

DIPLOMASI PARIWISATA INTERNASIONAL INDONESIA, 2021-2025

(Skripsi)

Oleh:

ADE NUR FITRIYANI

NPM. 2216071042



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2026

ABSTRAK

DIPLOMASI PARIWISATA INTERNASIONAL INDONESIA, 2021-2025

Oleh

ADE NUR FITRIYANI

Pandemi COVID-19 menjadi titik balik bagi sektor pariwisata internasional Indonesia, dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari 16,11 juta pada tahun 2019 menjadi hanya 1,56 juta pada tahun 2021. Dalam pemulihan pascapandemi, Indonesia menghadapi berbagai tantangan seperti ketimpangan pengembangan destinasi dengan dominasi Bali, perubahan perilaku wisatawan yang kian berhubungan dengan kesehatan dan keterlibatan, serta kebutuhan untuk memperkuat kerja sama internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana diplomasi pariwisata Internasional Indonesia berkontribusi terhadap pemulihan kunjungan wisatawan mancanegara serta penguatan daya saing pariwisata pada tahun 2021–2025.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dengan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan konsep diplomasi pariwisata yang mencakup lima elemen utama, mobilitas wisatawan internasional, kebijakan dan regulasi pariwisata, kerja sama internasional, daya tarik kawasan sebagai destinasi, serta pengelolaan batas dan aksesibilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi pariwisata Indonesia berjalan secara bertahap melalui lima elemen tersebut. Pemerintah melonggarkan kebijakan visa melalui perluasan *Visa on Arrival* dan penerapan *e-VoA*, aktif dalam kerja sama multilateral, bilateral, maupun sub-nasional di bidang pariwisata serta mendorong pengembangan lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas melalui penyelenggaraan *event* internasional seperti MotoGP Mandalika dan F1 Powerboat Danau Toba. Upaya ini berhasil memulihkan kunjungan wisatawan mancanegara hingga 13,9 juta pada tahun 2024 dan meningkatkan peringkat daya saing Indonesia dari posisi 32 ke posisi 22 dunia dalam *Travel & Tourism Development Index (TTDI)* 2024.

Kata Kunci : Diplomasi Pariwisata, Indonesia, Pariwisata Internasional

ABSTRACT

INTERNATIONAL TOURISM DIPLOMACY OF INDONESIA, 2021–2025

By

ADE NUR FITRIYANI

The COVID-19 pandemic marked a turning point for Indonesia's international tourism sector, with international tourist arrivals declining dramatically from 16.11 million in 2019 to only 1.56 million in 2021. In the post-pandemic recovery period, Indonesia faced various challenges, including the unequal development of tourism destinations characterized by the dominance of Bali, changes in tourist behavior that increasingly emphasized health and meaningful engagement, and the need to strengthen international cooperation. This study aims to explain how Indonesia's international tourism diplomacy contributed to the recovery of international tourist arrivals and the strengthening of tourism competitiveness during the period of 2021–2025. This research employs a qualitative descriptive-analytical approach, utilizing literature review and document analysis as data collection techniques. The analysis is conducted using the concept of tourism diplomacy, which consists of five key elements: international tourist mobility, tourism policies and regulations, international cooperation, destination attractiveness, and border management and accessibility. The findings indicate that Indonesia's tourism diplomacy was implemented progressively through these five elements. The government relaxed visa policies through the expansion of the Visa on Arrival (VoA) scheme and the implementation of the electronic Visa on Arrival (e-VoA), actively engaged in multilateral, bilateral, and subnational tourism cooperation, and promoted the development of the Five Super Priority Tourism Destinations through the organization of international events such as the MotoGP Mandalika and the F1 Powerboat Lake Toba. These efforts successfully contributed to the recovery of international tourist arrivals, reaching 13.9 million in 2024, and improved Indonesia's tourism competitiveness ranking from 32nd to 22nd place globally in the Travel & Tourism Development Index (TTDI) 2024.

