⁹⁷ Sebagian besar wisatawan mancanegara yang masuk Bali melalui Bandara Internasional Ngurah Rai, pulau yang sangat populer sebagai tempat berliburnya wisatawan mancanegara di Indonesia.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁹⁶ Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2021

⁹⁷ Kemenparekraf RI, 2021 “Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2020” diakses melalui <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2020>

Tabel 4.4. Data Penerbangan Jumlah Pesawat di Bandara Ngurah Rai

No.	Tujuan	Jumlah Pesawat				
		Mar 2019 (Penerbangan)	Feb 2020 (Penerbangan)	Mar 2020 (Penerbangan)	Perubahan (%)	
					Mar 2019 ke Mar 2020 (YoY)	Feb 2020 ke Mar 2020 (M to M)
1	Australia	672	738	528	-21,43	-28,46
2	Singapura	526	478	315	-40,11	-34,10
3	Malaysia	431	506	293	-32,02	-42,09
4	Thailand	138	125	93	-32,61	-25,60
5	Qatar	92	87	87	-5,43	0,00
6	Philipina	91	88	55	-39,56	-37,50
7	Jepang	60	51	52	-13,33	1,96
8	Uni Emirat Arab	49	58	49	0,00	-15,52
9	Korea Selatan	63	66	48	-23,81	-27,27
10	Timor Leste	61	59	44	-27,87	-25,42
11	Lainnya	705	359	205	-70,92	-42,90
Total		2 888	2 615	1 769	-38,75	-32,35

Sumber : (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2020)

Dengan turunnya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Bali memberikan pukulan telak bagi industri pariwisata. Tidak adanya wisatawan yang ingin berkunjung ke Bali akibat pandemi COVID-19, membuatnya sepi bahkan miris. Dikarenakan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah mengeluarkan imbauan yang kuat untuk tidak keluar rumah, tidak bepergian, tidak mengadakan pertemuan kelompok dan menjaga jarak saat bersama orang lain agar tidak tertular virus.

Sejak jumlah pasien positif meningkat di Bali, pemangku kepentingan pariwisata dan konsumen pariwisata menjadi memiliki rasa takut ketika melakukan

kegiatan pariwisata. Konsumen pariwisata saat ini dalam memilih aktivitas perjalanannya seringkali pilih-pilih tentang destinasi wisata yang akan dikunjungi atau tempat menginap yang akan ditinggalinya. Meskipun tempat wisata dan usaha akomodasi telah mengikuti protokol kesehatan yang direkomendasikan pemerintah. Seperti menyediakan tempat cuci tangan, pengunjung atau tamu wajib menggunakan masker, menyediakan *hand sanitizer* dan di cek suhu tubuhnya sebelum masuk ke tempat tersebut⁹⁸.

D. Kondisi Pariwisata Bali pada Masa Pandemi COVID-19

Aspek ekonomi usaha pengembangan pariwisata sangat berdampak besar pada berbagai sektor baik kecil, menengah, hingga besar dimana antara satu sektor dengan sektor yang lainnya saling mempengaruhi. Hal ini dapat meningkatkan perekonomian di tingkat kabupaten dan kota, sehingga menciptakan lapangan pekerjaan dan mencegah imigrasi penduduk ke suatu lokasi (kota) dengan mengoptimalkan sumber daya alam dan budaya daerah tersebut. Pariwisata memberikan peluang bagi usaha khususnya di bidang kerajinan, hotel, rumah makan dan jasa lainnya yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga dapat menciptakan masyarakat yang adil dan makmur. Dalam berkembangnya pariwisata, sektor ekonomi masyarakat pun semakin meningkat, membuka lebih banyak peluang usaha dan membangun lapangan kerja, yang akhirnya mempengaruhi pada lapisan masyarakat setempat. Tentunya jika dikaitkan dengan dampak sosial terhadap perekonomian, kegiatan pariwisata ini akan sangat

⁹⁸ Kemenparekraf. (2021). Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi. Melalui <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi> diakses pada 18 Agustus 2021.

berdampak sekali pada pekerjaan masyarakat setempat, terutama perubahan mata pencaharian meningkat sektor pariwisata memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan serta penghasilan di setiap individu.

Akan tetapi pada tahun 2020 industri pariwisata Indonesia mengalami penurunan yang sangat signifikan karena dengan adanya pandemi COVID-19 sangat berdampak pada sektor pariwisata Indonesia khususnya Pariwisata Bali. Bali sangat bergantung pada sektor pariwisata, yang berkontribusi hingga 53% terhadap perekonomian Bali sebelum COVID-19. Menurut Kepala BPS Provinsi Bali, pandemi akibat COVID-19 telah menekan industri pariwisata Bali yang diyakini berdampak pada perekonomian Bali. BPS Provinsi Bali menyatakan bahwa dalam tiga bulan pertama ditahun 2020 (Triwulan I), pertumbuhan negatif ekonomi Bali mengalami penurunan sebesar -1,44% dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu pada Triwulan I tahun 2019⁹⁹. Pertumbuhan negatif ini di luar kebiasaan dan diduga sangat dipengaruhi oleh wabah pandemi COVID-19, yang berdampak pada aktivitas pribadi atau sosial masyarakat.

Dampak pandemi COVID-19 kini sangat signifikan melampaui Bom Bali dan letusan Gunung Agung. Namun, meskipun ekonomi mulai pulih, sangat lambat sejak dibukakannya *new normal* pada liburan panjang akhir Oktober 2021, tetapi tingkat hunian kamar hotel tercatat 17,73%, angka tersebut naik 8,27 poin dari bulan September 2021 sebesar 9,46%, yang didominasi oleh wisatawan domestik

⁹⁹ Kementerian Keuangan RI. (2021). *Bali Tetap Kuat di Tengah Pandemi*. Diakses 19-03-2021 <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/bali-tetap-kuat-di-tengah-pandemi/>

maupun wisatawan mancanegara¹⁰⁰. Data menunjukkan untuk mencapai 53% ekonomi Bali ditopang oleh pariwisata. Apabila dilihat dari sumber tenaga kerja, hal ini juga mempengaruhi jumlah pekerjaan yang diserap dari sektor pariwisata. Untuk menciptakan lapangan pekerjaan di Bali, pemerintah Bali perlu menghidupkan kembali pariwisata Bali. Untuk target pasar akan dibuka dalam waktu dekat ini adalah wisatawan domestik terlebih dahulu. Hal ini karena daya tahan wisatawan domestik jauh lebih cepat dibandingkan dengan wisatawan mancanegara. Ini juga disebabkan beberapa negara yang hampir terkena dampak pandemi COVID-19, tidak menyediakan penduduk untuk perjalanan ke negara lain, termasuk kegiatan perjalanan. Diharapkan jumlah wisman baru pulih 50% pada 2021 dan pulih sepenuhnya pada 2022. Dengan demikian, perekonomian Bali akan kembali normal pada 2022. Tahun 2020 diperkirakan mencapai 8%. menjadi 9% sedangkan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020. 2021 diperkirakan sebesar 4% hingga 5%¹⁰¹.

Penurunan pariwisata diyakini juga berdampak secara domino pada kawasan bisnis lain, dan kawasan lain juga mengalami penurunan. Padahal empat tahun terakhir sejak tahun 2017, tekanan terhadap sektor pariwisata di Bali yang disebabkan dengan adanya pandemi COVID -19 sangat berdampak pada perekonomian di Bali. Menurut BPS provinsi Bali mengatakan bahwa perekonomian Bali dalam tiga bulan pertama (triwulan I) 2020 mengalami

¹⁰⁰ Badan Pusat Statisti Bali, 2021

¹⁰¹ Pemprov Bali. (2020). *Wakil Gubernur Bali Cok Ace Gandeng Stakeholder Bangkitkan Pariwisata Bali Ditengah Pandemi COVID-19*. Diakses melalui <https://www.baliprov.go.id/web/wakil-gubernur-bali-cok-ace-gandeng-stakeholder-bangkitkan-pariwisata-bali-ditengah-pandemi-covid-19/>

penurunan yakni -1,14 persen, dibandingkan dengan tahun sebelumnya pada triwulan pertama ditahun 2019¹⁰².

Di bawah ini adalah beberapa bisnis pariwisata yang terkena dampak COVID-19 di sektor ekonomi.

1. Biro Perjalan Pariwisata

Biro perjalanan pariwisata adalah salah satu dari sektor yang terkena dampak langsung dari pandemi COVID-19, dimana rencana perjalanan semuanya dibatalkan yang sudah diagendakan dari jauh sebelumnya, akhirnya semuanya dibatalkan karena adanya pandemi COVID-19. Tingkat pembatalan akibat COVID-19 sudah mencapai hampir 100% yang membuat banyak biro perjalanan seolah mati total secara ekonomi dan terpaksa memberhentikan seluruh karyawannya karena perjalanan masih memberatkan. Pembatalan penerbangan dan banyak faktor ekonomi lainnya yang disebabkan oleh COVID-19¹⁰³

2. Hotel

Perhotelan adalah salah satu sektor yang paling terpukul oleh pandemi COVID-19, di mana banyak hotel bergantung pada pendapatan dari kemitraan dengan agen perjalanan. Tanpa adanya dukungan dari biro jasa pariwisata, hotel seakan akan tampak lumpuh oleh aktivitas pemesanan. Ini memberikan kontribusi sebesar 60% dari pendapatan hotel. Saat ini, banyak hotel telah mem-PHK hampir 99%

¹⁰² Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2020

¹⁰³ Ribeka Martha Purwahita et all. 2021. *Dampak Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali Ditinjau Dari Sektor Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan*. Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata. ISSN (online) 2747-0636 Vol. 1, No.2, Mei 2021

karyawannya tanpa dibayar dan telah berhenti beroperasi sama sekali untuk mengurangi kerugian karena tidak ada pendapatan, tingkat hunian yang rendah dan tidak sebanding dengan pendapatan yang diterima¹⁰⁴.