Keywords : Tourism Diplomacy, Indonesia, International Tourism

DIPLOMASI PARIWISATA INTERNASIONAL INDONESIA, 2021–2025

Oleh:

ADE NUR FITRIYANI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS LAMPUNG

2026

Judul Skripsi : **DIPLOMASI PARIWISATA INTERNASIONAL
INDONESIA, 2021-2025**

Nama Mahasiswa : **Ade Nur Fitriyani**

Nomor Pokok Mahasiswa : 2216071042

Jurusan : Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



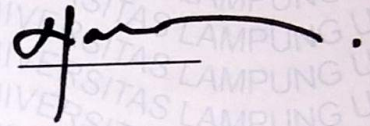
2. **Ketua Jurusan Hubungan Internasional**

Simon Sumanjoyo Hutagalung
Dr. Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A.
NIP. 198106282005011003

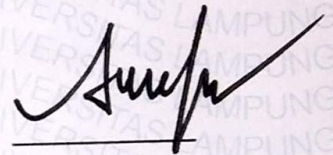
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Hasbi Sidik, S.IP., M.A.**



Penguji Utama : **Dr. Arie Fitria S.IP., M.T., DEA**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP. 197608212000032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juni 2026

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkannya dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandarlampung, 25 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Ade Nur Fitriyani

2216071042

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Ade Nur Fitriyani, lahir pada 17 November 2004 di Bandar Lampung. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Zainal Abidin dan Ibu Zuryatina. Penulis menempuh pendidikan formal TK Kharisma, kemudian melanjutkan ke SD Negeri 1 Margajaya Bekasi. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 7 Kota Bekasi dan melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 2 Kota Bekasi. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan akademik maupun non-akademik sebagai bagian dari pengembangan kemampuan dan wawasan. Penulis tergabung dalam Himpunan Jurusan Hubungan Internasional, dan menjadi sekretaris di divisi *Marketing and Communication* (MARCOM), serta menjadi delegasi *Short Movie*, pada Pertemuan Nasional Mahasiswa Hubungan Internasional se-Indonesia (PNMHII ke-37). Selain itu, penulis juga aktif dalam berbagai kegiatan kepanitiaan baik di tingkat organisasi maupun kegiatan sosial. Selain itu, penulis juga melaksanakan kegiatan magang di Kantor Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi Lampung sebagai bagian dari upaya untuk menambah pengalaman dan pemahaman terhadap dunia kerja.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al – Baqarah: 286)

“It’s not always easy, but that’s life. Be strong because there better days ahead”

-Mark Lee

“Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”

-Ade Nur Fitriyani

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan tanpa kehendak dan izin dari Allah SWT, serta dukungan dari orang-orang yang memiliki arti besar dalam kehidupan penulis. Karya ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan penghormatan kepada:

Bunda Tercinta

yang menjadi alasan utama penulis bisa bertahan hingga saat ini. Terima kasih atas segala motivasi, semangat, harapan serta bersedia menjadi sandaran terkuat dari kerasnya dunia, terima kasih karena tidak pernah menuntut akan segala hal dan bahkan senantiasa mendampingi setiap langkah penulis untuk menjadi seseorang yang berpendidikan. Terima kasih atas kasih sayang tanpa batas yang diberikan, mendoakan tanpa henti dan terima kasih atas kesabaran serta segala bentuk pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup penulis.

Ayahanda Tersayang

yang selalu berjuang tanpa mengenal kata lelah dan menyerah demi mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis. Ayah memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan dan semangat, serta selalu mengajarkan kebaikan dalam hidup sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terima kasih untuk setiap cucur keringat dan kerja keras yang engkau turahkan menjadi sebuah nafkah hingga anakmu bisa sampai di tahap ini.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, anugerah, dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul “*Diplomasi Pariwisata Internasional Indonesia, 2021-2025*” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, baik berupa bantuan, doa, maupun semangat yang telah diberikan selama proses penulisan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A., selaku ketua Jurusan Hubungan Internasional FISIP Universitas Lampung;
3. Prof. Dr. Ari Darmasuti, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih atas masukan dan arahan akademik selama masa perkuliahan hingga proses penulisan skripsi;
4. Bang Hasbi Sidik, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing, memberikan arahan, masukan, serta ilmu yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih telah mempermudah setiap proses, ketersediaan waktu, serta kesabaran dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;
5. Mba Astiwi Inayah, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah membimbing, memberikan arahan, masukan, serta ilmu yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan

terima kasih telah mempermudah setiap proses, serta dukungan dan bantuan yang telah diberikan hingga skripsi ini dapat diselesaikan;

6. Mba Dr. Arie Fitria, S.IP., M.T., D.E.A. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan masukan, saran, serta evaluasi yang membangun sehingga skripsi ini dapat diperbaiki dan diselesaikan dengan lebih baik;
7. Seluruh dosen dan staf Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung, yang telah banyak memberikan ilmu, waktu, dan bantuannya kepada penulis selama masa perkuliahan berlangsung hingga dengan penulisan skripsi dan senantiasa mendorong agar menjadi pribadi yang lebih baik dan berguna di kehidupan bermasyarakat;
8. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Zainal Abidin dan Bunda Zuryatina, dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Meskipun Ayah dan Bunda tidak berkesempatan menempuh pendidikan hingga bangku perkuliahan, keduanya selalu mengupayakan agar penulis dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Dengan segala keterbatasan yang ada, Ayah dan Bunda selalu menjadi sumber kekuatan, penguat langkah, dan tempat kembali bagi penulis dalam setiap proses yang dijalani. Sebagai anak tunggal, penulis sangat bersyukur dan bangga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana sebagai lulusan pertama di keluarga. Setiap cucuran keringat, kerja keras, dan tanggung jawab Ayah dalam menafkahi keluarga menjadi jalan bagi penulis untuk dapat mengenyam pendidikan hingga tahap ini, sekaligus menjadi teladan tentang arti keteguhan dan tanggung jawab. Bunda senantiasa menghadirkan doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang tanpa batas yang terus mengiringi setiap langkah dan ikhtiar penulis, dengan kesabaran dan pengorbanan yang tak pernah terhitung. Seluruh dukungan, perhatian, serta keikhlasan Ayah dan Bunda menjadi sumber kekuatan, inspirasi, serta pelita yang senantiasa menerangi perjalanan penulis dalam menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, umur yang panjang, serta membalas seluruh kebaikan, pengorbanan, dan keikhlasan Ayah dan Bunda dengan pahala yang berlipat ganda.

9. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar atas doa dan dukungan yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
10. Kepada Anastasya Angella Shaszfhfa sahabatku tersayang, teman yang sudah seperti saudara bagi penulis, yang dengan ketulusan hati selalu menghadirkan doa, dukungan, menjadi tempat berbagi cerita, serta selalu kebersamaian dan menemani saat suka maupun duka selama perjalanan penulis sejak awal masa perkuliahan.
11. Kepada teman-teman tercinta "PSBK" (Aryo, Assa, Risma, Wiki, Tasya, Lulu, Wanda, Tito, Dhaniel, dan Dzakwan), perjumpaan kita di bangku perkuliahan merupakan anugerah yang tidak pernah penulis sangka sebelumnya. Kalian bukan sekadar teman seperjalanan, melainkan keluarga yang tumbuh bersama dalam suka dan duka proses akademik maupun kehidupan pribadi. Kehadiran kalian selalu menjadi tempat berbagi cerita, pendengar setia, saling membantu disaat kesulitan, serta penopang semangat yang mampu menerima penulis apa adanya tanpa menghakimi. Setiap tawa, diskusi, dan dukungan tulus yang tercipta diantara kita menjadi kekuatan tersendiri dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas setiap kenangan indah, setiap perjalanan hidup, dan setiap momen berharga yang telah kita lalui bersama.
12. Kepada teman-teman "Hasbi's children" (Cynthia dan Aldea), terima kasih atas segala nasihat, arahan, serta bantuan dengan tulus tanpa pamrih kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini. Di setiap masa sulit, kalian hadir sebagai penguat dan petunjuk arah. Terima kasih atas kepedulian, kesabaran, dan ketulusan yang selalu kalian berikan.
13. Kepada demisioner kabinet Abhinava PHMJ-HI Periode 2024/2025, terima kasih telah memberikan pengalaman organisasi, kebersamaan, serta pembelajaran yang berarti dalam proses pengembangan diri penulis.
14. Kepada seseorang yang tidak bisa penulis tuliskan namanya. Terima kasih atas kebersamaan, pengalaman, dan pelajaran yang tertinggal dalam setiap proses. Ternyata hadirnya anda mengajarkan penulis arti kedewasaan, kesabaran, dan keikhlasan dalam menjalani hidup. Segala yang terjadi terjadi bagian dari proses, yang perlahan membentuk penulis menjadi

pribadi yang lebih kuat. Karena luka pasti membawa kita untuk berubah, maka berubahlah ke arah yang lebih baik. *In the end, loving someone doesn't always mean having them.*

15. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Ade Nur Fitriyani, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika keraguan datang silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk diteruskan. Terima kasih karena tetap memilih melanjutkan, walau seringkali tidak tahu pasti kemana arah ini membawa. Terima kasih karena telah menjadi teman paling setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi, dalam lelah, dalam diam dan penuh tanya, terima kasih karena telah mempercayai proses, meski hasil belum sesuai harapan. Meski harus menghadapi kegagalan, kebingungan bahkan perasaan ingin menyerah. Terima kasih karena tidak membiarkan rasa takut membatasi langkah, karena keberanian bukanlah ketiadaan rasa takut, melainkan keinginan untuk tetap bergerak meski takut masih melekat erat, dan paling penting, terima kasih karena sudah berani memilih. Memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. *Let's grow together and become better people every single day.*

Bandarlampung, 27 Mei 2026

Ade Nur Fitriyani
2216071042

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR SINGKATAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Analisis	12
2.1 Konsep Diplomasi Pariwisata.....	12
2.3 Kerangka Pemikiran	16
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Fokus Penelitian	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Teknik Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Hasil.....	26
4.1.1 Pariwisata Indonesia dalam Perspektif Diplomasi Pariwisata.....	26
4.1.1.1 Mobilitas Internasional Wisatawan.....	26
4.1.1.2 Regulasi Pariwisata Internasional Indonesia.....	34
4.1.1.3 Daya Tarik Kawasan Sebagai Destinasi	40
4.1.1.4 Pengelolaan Batas dan Aksesibilitas.....	45

4.1.2 Pariwisata Indonesia sebagai Instrumen Hubungan Internasional	50
4.1.2.1 <i>Managing Cross-Border Mobility</i>	52
4.1.2.2 <i>Fostering International Cooperation</i>	57
4.1.2.3 <i>Shaping Destination Image</i>	66
4.2 Pembahasan	73
4.2.1 Analisis Pariwisata Internasional Indonesia dalam Elemen Konsep Diplomasi Pariwisata	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2021-2025	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1 Penyelenggaraan ASEAN Tourism Forum (ATF) 2023 di Bantul, Yogyakarta.....	61
Gambar 4. 1 Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 di Hotel Apurva Kempinski, Kabupaten Badung, Provinsi Bali, pada 15 November 2022	62
Gambar 4.3 Indonesia Raih Penghargaan “Best Tourism Village 2023” dalam Rorum UNWTO	64
Gambar 4. 2 Pembukaan IAF Ke-2 dan HLF MSP di Bali, Indonesia Angkat Agenda Pembangunan Ke Level Lebih Tinggi	65

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Berdasarkan Negara Asal Utama Tahun 2021-2025	31
Tabel 4.2 Pemetaan Kerja Sama Diplomasi Pariwisata Indonesia	57

DAFTAR SINGKATAN

ADWI	: Anugerah Desa Wisata Indonesia
ATF	: <i>ASEAN Tourism Forum</i>
ATSP	: <i>ASEAN Tourism Strategic Plan</i>
BPS	: Badan Pusat Statistik
BVK	: Bebas Visa Kunjungan
CHSE	: <i>Cleanliness, Health, Safety, and Environment</i>
IMT-GT	: <i>Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangel</i>
IHR	: <i>International Health Regulations</i>
ITDC	: <i>Indonesia Tourism Development Corporation</i>
Kemenparekraf	: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia
KSPN	: Kawasan Strategis Pariwisata Nasional
MICE	: <i>Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions</i>
PDB	: Produk Domestik Bruto
PSBB	: Pembatasan Sosial Berskala Besar
RIPPARNAS	: Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional
RPJMN	: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
SPTD	: <i>Super Priority Tourism Destinations</i>
TTCI	: <i>Travel & Tourism Competitiveness Index</i>
TTDI	: <i>Travel and Tourism Development Index</i>
UNWTO	: <i>United Nations World Tourism Organization</i>
VoA	: <i>Visa on Arrival</i>
WEF	: <i>World Economic Forum</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata internasional merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian global yang terus mengalami dinamika, terutama setelah dampak pandemi COVID-19. Sektor ini tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai sarana hubungan antarnegara melalui pendekatan kerja sama lintas batas. Dalam konteks global, negara-negara semakin memanfaatkan sektor pariwisata sebagai instrumen diplomasi pariwisata, yaitu upaya negara dalam membangun hubungan internasional, meningkatkan citra destinasi, serta menarik wisatawan mancanegara melalui promosi dan kerja sama strategis.