3. Restoran / Rumah Makan

Restoran juga terkena dampak dari pandemi COVID-19 dan banyak yang terpaksa tutup karena sepi pembeli akibat penurunan kunjungan wisatawan di masing-masing daerah. Tanpa dukungan dari biro perjalanan dan tempat wisata, banyak restoran yang berfikir realistis untuk menutup restorannya. Misalnya dibanyak rumah makan di Bali yaitu tepatnya dikawasan pantai jimbaran, rumah makan pantai Kuta ditutup karena kurangnya wisatawan yang berkunjung ketempat tersebut baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

4. Toko Pusat Oleh-Oleh dan Souvenir

Pusat oleh-oleh dan souvenir juga terkena imbas dampak langsung pandemi COVID-19 karena semua tempat wisata didaerah tersebut ditutup mengakibatkan tidak adanya wisatawan yang berkunjung sehingga mengakibatkan pusat oleh-oleh juga banyak yang tutup bahkan di kota besar, dengan tingkat pendapatannya hanya mengandalkan pada sektor pariwisata dengan tingkat pendapatan tersebut mengalami kendala. Dengan kata lain banyak hotel yang sudah terjual khususnya di Bali, beberapa hotel sudah dijual dan beberapa juga telat dialih fungsikan melihat biaya operasional yang sangat besar dan tidak sanggup untuk menutupi kerugian

¹⁰⁴ Ribeka Martha Purwahita et all. 2021. *Dampak Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali Ditinjau Dari Sektor Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan*. Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata. ISSN (online) 2747-0636 Vol. 1, No.2, Mei 2021

yang ditimbulkan. Misalnya di Bali, pusat oleh-oleh khas Bali yaitu Krisna pusat terpaksa harus menutup semua cabang dan merumahkan hampir 80% dari karyawannya. Hal ini terjadi karena tidak ada sama sekali wisatwan domestik maupun wisatawan mancanegara yang datang ke Bali. Wisatawan domestik yang mana kita tau sendiri sekarang Indonesia memberlakukan kebijakan pembatasan perjalanan dalam bentuk apapun. Pusat oleh-oleh juga berperan sebagai UMKM yang mengantarkan barang-barang yang dijual oleh pusat oleh-oleh. Oleh karena itu, dengan ditutupnya pusat oleh-oleh, UMKM juga sangat merasakan dampaknya sehingga menimbulkan kerugian¹⁰⁵.

5. Transportasi (Darat, laut, udara)

Transportasi memegang peran penting dalam pariwisata, semua kegiatan dan pariwisata sangat membutuhkan sarana transportasi, baik antar wilayah maupun antar negara. Maskapai penerbangan, perusahaan persewaan mobil dan semua angkutan umum paling terpengaruh oleh insiden ini, karena banyak agen perjalanan dan biro perjalanan pariwisata yang membatalkan semua agenda perjalanannya untuk mengunjungi suatu destinasi wisata maupun untuk tujuan yang beranekaragam lainnya. Hingga pada bulan Juni 2020 pembatalan perjalanan telah mencapai 100%. Tidak bisa dihindari karena banyak orang takut akan penularan virus ini. Mengingat peristiwa saat ini banyak perusahaan penyewaan mobil dan biro perjalanan pariwisata yang mengalami kesulitan membayar cicilan kendaraan

¹⁰⁵ Ribeka Martha Purwahita et all. 2021. *Dampak Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali Ditinjau Dari Sektor Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan*. Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata. ISSN (online) 2747-0636 Vol. 1, No.2, Mei 2021

yang masih tetap berjalan. Tidak dapat dipungkiri perusahaan transportasi yang dijalankan oleh perorangan maupun maskapai akan tutup dan hampir seluruh karyawan akan diberhentikan¹⁰⁶.

6. Karyawan Pariwisata

Karyawan di sini adalah sumber daya manusia (SDM) yang berhubungan langsung dengan dunia pariwisata seperti karyawan hotel, restoran, souvenir, pusat oleh-oleh, persewaan mobil, pemandu wisata. Ini semua bergantung pada bisnis yang terkait langsung dengan industri pariwisata. Di sektor pariwisata sebesar 20 juta orang bergantung pada industri pariwisata. Sungguh angka yang sangat miris jika diabaikan oleh pemerintah dan bisa melebihi prediksi Kementerian Tenaga Kerja¹⁰⁷.

Dari pembahasan di atas memang sudah tidak bisa dihindari lagi, tapi kita berharap kondisi ini akan dan menjadi normal kembali. Artinya, wabah COVID-19 ini akan segera berakhir. Mengingat sektor pariwisata merupakan sumber devisa terbesar di Republik Indonesia.

¹⁰⁶ Ribeka Martha Purwahita et all. 2021. *Dampak Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali Ditinjau Dari Sektor Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan*. Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata. ISSN (online) 2747-0636 Vol. 1, No.2, Mei 2021

¹⁰⁷ Ibid

E. Upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Memperbaiki Sektor Pariwisata di Masa Pandemi COVID-19

Bencana COVID-19 menghentikan sementara pengembangan pariwisata Bali, yang berdampak pada terhentinya perekonomian Bali serta pendapatan asli daerah kabupaten dan provinsi juga terdampak. Krisis pariwisata ini memerlukan kebijakan dan tindakan yang tepat dan spesifik untuk memulai kembali (*restart*) dan memulihkan (*recover*) pariwisata Bali sehingga bisa bergerak kembali industri pariwisata di Bali selama Pandemi ini. Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang di dukung penuh oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga membuat kebijakan tentang *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability* (CHSE). Dukungan ini untuk membuka pariwisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara agar yang berkunjung ke wisata Bali merasa aman dari resiko penyebaran COVID-19 dan juga merasa nyaman saat melakukan kegiatan pariwisata di masa pandemi¹⁰⁸.

Kebijakan ini mengacu pada keputusan Menteri Kesehatan No. HK. 01.07/Menkes 382/2020 tentang Protokol Kesehatan Masyarakat di tempat-tempat umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian COVID-19 dan fokus terhadap kebersihan, kesehatan kelestarian lingkungan dan keamanan di tempat destinasi pariwisata di Indonesia. Program CHSE ini merujuk kepada kebijakan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) tentang dengan manajemen pelayanan akomodasi pariwisata selama pandemi

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Siti Chotijah S. IP, M.A selaku Ketua Umum Generasi Pesona Indonesia. Dilaksanakan wawancara pada tanggal 04 April 2022 pada pukul 11.00 WIB

COVID-19¹⁰⁹. Kemudian kebijakan ini dijadikan acuan oleh Dinas Pawisata Provinsi Bali dan Kemenparekraf berkomitmen untuk membuka pariwisata di Indonesia khususnya pariwisata Bali dan dituangkan dalam standar protokol kesehatan harus menerapkan pada tempat wisata serta dijadikan sebagai audit kelayakan industri pariwisata selama pandemi.

Dinas Pariwisata Provinsi Bali dan Kemenparekraf telah mensosialisasikan program CHSE melalui media dan program *Training of Trainers* (TOT) yang dilaksanakan di Bali dan beberapa tempat lainnya di Indonesia. Untuk mengembangkan pariwisata dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi yang didalamnya terdapat Program Studi Pariwisata atau Program Studi Perhotelan. Para calon pelatih tersebut dilatih oleh tim khusus dan kemudian digunakan sebagai alat perpanjangan pemerintah untuk mensosialisasikan program CSHE ini kepada seluruh stakeholders pariwisata di Bali sebelum diadakan penilaian kelayakan oleh auditor dari Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) yang ditunjuk oleh pemerintah. Sebagai mitra pemerintah, LSU berhak untuk melakukan audit untuk penerapan LSU di industri pariwisata Bali. Pemeriksaan CHSE dilakukan dengan menggunakan audit yang dilakukan oleh Kemenparekraf mencakup tiga aspek, antarlain: tata kelola, kesiapan sumber daya manusia dan partisipasi pengunjung pada

¹⁰⁹ World Health Organization (2020). *Listings of WHO's response to COVID-19*. Tersedia secara online di <https://www.who.int/news/item/29-06-2020-covidtimeline>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2020

bidang (*cleanliness*) kebersihan, (*health*) kesehatan, (*safety*) keselamatan dan (*environmental sustainability*) lingkungan yang berkelanjutan¹¹⁰.

Kemudian peran aktif masyarakat juga ditujukan melalui dukungan terhadap program vaksinasi. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 10 Tahun 2021 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 bahwasannya yang dimaksud dengan vaksinasi merupakan pemberian vaksin yang digunakan khusus untuk menimbulkan atau meningkatkan kekebalan seseorang terhadap penyakit, sehingga jika pernah terkena penyakit tersebut tidak akan sakit atau hanya sakit ringan dan tidak menjadi sumber penyakit penularan¹¹¹. Selama pengembangan vaksin COVID-19, telah dilakukan koordinasi untuk menanggapi dan mengaktifkan sumber daya global dan kemampuan untuk diarahkan sebagian besar kandidat vaksin yang menjanjikan¹¹². Vaksin berlanjut dikembangkan untuk mempercepat penghentian penyebaran virus. Vaksin salah satu sisi untuk mengurangi resiko penularan, hingga detail lainnya seperti jumlah kasus positif, jumlah kematian dan jumlah kesembuhan¹¹³. Hingga saat ini tingkat vaksinasi COVID-19 di Bali dosis pertama telah mencapai 99%. Sedangkan vaksinasi dosis kedua mencapai 90%. Angka yang begitu tinggi ini menjadi modal awal untuk

¹¹⁰I Nengah Subadra. 2021. *Pariwisata Budaya dan Pandemi Covid-19: Memahami Kebijakan Pemerintah dan Reaksi Masyarakat Bali*. Jurnal Kajian Bali. p-ISSN 2088-4443 # e-ISSN 2580-0698 Volume 11, Nomor 01, April 2021

¹¹¹ Kementerian Kesehatan RI. (2021). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). 2019, 4.

¹¹² Le, T. T., Andreadakis, Z, Kumar, A., Rohman, R, G. Tollefsen, S, Saville, M., & Mayhew, S (2020). The COVID-19 Vaccine Development Landscape. *Nature Reviews Drug Discovery*.

¹¹³ Valerisha, A., & Putra, M. A. (2020). Pandemi Global COVID-19 dan Problematika Negara-Bangsa: Transparansi Data Sebagai Vaksin Socio-digital?. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional, Edisi Khusus*, 131-137

mengembalikan kepercayaan kepada wisatawan mancanegara kembali berkunjung ke Bali¹¹⁴.

Kemudian untuk mendorong wisatawan mancanegara datang ke Bali, banyak tempat wisata yang disiapkan. Daya tarik wisata ini didominasi dengan jenis kowisata budaya alam, warisan, pertualangan dan wisata kesehatan. Untuk ekowisata penyedia jasa pariwisata menawarkan sejumlah aktivitas menarik bagi wisatawan, mulai dari *trekking*, bersepeda, belajar bercocok tanam hingga aktivitas di kawasan konservasi Taman Nasional Bali Barat. Sementara itu, dari segi budaya dan warisan alam, Bali juga memiliki beberapa destinasi.

Kemudian Dinas Pariwisata Provinsi Bali menerapkan *Zona Free COVID Corridor* (FCC) yang koordinatori oleh Dinas Kesehatan Bali. FCC adalah daerah sehat bebas COVID-19 melalui program vaksinasi menyeluruh bagi masyarakat yang tinggal dan beraktivitas pada zona atau kedaerah tersebut. Berdasarkan data Bank Indonesia, empat kabupaten yang disusulkan sebagai pilot project FCC yaitu Badung dengan tujuan Nusa Dua dan Kuta. Denpasar dengan tujuan Sanur, Gianyar dengan tujuan Ubud dan Klungkung dengan Nusa Penida. Akan tetapi untuk sementara zona FCC hanya ada tiga wilayah saja yang diprioritaskan yaitu Ubud, Sanur dan Nusa Dua. Karena wilayah tersebut memenuhi persyaratan teknis seperti fasilitas kesehatan, tenaga kesehatan yang cukup hingga laboratorium yang mudah diakses. Ini memang

¹¹⁴ Kemenparekraf, 2021. *Bali Siap Menyambut Wisatawan Mancanegara*. 17 November 2021 <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Bali-Siap-Menyambut-Wisatawan-Mancanegara>

sebenarnya menjadi percontohan untuk seluruh wilayah di Bali sehingga membuat wilayah tersebut mudah dijangkau dari sisi penduduk mudah di cover sehingga beberapa kasus segera diselesaikan¹¹⁵.

F. Diplomasi Kebudayaan Untuk Mempromosikan Pariwisata Bali Pada Masa Pandemi COVID-19

1. Diplomasi Kebudayaan Melalui *National Branding Wonderful Indonesia*

Sektor pariwisata menjadi yang paling terpuak oleh pandemi COVID-19. Penyebaran COVID-19 yang meluas berdampak pada pertumbuhan kinerja pariwisata domestik maupun internasional. *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) menjelaskan, jumlah kedatangan wisman mengalami penurunan sebesar 58-78% dibandingkan dengan tahun sebelumnya¹¹⁶. Secara global, penurunan wisman US\$910 miliar hingga US\$ 1,2 triliun pada tahun 2020. Perkiraan tingkat pertumbuhan pariwisata setelah pandemi memakan waktu selama 5-7 tahun berdasarkan *trend* kunjungan wisman sebelumnya. Pembatasan mobilitas hingga *lockdown* diberbagai tempat telah memicu timbulnya pengangguran termak dalam lingkungan industri pariwisata yang telah diperkirakan sekitar 50 juta masyarakat dalam sektor tersebut mengalami kehilangan pekerjaan¹¹⁷. Masalah yang diakibatkan oleh COVID-19 berdampak

¹¹⁵ Ni Putu Eka W. (2021). *Zona Hijau Pariwisata di Bali Masih Terbatas*. Artikel Bisnis.com <https://bali.bisnis.com/read/20210318/561/1369256/zona-hijau-pariwisata-di-bali-masih-terbatas> diakses pada 18 Maret 2021

¹¹⁶ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2020. *Rencana Strategis Kemenparkeraf 2020-2024*. Jakarta: Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

¹¹⁷ Engga Ayu Yulliana. (2021). *Diplomasi Budaya melalui Nation Branding Wonderful Indonesia di Era New Normal Tourism*. Jurnal Hubungan Internasional. Global & Policy Vol.9, No.1, Januari

pada industri pariwisata Indonesia, khususnya pariwisata Bali. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk keluar dari tren negatif pariwisata. Oleh karena itu percepatan pemulihan ekonomi juga merupakan langkah menuju pengembangan sektor pariwisata. Upaya pemulihan dalam sektor pariwisata dapat kita lihat dari *new normal tourism* di berbagai daerah khususnya wilayah Bali. Namun tetap mentaati aturan pemerintah yang ditetapkan oleh Menteri 02/KB/2020 Nomor KB/1/UM.04.00/M-K/2020 yang sahkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tentang protokol kesehatan di lingkungan wisata tersebut¹¹⁸.

Upaya peningkatan kualitas wisatawan di masa pandemi ditunjukkan dengan kebijakan *new normal tourism*. Ini merupakan istilah penyesuaian dari kebiasaan wisatawan baru selama pandemia COVID-19. Tantangan isolasi sosial atau keterbatasan mobilitas orang juga secara langsung membatasi pelaksanaan diplomasi kebudayaan. Seperti acara promosi budaya juga sebagian dibatalkan karena kerumunan sangat dilarang keras oleh pemerintah dan akan menimbulkan penularan COVID-19 semakin meningkat. Oleh karena itu pemerintah, pelaku ekonomi, dan para investor harus menyusun strategi agar pengelolaan pariwisata tetap berjalan. Apabila pariwisata budaya terus menerus dihentikan, intensitas pelestarian budaya akan berkurang.

¹¹⁸ Maharani, A., & Mahalika, F. 2020. New Normal Tourism As A Support Of National Economic Resistance In The Pandemi Period. Jurnal Lemhanas RI, 8 (2), 43-56.

Keterbatasan interaksi mendorong Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk dapat menyesuaikan dengan strategi pemasaran pariwisata era baru. Penyesuaian strategi pemasaran baru dilatarbelakangi berbagai alasan, di antaranya merupakan bagian dari upaya penyesuaian situasi krisis pandemi COVID-19, bentuk sebuah komitmen terhadap penyelenggaraan pelayanan publik, memelihara dan mendorong pertumbuhan pelaku pariwisata, serta menjaga eksistensi pariwisata Indonesia khususnya pariwisata Pulau Dewata Bali yang memiliki reputasi baik di pasar dunia dan pariwisata nasional¹¹⁹. Hal ini sejalan dengan konsep *new normal tourism*, berbagai alternatif penyelenggaraan pariwisata konvensional¹²⁰. Salah satunya dengan menggunakan *national branding wonderful Indonesia*.

Wonderful Indonesia adalah *Tourism-Branding* yang telah diresmikan pada tahun 2011, sebelumnya pada tahun 2008 Indonesia memilih *Visit Indonesia* sebagai *national branding* Indonesia dibidang pariwisata. Pergantian nama *Visit Indonesia* ke *Wonderful Indonesia* dilakukan dengan tujuan untuk mengubah citra pariwisata di Indonesia, dimana wisatawan mancanegara tidak hanya diterima untuk berkunjung ke Indonesia (*visit to Indonesia*) tetapi juga menikmati potensi wisata Indonesia yang luarbiasa (*wonderful*). *Brand wonderful* Indonesia dinilai lebih menarik untuk menggambarkan Indonesia.

¹¹⁹ Chotijah, S. 2020. Reputasi Brand “Wonderful Indonesia” Saat Pandemi Covid-19. *JCommsci (Journal Of Media and Communication Science)*, 3 (Special Issue), 19-25.

¹²⁰ Maharani, A., & Mahalika, F. 2020. New Normal Tourism As A Support Of National Economic Resistance In The Pandemi Period. *Jurnal Lemhanas RI*, 8 (2), 43-56.

Wonderful Indonesia diresmikan pertama kali oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia dalam agenda resmi Menteri Pariwisata ASEAN Pada 17 sampai 18 Januari 2011 di Kamboja. Gambar dari logo *wonderful Indonesia* tidak lepas dari identitas negara, yakni memakai konsep Garuda Pancasila, dengan mendeskripsikan lukisan-lukisan modern dengan menggunakan lima garis warna yang mewakili lima sila dan juga merupakan simbol keragaman Indonesia yang penuh dengan keberagaman tetapi tetap selaras¹²¹. Untuk penulisan slogan sendiri, tulisan “Indonesia” lebih besar jika dibandingkan dengan kata “Wonderful” ini merupakan untuk mengedapankan dan memperkuat posisi Indonesia diantara pesaing pariwisata yang ada di dunia¹²². Brand *Wonderful Indonesia* dan Pesona Indonesia mengacu pada tiga hal, yaitu.

1. Budaya (*culture*)

Indonesia juga jelas mempunyai kekayaan budaya yang paling besar dan heterogen dari segi suku, bahasa, tradisi dan adat istiadat.

2. Alam (*nature*)

Alam (*nature*) Indonesia adalah salah satu alam terindah di dunia, baik itu keindahan alam bawah laut, hutan dan keanekaragaman hayati mulai dari Sabang sampai Merauke.

¹²¹ Wonderful Indonesia Brand Guidelines, Diakses melalui [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Kemenpar%20-%20Wonderful%20Indonesia%20Brand%20Guidelines\(1\).pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Kemenpar%20-%20Wonderful%20Indonesia%20Brand%20Guidelines(1).pdf) , pada 13 September 2017 pukul 20:43

¹²² Ibid

3. Karya Kreatif (*Creative-man made*)

Karya kreatif mempresentasikan daya kreasi masyarakat Indonesia yang mampu menciptakan berbagai karya, pesona dan atraksi yang mamukau warga dunia.

Akan tetapi penggunaan wonderful Indonesia saat ini diadaptasi menjadi *Thoughtful Indonesia*. Penggunaan *Thoughtful Indonesia* menjadi representasi sementara selama pandemi COVID-19 berlangsung¹²³. Perubahan *brand* tersebut sesuai dengan inovasi baru yang dilakukan oleh pemerintahan untuk mengencarkan kampanye pariwisata dengan hastag #DiIndonesiaAja tujuannya adalah untuk selalu tumbuh pariwisata Indonesia agar *cash flow*¹²⁴ dari konsumsi masyarakat tetap berputar¹²⁵. Dalam strategi komunikasi pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah perubahan logo dengan mengubah logo media dari *Wonderful Indonesia* menjadi *Thoughtful Indonesia*. Menggunakan slogan *Thoughtful Indonesia* sebagai kampanye untuk kesiapan Indonesia menghadapi *new normal era* dengan menerapkan kebijakan yang telah dibuat oleh Kemenparkref tentang *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability* (CHSE). Dukungan untuk membuka pariwisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara agar yang berkunjung ke wisata Bali merasa aman

¹²³ Chotijah, S. 2020. Reputasi Brand “Wonderful Indonesia” Saat Pandemi Covid-19. *JCommsci (Journal Of Media and Communication Science)*, 3 (Special Issue),19-25

¹²⁴ *cash flow* adalah Laporan keuangan yang mencakup dampak kas dari aktivitas operasi, transaksi investasi, aktivitas treasury/transaksi keuangan, dan kenaikan atau penurunan bersih kas perusahaan selama periode waktu tertentu.

¹²⁵ Maharani, A., & Mahalika, F. 2020. New Normal Tourism As A Support Of National Economic Resistance In The Pandemi Period. *Jurnal Lemhanas RI*, 8 (2), 43-56.

dari resiko penyebaran COVID-19 dan juga merasa nyaman saat melakukan kegiatan pariwisata di masa pandemi.

Ini akan ditunjukkan melalui protokol di bidang industri pariwisata, baik perhotelan, restoran dan setiap tempat yang lainnya. Hal ini hanya upaya sementara di masa pandemi berlangsung ini merupakan sebuah strategi penyesuaian yang disebut dengan konteks logo sebagai upaya untuk penyesuaian kondisi krisis pandemi COVID-19. Logo ini digunakan untuk komunikasi domestik dan luar negeri agar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan selama pandemi COVID-19. Berikut adalah logo *Thoughtful Indonesia* dan *Wonderful Indonesia*.

Gambar 4.7 Logo *Wonderful Indonesia* dan *Thoughtful Indonesia*



Logo *Wonderful Indonesia* dan *Thoughtful Indonesia*
Kontekstual Logo Pariwisata Indonesia Selama Masa Pandemi COVID-19 dan
Master Brand Logo Pariwisata Indonesia
Sumber: kemenparefkraf.go.id, 2020.