Dalam kajian hubungan internasional diplomasi pariwisata secara konseptual memiliki keterkaitan erat dengan *public diplomacy* dan *soft power*. *Public diplomacy* dipahami sebagai upaya negara untuk membentuk persepsi publik internasional melalui komunikasi, interaksi, dan representasi identitas nasional, sedangkan *soft power* merujuk pada kemampuan negara untuk mempengaruhi aktor lain melalui daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan (Nye, 2004). Dalam konteks ini, pariwisata menjadi media strategis karena memungkinkan terjadinya kontak langsung antara masyarakat global dengan identitas suatu negara melalui pengalaman wisata. Oleh karena itu, pariwisata dapat dipahami sebagai salah satu instrumen strategis *soft power* yang memungkinkan negara memperkuat posisinya dalam sistem internasional melalui pendekatan non-koersif.

Namun demikian, literatur juga menunjukkan bahwa negara-negara berkembang dan *middle power increasingly* menggunakan pariwisata sebagai instrumen diplomasi alternatif untuk meningkatkan posisi mereka dalam sistem internasional. Dalam konteks ini, Indonesia sebagai negara berkembang dengan karakteristik *middle power* memiliki potensi besar untuk memanfaatkan pariwisata sebagai sumber *soft power*, mengingat kekayaan budaya, keanekaragaman alam, serta posisi geografis yang strategis. Namun, posisi Indonesia dalam perdebatan ini masih memerlukan penguatan analitis, khususnya terkait bagaimana strategi diplomasi pariwisata diintegrasikan dalam kebijakan luar negeri secara lebih sistematis (Mahmud & Mokodompit, 2025; Fajar, 2026).

Sebelum pandemi, sektor pariwisata menyumbang sekitar 10% PDB dunia dan menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat menurut UNWTO. Indonesia, dengan lebih dari 17.000 pulau dan keberagaman budaya, menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan untuk peningkatan devisa, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pembangunan wilayah (Utami & Kafabih, 2024). Dalam konteks ini, pemerintah Indonesia memosisikan pariwisata tidak hanya sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen diplomasi pariwisata untuk memperkuat hubungan internasional serta meningkatkan daya tarik Indonesia di mata dunia (Dewi, 2023; Satrio, 2021).

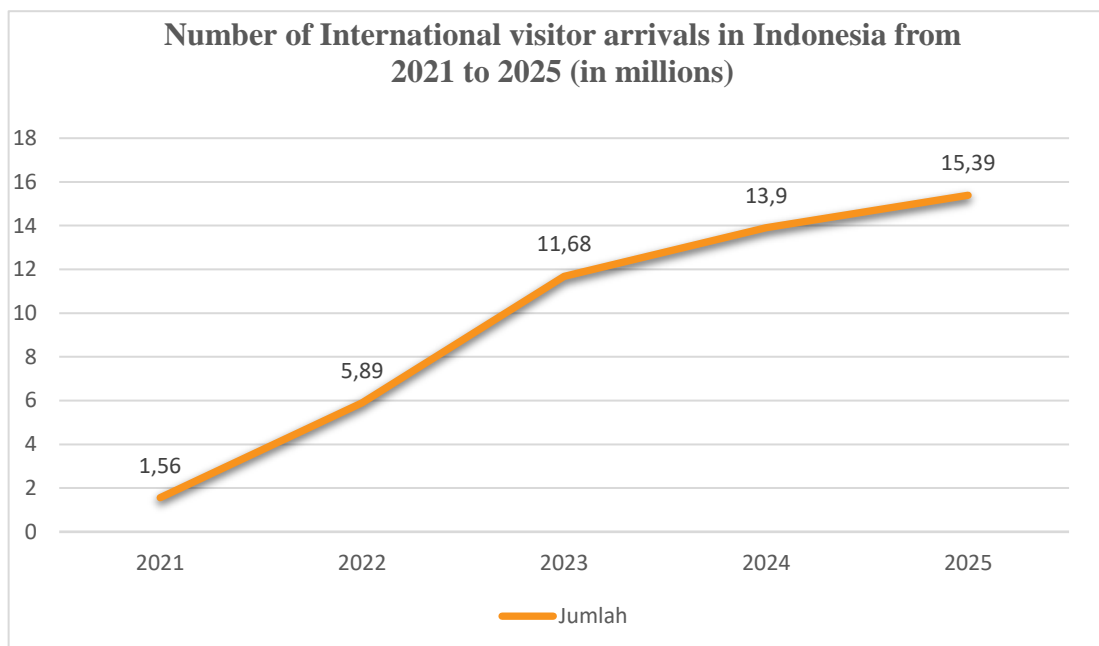
Pemerintah Indonesia secara aktif mengembangkan berbagai strategi untuk meningkatkan daya saing pariwisata di tingkat internasional. Strategi tersebut meliputi promosi global, partisipasi dalam forum internasional, kerja sama bilateral dan multilateral, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran destinasi (Rosadi *et al.*, 2022, hlm. 4). Selain itu, pemerintah juga mendorong pengembangan destinasi prioritas, peningkatan infrastruktur, serta penguatan kolaborasi antar pemangku kepentingan guna menciptakan ekosistem pariwisata yang kompetitif (Satrio, 2021).