Logo *Thoughtful Indonesia* menyerupai brand utama pariwisata Indonesia, yaitu *Wonderful Indonesia*. Pengubahannya hanya dari kata *Wonderful* berubah menjadi *Thoughtful*. Slogan ini dijadikan sebagai simbol dalam semua promosi pariwisata berupa *video*, *infografis*, *flyer* kegiatan atau pengumuman resmi

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Perubahan logo *wonderful* Indonesia juga sejalan dengan digitalisasi pariwisata dimasa *new normal*. Contoh dari pariwisata *new normal* dengan diadakannya seperti *staycation*, *solo travel*, maupun *virtual reality Tourism*. Pendekatan dengan menggunakan konsep diplomasi kebudayaan dengan integrasi diplomasi publik yang menggerakkan masyarakat setempat untuk melakukan hal yang lebih akurat dalam situasi seperti ini. Misalnya seperti *solo traveling*, ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak mulai dari sektor bisnis usaha yang secara tidak langsung dapat menggerakkan seseorang untuk melakukan hal tersebut. Adapun *virtual reality tourism* adalah sebuah teknologi yang dapat dinikmati oleh wisatawan dalam bentuk gambar dan video sehingga bisa membayangkan sebuah destinasi dengan nyata¹²⁶. *Virtual reality tourism* dapat dijadikan sebuah media yang dapat menghadirkan dan menghidupkan imajinasi bagi wisatawan, sehingga wisatawan virtual ini seolah-olah sedang mengalami dan merasakan keadaan yang sedemikian rupa¹²⁷. Adapun *virtual reality tourism* bentuk dari *new normal tourism* yang memungkinkan wisawan tidak perlu keluar dari rumah, hanya stay di rumah saja sudah merasakan berkunjung ke suatu tempat wisata. Adapun *Virtual Tourism* dapat dilakukan melalui enam bentuk, antaralain¹²⁸:

¹²⁶ Waraney, S. P. F., Tulenan, V., & Sinsuw, A. A. E. (2017). "Pengembangan Virtual Tour Potensi Wisata Baru Di Sulawesi Utara Menggunakan Teknologi Video 360 Derajat".

¹²⁷ Suhendar, A., & Fernando, A. (2016). "Aplikasi Virtual tour Berbasis Multimedia Interaktif Menggunakan Autodesk 3DsMax. *ProTekInfo (Pengembangan Riset dan Observasi Teknik Informatika)*", 3, 30-35.

¹²⁸ Riesa, R. M., & Haries, A. (2020). Virtual tourism dalam literature review. 01(1), 1–6.

a. Gambar atau Foto

Gambar dan foto merupakan salah satu media visual yang paling intensif digunakan oleh masyarakat umum saat ini. Jika media memiliki kemampuan untuk mengirim pesan dari penerima sumber ke penerima pesan yang lain. Pesan dikirim ke simbol komunikasi visual. Anda perlu memahami simbol dengan benar agar proses pesan dapat berjalan normal dan tidak ada kesalahan.

b. *Virtual Reality Photography*

Virtual reality photography adalah sebuah teknik panorama yang menyajikan pemandangan secara *spherical view*. Foto panorama adalah kombinasi dari beberapa foto dengan tujuan memperoleh foto dengan tampilan sudut lebar dan sudut lebar . foto panorama bahkan dapat menampilkan objek hingga 360°.

c. Video

Video didefinisikan sebagai potongan gambar tunggal yang disebut sebagai bingkai. Hasil pengolahan beberapa gambar menciptakan ilusi gambar bergerak karena otak tidak menangkap gambar secara individual. Video-video ini dapat dilihat di TV, komputer, web, atau smartphone.

d. Video 360 Derajat

Video 360 derajat adalah bentuk dari Virtual Reality dimana sudut pandang pengguna bisa berbentuk spherical (bulat) atau hampir bulat dengan bagian tengah video di tengah. 360 Video derajat yang diambil dengan kamera bersifat

omnidirectional atau melalui beberapa kamera yang mampu menangkap surround dan setiap video disatukan oleh untuk membentuk video 360 derajat.

e. *Interactive Video 360 Derajat*

Interactive video 360 derajat adalah pengembangan dari video 360 yang telah ditingkatkan kualitasnya. Kualitas yang telah ditambah dapat berupa menambahkan URL (*Uniform Resource Locator*) kedalamnya, mengubah adegan dengan tombol klik dan menambahkan efek khusus sehingga tidak terlihat perbedaannya.

f. *Virtual Reality*

Realitas Virtual adalah teknologi yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan lingkungan yang disimulasikan oleh komputer (*Computer Simulated Environment*), lingkungan dunia nyata yang ditiru, atau memang lingkungan yang hanya ada dalam imajinasi. Lingkungan realitas virtual saat ini umumnya memberikan pengalaman visual, ditampilkan pada layar komputer atau melalui tampilan stereoskopik, tetapi beberapa simulasi menyertakan informasi sensor tambahan seperti suara melalui speaker atau handphone.

A. Aktor Diplomasi Kebudayaan

Dalam penggunaan *national branding* Dinas Pariwisata Provinsi Bali tidak hanya bekerja sendiri melainkan ada beberapa aktor yang berperan dalam proses mempromosikan dan memperkembangkan “*Wonderful Indonesia*” sebagai *national branding*. Di antara aktor yang berperan dalam mempromosikan *wonderful Indonesia* meliputi pemerintah dan non pemerintah. Dinas Pariwisata Provinsi Bali menjadi salah satu ujung tombak dalam upaya mempromosikan

wisata dengan menggunakan *national branding wonderful Indonesia*. Dinas Pariwisata Provinsi Bali melakukan promosi dengan bekerjasama beberapa aktor non pemerintah maupun lembaga pemerintah lainnya seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Kementerian Luar Negeri (Kemenlu) dan kantor perwakilan negara yang ada diluar negeri.

Adapun aktor non pemerintah yang ikut serta dalam upaya mempromosikan wisata tersebut adalah Generasi Pesona Indonesia (GenPi). Secara umum GenPi adalah suatu komunitas yang terdiri dari masyarakat yang mempunyai ketertarikan terhadap pariwisata di Indonesia khususnya wisata Bali. Komunitas ini lebih banyak menghabiskan kegiatannya melalui media digital, salah satu tujuannya adalah mempromosikan pariwisata Indonesia khususnya wisata Bali dikancah Internasional. Menurut Ka Siti Chotijah GenPi sebagai komunitas pariwisata, ekonomi kreatif dan literasi digital di Indonesia tergerak untuk melakukan kolaborasi guna mencapai visi #IndonesiaMaju.¹²⁹ GenPi hanya berperan sebagai perantara dalam membangun atraksi dan fasilitas serta sebagai penyusun akses pada lokasi tempat wisata¹³⁰. Anggota GenPi didominasi oleh kalangan anak muda yang memiliki jiwa kreatif dalam mempromosikan pariwisata melalui media sosial seperti *blog, facebook, twitter, instagran* dan *youtube* serta mengadakan berbagai acara yang memiliki tujuan

¹²⁹ Hasil wawancara dengan Siti Chotijah S. IP, M.A selaku Ketua Umum Generasi Pesona Indonesia. Dilaksanakan wawancara pada tanggal 04 April 2022 pada pukul 11.00 WIB

¹³⁰ Departemen Kajian Strategis Permitha, 2018, Menejemen Krisis Pariwisata Indonesia: Dampak Dan Respon Aksi Teror, Kastrat Rangers: Bangkok, hal. 5.

untuk memperkenalkan dan mempromosikan pariwisata Indonesia khususnya pariwisata Bali di dalam negeri maupun di luar negeri¹³¹.

Baik GenPi merupakan masih di bawah naungan Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang didukung oleh Kemenparekraf dengan tujuan mendukung dalam program pemasaran pariwisata kepasar internasional, sehingga terjadi percepatan dan peningkatan serta pencapaian yang lebih bagi promosi pariwisata. Di tahun 2021 GenPi juga bekerja sama dengan dengan Deputi 5 Bidang Pemasaran Kemenparekraf RI mengenai MOU Co-Branding Wonderful Indonesia¹³². Dengan jumlah yang begitu banyak dan selalu didukung untuk semakin masif, GenPi memiliki potensi lebih dalam membantu Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk membangun citra baik pariwisata Bali melalui *digital marketing* yang disediakan untuk menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara¹³³.

B. Jenis Diplomasi Kebudayaan

Berdasarkan jenis diplomasi kebudayaan melalui *National Branding Wonderful Indonesia*, maka ini merupakan bagian dari diplomasi kebudayaan *propaganda*. *Propaganda* merupakan penyebaran informasi tentang nilai-nilai kesenian, sains, teknologi dan ideologi suatu negara ke negara lain. Hanya saja berbeda dengan eksibisi, propaganda dilakukan secara tidak langsung biasanya

¹³¹ Hasil wawancara dengan Siti Chotijah S. IP, M.A selaku Ketua Umum Generasi Pesona Indonesia. Dilaksanakan wawancara pada tanggal 04 April 2022 pada pukul 11.00 WIB

¹³² Hasil wawancara dengan Siti Chotijah S. IP, M.A selaku Ketua Umum Generasi Pesona Indonesia. Dilaksanakan wawancara pada tanggal 04 April 2022 pada pukul 11.00 WIB

¹³³ Ibid

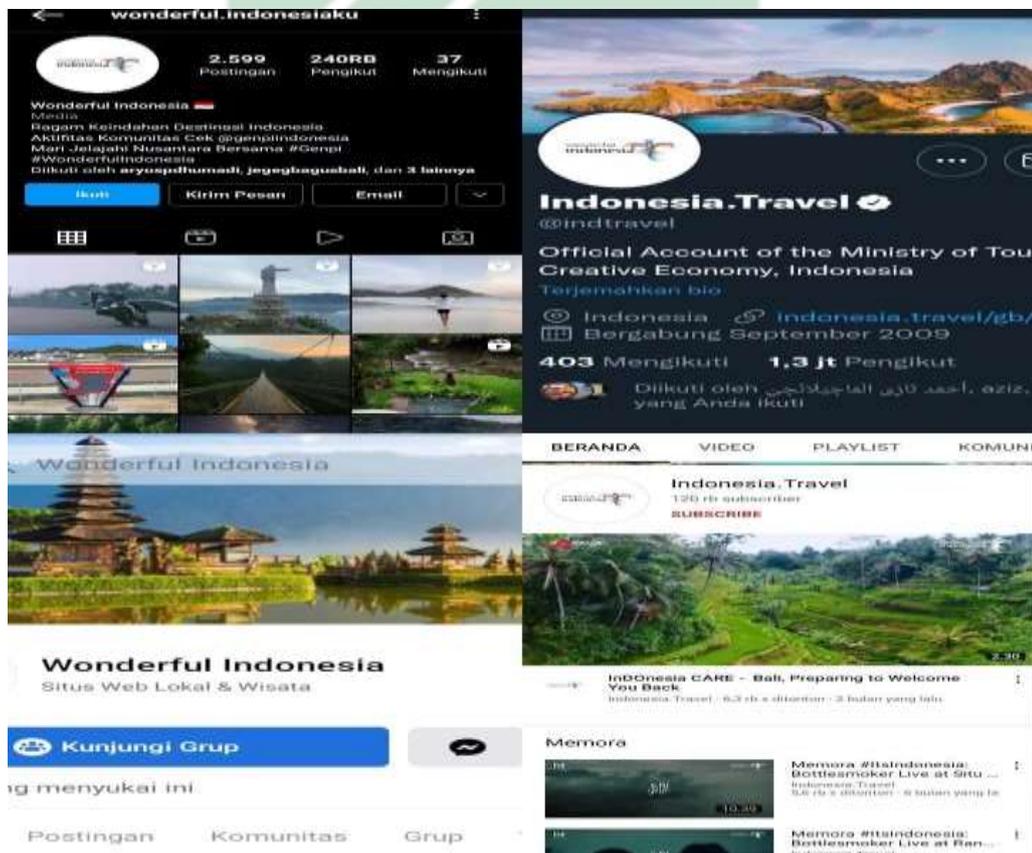
dilakukan melalui media masa dan biasanya berdominan dengan hal yang negatif. *National Branding Wonderful Indonesia* dapat mempromosikan pariwisata dan memperkenalkan seni dan budaya ke kancah internasional. Propaganda menekankan nilai-nilai kebudayaan suatu negara seperti halnya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menekankan nilai-nilai budaya Indonesia melalui *National Branding Wonderful Indonesia*

C. Upaya Diplomasi Kebudayaan

Pada tahap ini, negara harus menyediakan inovasi-inovasi baru untuk sektor yang di tentukan. Sebelumnya, menjadi sebagai identitas kompetitif di dunia internasional. Seperti yang dijelaskan, pada tahap ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menentukan sektor pariwisata dengan slogan *Wonderful Indonesia* sebagai strategi pariwisata negaranya agar di jadikan identitas kompetitif di kancah Internasional. Adanya pemulihan terhadap sektor pariwisata setelah terjadinya pandemi COVID-19 slogan “*Wonderful Indonesia*” tentunya menjadi langkah terbaik Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk mampu memberikan *new things* terhadap pariwisata Bali. Oleh karena itu, pengembangan terhadap pariwisata Bali ini sebagai upaya untuk mengoptimalkan kembali wisatawan untuk berkunjung ke wisata Bali setelah terjadinya pandemi COVID-19. Berikut upaya lain yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk mencapai target tersebut.

Upaya yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam mempromosikan pariwisata melalui *National Branding Wonderful Indonesia* dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya melalui media digital seperti *youtube, instagram, twitter* dan *facebook*.

Gambar 4.8 Akun Resmi Sosial Media Wonderful Indonesia



Promosi yang dilakukan pada media digital menggunakan video yang menayangkan keadaan pariwisata dengan menayangkan berbagai keindahan alam, keberagaman budaya, serta video perjalanan selama berwisata di tempat wisata tersebut. Selain menggunakan media digital unruk mempromosikan pariwisata,

Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kerjasama dengan pelaku bisnis yang sangat berkaitan dengan pariwisata Bali antara lain American Expres, Sea Safari, Krisna Oleh-Oleh, Waterboom Bali, Artotel Group, Sababay wibnery, Secret Garden, Taman Nusa, Crispy Duck, Element Bike dan Bakmi Naga¹³⁴.

4.9 Pelaku usaha Pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali berkomitmen promosi pariwisata bersama



Program kemitraan seperti ini memiliki peranan yang sangat penting sekali untuk meningkatkan brand *awareness* dan *recognition Wonderful Indonesia* yang merupakan *National Branding*. Bermitra dengan pelaku bisnis yang sudah memiliki nama dikalangan Internasional, diharapkan bisa mengangkat nama

¹³⁴ Luhur Putu S, 2020 “ *Bangkit Pariwisata Bali, 11 Mitra Diajak Kerja Sama*” diakses melalui Bisnis.com <https://bali.bisnis.com/read/20201109/538/1315510/bangkitkan-pariwisata-bali-11-mitra-diajak-kerja-sama>

Indonesia khususnya Bali di mata dunia lewat *Wonderful Indonesia*. Dinas Pariwisata Bali benar-benar memanfaatkan segala kemungkinan yang ada untuk memaksimalkan kegiatan promosi “*Wonderful Indonesia*”. Seluruh aktor yang berkaitan dengan pariwisata baik pemerintah maupun non pemerintah yang memiliki potensi besar dalam mempromosikan “*Wonderful Indonesia*” dijadikan mitra kerja baik dalam negeri maupun luar negeri.

Upaya Diplomasi Kebudayaan di sini bukan diplomasi kebudayaan pada umumnya karena disesuaikan dengan kebijakan di masa Pandemi COVID-19. *Wonderful Indonesia* adalah *soft power* Indonesia dalam memperkenalkan pariwisata keranah Internasional. Akan tetapi setelah dilanda pandemi COVID-19 penggunaan *Wonderful Indonesia* diadaptasi menjadi *Thoughtful Indonesia* . Penggunaan *Thoughtful Indonesia* menjadi representasi sementara selama pandemi COVID-19 berlangsung.

Menurut I Nyoman Gede selaku Koordinator Analisa Pariwisata Provinsi Bali kebijakan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan dukung penuh oleh Kemenparkref tentang *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability* (CHSE). Ini berkaitan dengan slogan *Thoughtful Indonesia* sebagai kampanye untuk kesiapan Indonesia mengahapi *new normal era* dengan menerapkan kebijakan tersebut. Dukungan untuk membuka pariwisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara agar yang berkunjung ke wisata Bali

merasa aman dari resiko penyebaran COVID-19 dan juga merasa nyaman saat melakukan kegiatan pariwisata di masa pandemi¹³⁵.

Dengan upaya Diplomasi Kebudayaan tersebut dapat menarik wisatawan mancanegara di masa Pandemi COVID-19. Dikarenakan dengan berkembangnya teknologi komunikasi, media yang sedang berkembang pesat adalah media sosial. Keterjangkauannya yang tidak dibatasi oleh geografis menjadikan media sosial digunakan oleh pihak yang berkaitan, baik personal ataupun lembaga. Media sosial kerap juga digunakan sebagai alat untuk mempromosikan sesuatu dalam menyelenggarakan program-program. Dalam hal ini Dinas Pariwisata Provinsi Bali memanfaatkan media sosial untuk dapat mempromosikan pariwisata Bali ke kancah Internasional di masa Pandemi COVID-19. Selain sisi keterjangkauan, komunikasi melalui media sosial cukup efektif karena menembus ruang geografis tersebut. Kondisi seperti ini menjadi point plus bagi Dinas Pariwisata untuk membangun pariwisata setelah dilanda COVID-19. Dan saling pengertian terhadap publiknya secara intensif, massif dan lebih emosioanal agar reputasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dapat terpercaya.

2. Diplomasi Kebudayaan Melalui Virtual Mahabharata Ballet

Hubungan antara program Vitual Mahabharat Ballet yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang bekerjasama dengan KBRI Mumbai dan Institut Seni Indonesia (ISI), dapat dilihat dengan konsep diplomasi kebudayaan. Dalam konsep ini

¹³⁵ Hasil wawancara dengan I Nyoman gede selaki Koordinator Analisa Pariwisata Provinsi Bali. Dilaksanakan wawancara pada tanggal 20 April 2021 pada pukul 09.00 WITA

penampiln Mahbharata Ballet yang ditayangkan secara virtual menjadi sarana komunikasi non-verbal yang sangat kuat untuk mempromosikan pariwisata Bali dan memperkenalkan keanekaragaman seni budaya Bali di publik Internasional¹³⁶. Oleh karena itu, diplomasi kebudayaan menggunakan penampilan Mahbharata Ballet secara virtual sebagai sarana meningkatkan *national branding* dan menekankan nilai-nilai yang memuat identitas kebudayaan Bali.



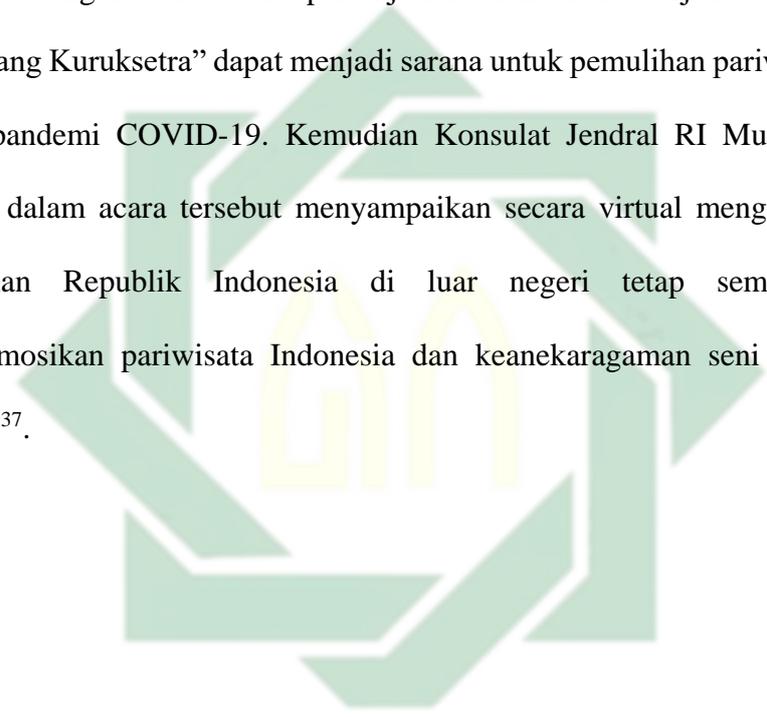
¹³⁶ Agus Yulianto. (2020). *Sendratari Lembanung Kuruksetra Pintu Pemulihan Pariwisata*. REPUBLIKA.co.id <https://www.republika.co.id/berita/qk6gw1396/sendratari-lembanung-kuruksetra-pintu-pemulihan-pariwisata> diakses pada 22 November 2020

Gambar 4.10 Virtual Budaya Mahabharata Ballet (Lembuyang Kuruksetra)



Dalam konteks ini, program virtual Mahbharata Ballet yang dilakukan oleh KBRI Mumbai yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Provinsi Bali merupakan upaya diplomasi kebudayaan untuk memperbaiki citra Indonesia di dunia Internasional. Hal ini dapat dilihat dari upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk mempromosikan pariwisata dan mengenalkan kebudayaan melalui

penampilan Mahabharata Ballet secara virtual ke dunia Internasional. Apalagi acara ini disiarkan secara virtual ke berbagai negara di dunia tentu membuka peluang besar bagi pariwisata Bali untuk dikenal lebih luas oleh masyarakat dari berbagai negara. Wakil Gubernur Bali Tjokorda Oka ARTA ardhana Sukawati berharap dengan diadakan pertunjukan sendratari berjudul “Mahbharata Lembuyang Kuruksetra” dapat menjadi sarana untuk pemulihan pariwisata Bali di tengah pandemi COVID-19. Kemudian Konsulat Jendral RI Mumbai Agus P Saptono dalam acara tersebut menyampaikan secara virtual mengatakan bahwa perwakilan Republik Indonesia di luar negeri tetap semangat dalam mempromosikan pariwisata Indonesia dan keanekaragaman seni budaya yang dimiliki¹³⁷.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

¹³⁷ Agus Yulianto. (2020). *Sendratari Lembanung Kuruksetra Pintu Pemulihan Pariwisata*. REPUBLIKA.co.id <https://www.republika.co.id/berita/qk6gw1396/sendratari-lembanung-kuruksetra-pintu-pemulihan-pariwisata> diakses pada 22 November 2020.

**Gambar 4.11 Penggalan Cerita Sendratari Mahabharata
Lembayung Kuruksetra**



Penggalan cerita Sendratari Mahabharata Lembayung Kuruksetra yang dipentaskan di Ardha Candra, Denpasar, ketika Bisma berbaring di atas anak panah menunggu hari kematiannya saat lembayung atau langit di barat berwarna merah jingga. ANTARA/Rhisma

Di dalam cerita tersebut menggambarkan ketokohan seorang Bisma. Bisma merupakan salah satu tokoh utama dalam wiracarita Mahabharata, putra dari prabu Santanu dan Dewi Gangga. Ia juga sebagai kakek dari Pandawa maupun Kurawa. Kemudian dilanjutkan dengan adegan perang yang dilakukan oleh tentara Pandawa versus Kurawa, lalu perang Arjuna versus Bisma. Karena ketangguhan seorang Bisma yang berada dipihak Kurawa, pasukan Pandawa sempat dibuat takut olehnya. Yudistira pun mengalami patah arang sehingga tak berdaya. “Kemudian kemunculan Krisna menguatkan hati Yudistira. Krisna

mengungkapkan bahwa Bisma memiliki kelemahan yakni Srikandi. Hanya srikandilah yang bisa mengalahkannya. Aku siapkan Srikandi membantu Arjuna untuk melawan Bisma”. Kata Suyataya saat bercerita. Hingga akhirnya dalam pertempuran yang sangat sengit di medan Kuruksetra. Krisna segera memerintahkan Srikandi dan Arjuna membentangkan busur panah ketubuh Bisma. Dalam beberapa detik, tubuh Bisma ditusuk oleh ribuan anak panah. Kemudian Pandawa menghampiri Bisma yang sudah tak berdaya. Bisma berfikir bahwa inilah saatnya dia pulang ke Sunia Loka. Namun, ia lebih menunggu waktu yang tepat untuk pulang sekaligus menyaksikan kehancuran Kurawa. Ini merupakan Penggalan cerita sendratari Mahabharata Lembanung Kuruksetra yang dipentaskan di Ardha Candra, Denpasar, ketika Bisma berbaring di atas anak panah menunggu hari kematiannya saat lembayung atau langit di barat berwarna merah jingga¹³⁸.

Sendratari Mahabharata merupakan salah satu pertunjukan khas Pesta Kesenian Bali (PKB). Mengintegrasikan tiga unsur pokok yaitu drama, tari dan karawitan dengan peristiwa yang diambil dari sumber epos Mahabharata, sendratari Mahabharata selalu menjadi bahan penyajian utama dan kehadirannya selalu disambut bahagia oleh penonton. Sejak pertamakali tampil di pentas PKB tahun 1981 hingga saat ini 2020, Sendratari Mahabharata terus berubah secara dinamis dengan semangat kreatif para penciptanya, mereka

¹³⁸ Agus Yulianto. (2020). *Sendratari Lembanung Kuruksetra Pintu Pemulihan Pariwisata*. REPUBLIKA.co.id <https://www.republika.co.id/berita/qk6gw1396/sendratari-lembanung-kuruksetra-pintu-pemulihan-pariwisata> diakses pada 22 November 2020

mencoba menjawab selera seni penonton Bali yang terus berubah di era globalisasi ini. Selama proses PKB, perubahan dan inovasi dalam bentuk Sendratari Mahabharata menunjukkan dinamika seni yang sering luput dari pengamatan para peneliti dan pemerhati seni di Bali. Motivasi dasar perjalanan Sendratari Mahabharata dalam PKB terkait dengan prinsip estetika sebagai seni pertunjukan teater. Pada prinsipnya sendra tari adalah seni pertunjukan, tidak menggunakan prosa, dialog lagu, atau narasi Dalang, alur ceritanya hanya disajikan melalui gerak tari dan ekspresi penari¹³⁹.

Maka dari itu, salah satu upaya untuk menarik kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali di Masa Pandemi COVID-19 adalah dengan menggunakan diplomasi kebudayaan melalui penampilan virtual Mahabharata Ballet. Karena ini merupakan salah satu alat untuk mencapai suatu kepentingan nasional. Hal ini dapat dilihat dari upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk mempromosikan pariwisata dan mengenalkan kebudayaan melalui penampilan Mahabharata Ballet secara virtual ke dunia Internasional. Apalagi acara ini disiarkan secara virtual ke berbagai negara di dunia tentu membuka peluang besar bagi pariwisata Bali untuk dikenal lebih luas oleh masyarakat dari berbagai negara.

¹³⁹ Moehkardi. (2011). Sendratari Ramayana Prambanan: Seni Dan Sejarahnya.

A. Aktor Diplomasi kebudayaan

Dalam program diplomasi kebudayaan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang bekerjasama dengan KBRI Mumbai dan ISI serta aktor-aktor Internasional yang berperan penting dalam pelaksanaan diplomasi kebudayaan. Aktor-aktor internasional yang berpartisipasi dalam Program Virtual Mahabharata Ballet tersebut berasal dari *state aktor* dan *non state aktor* yang sama-sama memegang peran penting dalam pelaksanaan diplomasi kebudayaan yang ditampilkan secara virtual ke seluruh dunia¹⁴⁰.

Dalam prosesnya, aktor negara diperankan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali dan KBRI Mumbai yang bertindak sebagai pembuat kebijakan yang bertanggungjawab untuk menyelenggarakan dan memfasilitasi program virtual *Mahabharata Ballet*, mempromosikan pariwisata di Bali selama pandemi COVID-19 dan menampilkan keragaman seni budaya yang dimiliki oleh Bali. Aktor-aktor tersebut merupakan bagian dari aktor negara karena pemerintah yang berperan langsung dalam melakukan diplomasi.

Sedangkan aktor non negara diperankan oleh Institut Seni Indonesia (ISI) dalam hal ini merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berkaitan dengan seni dan kebudayaan. ISI bertugas mendukung program yang dijalankan oleh pemerintah daerah provinsi Bali yakni pertunjukan Mahabharata Ballet secara

¹⁴⁰ Kemenlu, 2020 “*Hidupkan Kembali Potensi Pariwisata dan Kekayaan Seni di Bali, Virtual Mahabharata Ballet Ditampilkan Secara Virtual ke Seluruh Dunia*” melalui <https://kemlu.go.id/portal/i/read/1900/berita/hidupkan-kembali-potensi-pariwisata-dan-kekayaan-seni-di-bali-virtual-mahabharata-ballet-ditampilkan-secara-virtual-ke-seluruh-dunia> Diakses pada 23 November 2020.

virtual keseluruhan dunia untuk mempromosikan pariwisata dan memperkenalkan seni budaya Bali dimasa pandemi COVID-19. Dan sebagai salah satu alternatif pemerintah Indonesia khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk berinteraksi dengan dunia Internasional melalui pertunjukan Mahabharata ballet. Aktor tersebut merupakan bagian dari non aktor negara karena aktor yang terlibat adalah pihak swasta atau masyarakat Bali yang termasuk dalam diplomasi kebudayaan¹⁴¹.

B. Jenis Diplomasi Kebudayaan

Berdasarkan jenis diplomasi kebudayaan, makan dalam program virtual Mahabharata Ballet yang dilakukan oleh KBRI Mumbai yang kerjasama dengan Dinas Pariwisata Provinsi Bali dan Institut Seni Indonesia (ISI) termasuk kedalam karakteristik diplomasi kebudayaan *propaganda*. *Propaganda* merupakan penyebaran informasi tentang nilai-nilai kesenian, sains, teknologi dan ideologi suatu negara ke negara lain. Hanya saja berbeda dengan eksibisi, propaganda dilakukan secara tidak langsung biasanya dilakukan melalui media masa dan biasanya berdominan dengan hal yang negatif. Dimana seni dan budaya yang ditampilkan dalam pertunjukan Mahabharata ballet digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *national branding*, dalam hal ini, *national branding* yang diangkat oleh

¹⁴¹ Kemenlu, 2020 “*Hidupkan Kembali Potensi Pariwisata dan Kekayaan Seni di Bali, Virtual Mahabharata Ballet Ditampilkan Secara Virtual ke Seluruh Dunia*” melalui <https://kemlu.go.id/portal/i/read/1900/berita/hidupkan-kembali-potensi-pariwisata-dan-kekayaan-seni-di-bali-virtual-mahabharata-ballet-ditampilkan-secara-virtual-ke-seluruh-dunia> Diakses pada 23 November 2020.

Indonesia adalah brand “*Wonderful Indonesia*” dibawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Melalui brand ini, Indonesia khususnya Bali dapat mempromosikan pariwisata dan memperkenalkan seni dan budaya ke kancah Internasional melalui penampilan Mahabharata Ballet yang diselenggarakan secara virtual ke seluruh dunia. *Propaganda* juga menekankan nilai-nilai budaya suatu negara seperti halnya yang dilakukan oleh KBRI Mumbai dan bekerjasama dengan pemerintah daerah Bali yang menekankan nilai-nilai budaya Indonesia melalui penampilan Mahabharata Ballet. Penampilan tersebut juga menjadi sarana untuk mempromosikan Indonesia di kancah Internasional.

C. Upaya Diplomasi Kebudayaan

Mahbharata Ballet 2020 yang disiarkan langsung di Ardha Chandra Open Theater, Bali pada tanggal 21 November 2020. Ini sebuah kehormatan yang dilakukan oleh KBRI Mumbai untuk menampilkan sebuah budaya dan kesenian Bali sekaligus untuk mempromosikan destinasi pariwisata Bali di kalangan Internasional¹⁴². Bagi Bali wisman yang berkunjung ke wisata Bali selama ini sangat potensi. Wisman yang berkunjung ke Bali setiap tahunnya mengalami peningkatan pada tahun 2019 mencapai 6.275.210 kunjungan. Akan tetapi ditahun 2020 mengalami penurunan yang sangat sigifikan mencapai 1.059.198

¹⁴² Kemenlu, 2020 “*Hidupkan Kembali Potensi Pariwisata dan Kekayaan Seni di Bali, Virtual Mahabharata Ballet Ditampilkan Secara Virtual ke Seluruh Dunia*” melalui <https://kemlu.go.id/portal/i/read/1900/berita/hidupkan-kembali-potensi-pariwisata-dan-kekayaan-seni-di-bali-virtual-mahabharata-ballet-ditampilkan-secara-virtual-ke-seluruh-dunia> Diakses pada 23 November 2020.

kunjungan ini dikarenakan adanya wabah pandemi COVID-19 yang menyebabkan menurunnya dibidang pariwisata¹⁴³. Hal ini disadari bahwa sebenarnya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia 60-65% tertarik dengan budaya dan alam Indonesia sementara sisanya untuk tujuan olahraga.

Dalam *Art Festival Mahabharata Ballet 2020* menampilkan pertunjukan virtual Sendratari Mahabharata: Lembuyang Kuruksetra di gelar di Ardha Chandra Open Theater yang diselenggarakan secara virtual diseluruh dunia. Tercatat sebanyak 1100 orang yang menyaksikan pertunjukan tersebut secara live melalui media Zoom dan Youtube, terdiri dari kalangan Diplomatik pemerintah di India, para pelaku usaha dan industri pariwisata, budayawan, Mahasiswa dan akademisi, wartawan media, masyarakat India dan Indonesia di India, Indonesia dan beberapa negara lainnya yang bergabung di media tersebut. Termasuk para industri pariwisata yang selalu mempromosikan potensi pariwisata Indonesia khususnya pariwisata Bali.

¹⁴³ BPS Provinsi Bali,2020 “*Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Maret 2020*”, Berita Resmi Statistik Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali No. 30/05/51/Th. XIV, .

Gambar 4.12 Youtube ISI Denpasar



Sumber: Chanel Youtube ISI Denpasar.

<https://www.youtube.com/watch?v=8mJ8a-ByJFo>

Youtube saat ini menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di masyarakat Internasional. Dari awal berdirinya youtube hingga sampai saat ini semakin berkembang pesat sehingga menjadikan media sosial sebagai media berbagi video populer di dunia. keberadaan youtube memungkinkan masyarakat global untuk melihat dan berbagi berbagai fenomena dari perspektif yang berbeda, tidak seperti media TV yang memiliki

system lebih terstruktur. Youtube juga dapat digunakan sebagai media untuk mempromosikan pertukaran budaya¹⁴⁴

- **Pemilihan Tempat Penampilan Mahabharata Ballet**

Bali menjadi tempat pilihan penyelenggaraan Festival Mahabharata Ballet 2020 menampilkan pertunjukan virtual Sendratari Mahabharata: Lembuyang Kuruksetra, dibandingkan daerah lain dikarenakan berbagai alasan:

1. Sarana dan prasarana yang lengkap, sebagai daerah tujuan wisata internasional, Bali memiliki sarana dan prasarana yang berstandar internasional seperti bandara Internasional Ngurah Rai Bali, hotel-hotel berbintang, wahana sport air dan tempat lain.
2. Secara Culture, Bali merupakan daerah yang mayoritas masyarakatnya beragama Hindu mendukung dengan kegiatan seperti ini, karena mereka menilai kegiatan ini akan menimbulkan hal yang positif pada pariwisata di masa pandemi COVID-19, dan dengan penampilan Mahabharata Ballet dipandang dapat mempromosikan budaya dan pariwisata ke kancah internasional.

Menurut I Nyoman Gede selaku Koordinator Analisa Pariwisata Provinsi Bali “Diplomasi Kebudayaan saat pandemi COVID-19 ini dilakukan melalui secara langsung sangatlah sulit dikhawatirkan akan menimbulkan kerumunan masyarakat

¹⁴⁴ Bloom, K., & Johnston, K. M. (2010). Digging into YouTube Videos: Using Media Literacy and Participatory Culture to Promote Cross-Cultural Understanding. *Journal of Media Literacy Education* 2:2, 113-123

yang akan berdampak pada penyebaran COVID-19¹⁴⁵. Maka dari itu melalui digital, setiap negara berhak memiliki kesempatan yang sama dalam berpartisipasi politik internasional. Hal ini membuat penghalang diplomatic yang sebelumnya ada menjadi berkurang., sehingga bangsa-bangsa seluruh dunia memiliki sarana untuk membuat argumen keseimbangan diantara mereka melalui sarana digital. Pada tahun 2020 *We Are Sosial* melaporkan, sebanyak 3,8 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, jumlah ini terus bertambah setiap tahunnya, oleh karena itu, digital ini adalah sebagai salah satu alat yang banyak digunakan dalam kegiatan diplomatik¹⁴⁶.

Dinas Pariwisata Provinsi Bali melakukan pelaksanaan penampilan Mahabharata Ballet secara virtual. Tidak seperti tahun-tahun sebelumnya dilakukan secara offline. Meskipun demikian Dinas Pariwisata Provinsi Bali selalu semangat dalam mempromosikan pariwisata Bali dan memperkenalkan budaya yang dimiliki ke kancah internasional. Adapun penampilan Mahabharata Ballet secara virtual ini sepenuhnya melibatkan koordinasi dengan Satuan Tugas Penanganan COVID-19 tersebut.

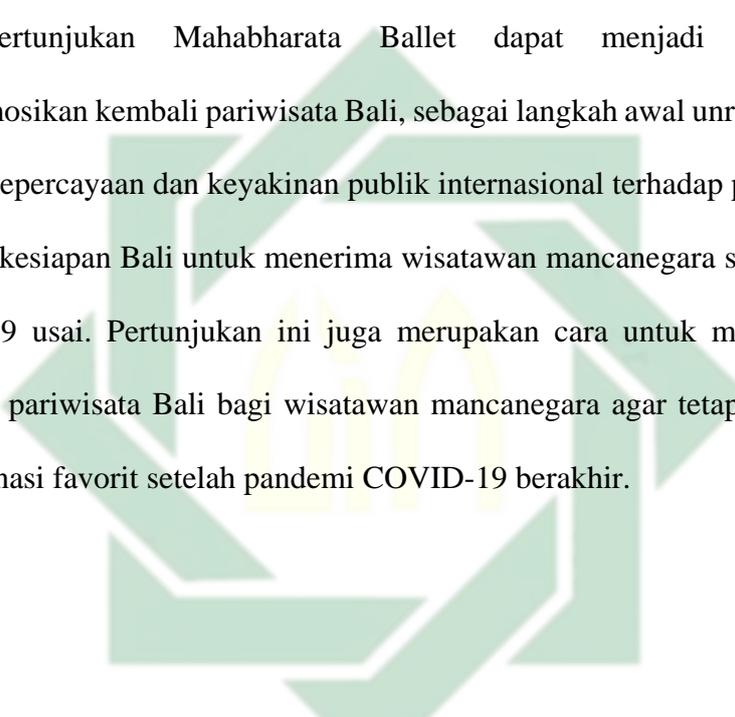
Dengan upaya Diplomasi Kebudayaan tersebut dapat memperbaiki citra pariwisata Bali dan juga dapat menarik kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali di masa Pandemi COVID-19 . Hal ini dapat dilihat dari upaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk mempromosikan pariwisata dan mengenalkan kebudayaan

¹⁴⁵ Hasil wawancara dengan I Nyoman gede selaki Koordinator Analisa Pariwisata Provinsi Bali. Dilaksanakan wawancara pada tanggal 20 April 2021 pada pukul 09.00 WITA.

¹⁴⁶ Triwibowo, A. (2020a). Diplomasi Digital: Pencitraan Cina Lewat Media Sosial selama Pandemi. Diakses 23 Agustus 2021, dari The Conversation: <https://theconversation.com/diplomasi-digital-pencitraan-cina-lewat-media-sosial- selama-pandemi-139216>

melalui penampilan Mahabharata Ballet secara virtual ke dunia Internasional. Apalagi acara ini disiarkan secara virtual ke berbagai negara di dunia tentu membuka peluang besar bagi pariwisata Bali untuk dikenal lebih luas oleh masyarakat dari berbagai negara.

Pertunjukan Mahabharata Ballet dapat menjadi media untuk mempromosikan kembali pariwisata Bali, sebagai langkah awal untuk membangun kembali kepercayaan dan keyakinan publik internasional terhadap pariwisata Bali, termasuk kesiapan Bali untuk menerima wisatawan mancanegara setelah pandemi COVID-19 usai. Pertunjukan ini juga merupakan cara untuk mempertahankan eksistensi pariwisata Bali bagi wisatawan mancanegara agar tetap menjadi salah satu destinasi favorit setelah pandemi COVID-19 berakhir.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali dan di dukung penuh oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia menggunakan dua cara untuk menarik wisatawan mancanegara di masa Pandemi COVID-19. *Pertama*, dengan mempromosikan *National Branding Wonderful Indonesia* yang saat ini diadaptasi menjadi *Thoughtful Indonesia*. Penggunaan *Thoughtful Indonesia* menjadi representasi sementara selama pandemi COVID-19 berlangsung. Perubahan *brand* tersebut sesuai dengan inovasi baru yang dilakukan oleh pemerintahan untuk mengencarkan kampanye pariwisata dengan hastag #DiIndonesiaAja tujuannya adalah untuk selalu tumbuh pariwisata Indonesia agar *cash flow* dari konsumsi masyarakat tetap berputar. Membangun *national branding* kini menjadi agenda utama bagi negara tersebut. *Kedua*, dengan mempromosikan Virtual Mahabharata Ballet. Dalam upaya ini, program virtual Mahabharata Ballet yang dipromosikan oleh KBRI Mumbai yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Provinsi Bali merupakan upaya diplomasi kebudayaan untuk memperbaiki citra Indonesia di dunia Internasional Hal ini dapat dilihat dari upaya Pemerintahan Provinsi Bali khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk mempromosikan pariwisata dan mengenalkan kebudayaan melalui penampilan Mahabharata Ballet

secara virtual ke dunia internasional. Dari penerapan upaya-upaya tersebut implementasi diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali dapat menjadi sarana untuk pemulihan pariwisata Bali di tengah Pandemi COVID-19. Sekaligus memperkenalkan dan mempromosikan pariwisata Indonesia dan keanekaragaman seni budaya ke kancah Internasional. Upaya tersebut merupakan kesiapan Bali menghadapi *new normal era* dengan menerapkan kebijakan yang telah dibuat oleh Kemenparekraf tentang *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability* (CHSE). Dukungan untuk membuka pariwisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara agar yang berkunjung ke wisata Bali merasa aman dari resiko penyebaran COVID-19 dan juga merasa nyaman saat melakukan kegiatan pariwisata di masa pandemi.

B. SARAN

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan terkait dengan upaya diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali agar pariwisata yang ada di Indonesia khususnya pariwisata Bali bisa pulih kembali setelah pandemi COVID-19. Peneliti berharap untuk ke depannya semua elemen bisa bersinergi untuk merumuskan kebijakan menata kembali ruang industri wisata Bali, setelah usai pandemi COVID-19. Kemudian harus membuat kampanye atau promosi pariwisata agar wisatawan domestik maupun mancanegara berdatangan kembali ke Bali, serta perlu mendorong Dinas Pariwisata Provinsi Bali agar membenahi destinasi pariwisata dan dapat mempromosikan kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Yulianto. (2020). *Sendratari Lembanung Kuruksetra Pintu Pemulihan Pariwisata*. REPUBLIKA.co.id
<https://www.republika.co.id/berita/qk6gwl396/sendratari-lembanung-kuruksetra-pintu-pemulihan-pariwisata> diakses pada 22 November 2020
- Ahmad Tohardi, “*Pengantar Metodologi Penelitian Sosial+Plus*”, (Tanjung pura Universitas, Pontianak, 2019) hal.491
- Ardika, I. G. (2006). Kepariwisataan Untuk Siapa. *Journal Kajian Bali Volume 06 No 01*, 88-100.
- Ayu, G. (2016, Desember). *Pentingnya Diplomasi Budaya dan Peranan Sosial Media dalam Diplomasi Budaya suatu Negara*. Retrieved from Link id: <https://ic.linkidn.com/pules/pentingnya-diplomasi-budaya-dan-peranan-sosial-media-dalam-arinta>
- Badan Pusat Statistik, (2018) “*Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Pintu Masuk Tahun 1997-1017*”
<https://www.bps.go.id/statictable/2009/04/14/1387/jumlah-kedatangan-wisatawan-> Di Akses pada tanggal 01 November 2018
- Berita Resmi Statistik “*Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali*” No. 37/06/51/Th. XIV, 2 Juni 2020. Di akses Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (bps.go.id
- Bogdan dan Biklen, in *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed. Moleong Moleong et al. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010), 248
- BPS Provinsi Bali, 2020 “*Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Maret 2020*”, Berita Resmi Statistik Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali No. 30/05/51/Th. XIV, 4 Mei 2020.
- Chairunnisa, S. (2019). Diplomasi Budaya Indonesia Oleh AIASA melalui Indofest di Australia Pada Tahun 2013-2015 Untuk Mengatasi Ketegangan Hubungan Indonesia dan Australia. *Skripsi Universitas Khatolik Parahyangan*, 13-14.
- Chotijah, S. (2020). Reputasi Brand “Wonderful Indonesia” Saat Pandemi Covid-19. *Journal of Media and Communication Science*, 19-25.

- Cull, N. J. (2009). *Publik Diplomacy*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Cynthia P. Schneider “*Cultural Diplomacy: Hard to Define, but You’d Know If You Saw It*”, *Brown Journal of International Affairs*, Fall 2006, p. 196
- Erikana Burhan, F. I. (2020). *Pneumonia COVID 19 (Diagnosa dan Pentalaksanaan di Indonesia)*. Jakarta: Perhimpunan Dokter Paru Indonesia.
- Fidle, D. P. (1998). *Microbialpolitik: Infectious Disease and Internatioal Relations. Univeritas Internastional Law Review*, 57-65.
- Gusti Ayu. 2016. “*Pentingnya Diplomasi Budaya dan Peranan Sosial Media dalam Diplomasi Budaya suatu Negara*” Diambil dari <https://id.linkedin.com/pulse/peentingnya-diplomasi-budaya-dan-peranan-sosial-media-dalam-arinta>, diakses pada tanggal 20 Desember 2018
- Hadi, S. (1989). *Metode Research II*. Yogyakarta: Adi Offset.
- Haries, R. M. (2020). Virtual tourism dalam literature review. *Jurnal Pariwisata Bunda, Volume 01 No 1. Oktober 2020*.
- Huberman, M. d. (1992). Analisa Data Kualitatif. *Journal Universitas Indonesia*, 16.
- I Komang Gede Bendesa et all (2018) “*Ekonomi Bali Dalam Prespetif Pariwisata dan Budaya*”. Jurnal ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Udayana
- I Ketut. S, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar, Bali: Slamet Trisila.
- I Ngengah S (2021). *Pariwisata Budaya dan Pandemi Covid-19: Memahami Kebijakan Pemerintah dan Reaksi Masyarakat Bali*. *Journal of Bali Studies*. p-ISSN 2088-4443 # e-ISSN 2580-0698 Volume 11, Nomor 01, April 2021
- Karyono, H. (1997). *Kepariwisataaan*. Jakarta: Grasindo.
- Khatrunada, S. A. (2019). Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Internasional Gamelan Festival 2018 di Solo. *PADJIR Vol, I No 2*, 110.
- Kusumohamidjojo, B. (1987). *Hubungan Internasional (kerangka studi analisis)*. Bandung: Bina Cipta.
- M, S. (2020, Maret Selasa). *Kisah Flu Spanyol Tahun 1918 di Hindia Belanda*. Retrieved from Republik.co.id:

<https://republika.co.id/berita/q7ofen385/kisah-flu-spanyol-tahun-1918-di-hindia-belanda-1>

- Maharani, S. &. (2020). New Normal Tourism As A Support Of National Economic Restistance In The Pandemi Period. *Journal Lemhanas RI*, 8 (2),, 43.
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, . Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Ma'soed, M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES.
- Moehkardi. (2011). *Sendaratari Ramayana Prambanan: Seni dan Sejarah*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Mohammad Shoelhi, *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*, (Simbiosis Rekatama Media, Bandung 2011), 79
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nanang Martono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (PT Raja Grafindo, Jakarta, 2010), hal. 85
- Nicholas J. Cull, “*Publik Diplomacy: Lesson from the Past*”, (USC Center on Publik Diplomacy
- Nidia, Z (2014). *Indonesia Bangun Rumah Budaya di 10 Negara*. Retried from REPUBLIK.id:
<https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/14/03/12/n2bw11-indonesia-bangun-rumah-budaya-di-10-negara>
- Nyoman S. Pendit, (1959). *Pariwisata*. Jakarta.
- Paramita, I. B. (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi COVID 19. *Pariwisata Budaya: Jurbal Ilmiah Agama dan Budaya*, 57-58.
- Peraturan Gubernur Bali Nomor 10 Tahun 2021 *Penerapan Disiplin Dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan Sebagai Upaya Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 Dalam Tatanan Kehidupan Era Baru*.
- Pitana, I. G. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Pongsapan, A. (2017). Analisis Pengaruh Jumlah Wisatawan dan Tingkat Hunian Kamar Hotel Terhadap Penerimaan Pajak Hotel di Kabupaten Toraja Utara.

Skripsi Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasannudin Makasar.

- Prabhawati, A. (2018). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya . *Jourbal of Tourism and Creativity*,2 (20), 158.
- Pramono, S. (2011). *Resources of Indonesian Soft Power Diplomacy*. Jakarta: Jakarta Post.
- Rahmadian, N. (2020, Agustus). *Bali Jadi Destinasi Terbaik di Dunia Tahun 2020*. Retrieved from Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2020/08/02/130500427/bali-jadi-destinasi-terbaik-di-dunia- tahun-2020?page=all>.
- RI, K. (2020, Februari). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2020*. Retrieved from Akun Resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2020>
- Rodrigo Tavares. 2016 “*Paradiplomacy - Cities and States as Global Players*” Oxford University Press. New York.
- Ronit Appel, A. I. (2016). Cultural Diplomacy: An Important but Neglected Tool Promoting Israel’s Publik Image”. *The Interdisciplinary Center Herzliya Lauder School of Government*.
- Rourke, J. T. (1995). *International Politics on the World Stage*. Connecticut: Dushking Publishing Group.
- Satow, S. E. (1992). *A Guide to Diplomacy Practice*. Logman Green and Co.
- Saunders-Harstings, P. R. (2016). Reviewing the History of Pandemi Influenza: Understanding Patterns of Emergence and Transmission. *Pathogens*. 1-19.
- Schneider, C. (2003). *Diploamcy That Works: Best Practices in Cultural Diplomacy*. Washington DC: Georgetown University.
- Shafira Chairunnisa, “*Diplomasi Budaya Indonesia Oleh AIASA melalui Indofest di Australia Pada Tahun 2013-2015 Untuk Mengatasi Ketegangan Hubungan Indonesia dan Australia*”, (Skripsi, Universitas Katolik Parahyangan, 2019), hal.13-14
- Shoelhi, M. (2011). *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Siswo Pramono. 2011. “*Resources of Indonesian Soft Power Diplomacy*”. Jakarta: Jakarta Post.

- Sugiyono. (2018). *Penelitian Kualitatif dalam Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendra, A. &. (2016). Aplikasi Virtual tour Berbasis Multimedia Interaktif Menggunakan Autodesk 3DsMax. ProTekInfo . *Journal Pembangunan Riset dan Observasi Teknik Informatika*, 30-33.
- Suni, N. S. (2020). Kesiapsiagaan Indonesia Menghadapi Potensi Penyebaran Corona. *Journal Kesejahteraan Sosial Vol.XII.No.3/1/Puslit/Februari/2020*.
- Supriyanto. (2017). Pengaruh Jumlah Wisatawan Terhadap Penerimaan Pajak Hotel Melalui Peningkatan PDRB di Kota Makassar. *Skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas UIN Alaidin Makasar*.
- Sutrisno Hadi, Metode Research II, (Yogyakarta: Adi Offset, 1989), hlm 192.
- Tim Peneliti Universitas Sebelas Maret, "Kerjasama Kebudayaan Indonesia dengan Negara-Negara Kawasan Asia Pasifik dalam Rangka Peningkatan Citra Indonesia, Surakarta 1993", Hal.8
- Tohardi, A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial*. Pontianak: Tanhung Pura.
- Triana, I. A. (2020). Ekspektasi, Realisasi Dan Negosiasi Tourism Reborn Di Masa Pandemi Dalam Pariwisata Bali. *Volume 1, No 2 Oktober* .
- Tuch, H. N. (1990). *Communicating With the World*. New York: Martin Perss.
- Van Kim Hoang Ha "Peran Diplomasi Budaya Dalam Mewujudkan Komunitas Sosial-udaya ASEAN: Kasus Vietnam", *Jural Ilmiah Kependidikan*, Vol. X, No. 1, hal.3
- Waller, M. J. (2009). *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*. Washington, DC: Institute of World Politics Press
- Wang, J. (2006). Publik Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy*.
- Waraney, S. P. (2017). Pengembangan Virtual Tour Potensi Wisata Baru Di Sulawesi Utara Menggunakan Teknologi Video 360 Derajat. *Journal Teknik Informatika*, 1-8.
- Warsito Tulus, W. K. (2007). *Diplomasi Kebudayaan: Konseo dan Relevansi bai Negara Berkembang*. Yogyakarta: Penerbut Ombak.
- Waston, A. (1984). *The Dialogues Between States*. London: Methuem.

World Health Organization (2020). Listings of WHO's response to COVID-19. Tersedia secara online di <https://www.who.int/news/item/29-06-2020-covidtimeline>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2020

Yanuar Ikbar, 2014. *Metodologi & Teori Hubungan Internasional*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2014). 18

Zahrotunnimah. (2020). Langkah Taktis Pemerintah Daerah Dalam Pencegahan Penyebaran Virus Corona Covid-19 di Indonesia. *Journal Sosial dan Budaya*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A