Dalam perspektif diplomasi pariwisata, berbagai strategi tersebut tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia dalam sistem pariwisata global. Upaya ini dilakukan melalui peningkatan aksesibilitas, penguatan citra destinasi, serta penyesuaian

strategi pemasaran dengan tren wisatawan internasional (Maulida & Rasyidah, 2024).

Namun, pandemi COVID-19 pada awal 2020 menjadi titik balik bagi sektor pariwisata dunia. Kebijakan pembatasan perjalanan dan penutupan perbatasan mengakibatkan penurunan drastis jumlah wisatawan mancanegara. Di Indonesia, berbagai kajian menunjukkan bahwa sebelum pandemi kontribusi pariwisata terhadap perekonomian meningkat secara nyata, namun menurun tajam sejak diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan larangan perjalanan internasional (Utami & Kafabih, 2024). Pemerintah kemudian merespons melalui berbagai program pemulihan, termasuk stimulus ekonomi serta penguatan strategi promosi internasional berbasis keamanan, kesehatan, dan keberlanjutan.

Kemenparekraf menargetkan 7,4 juta wisatawan mancanegara pada awal 2023 dan kemudian menaikkan target menjadi 8,5 juta kunjungan setelah evaluasi capaian kunjungan (Dewi, 2023). Target tersebut menunjukkan ambisi pemerintah untuk memulihkan dan bahkan meningkatkan kinerja pariwisata pascapandemi. Memasuki periode 2021–2025, sektor pariwisata Indonesia menunjukkan pemulihan yang positif. Peningkatan jumlah wisatawan mancanegara mencerminkan efektivitas strategi yang dilakukan pemerintah dalam membangun kembali kepercayaan wisatawan internasional. Hal ini menunjukkan bahwa diplomasi pariwisata memiliki peran dalam memperkuat daya saing Indonesia di tingkat global (Dewi, 2023).



Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2021-2025

Sumber: BPS, 2025

Berdasarkan grafik tersebut, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang konsisten sepanjang periode 2021–2025. Pada tahun 2021, jumlah kunjungan tercatat sebesar 1,56 juta wisatawan sebagai dampak pembatasan perjalanan akibat pandemi COVID-19. Angka tersebut meningkat signifikan menjadi 5,89 juta pada 2022 dan kembali melonjak menjadi 11,68 juta pada 2023, menandakan fase pemulihan yang kuat. Tren positif berlanjut pada 2024 dengan 13,9 juta kunjungan dan mencapai 15,39 juta pada 2025, yang menunjukkan bahwa sektor pariwisata Indonesia telah pulih secara progresif dan mendekati capaian sebelum pandemi, seiring dengan penguatan strategi promosi dan pembukaan kembali akses internasional.

Meskipun telah memiliki brand yang relatif kuat di tingkat global, Indonesia menghadapi sejumlah permasalahan struktural dan strategis. Pertama, ketergantungan historis pada Bali sebagai kontributor utama devisa pariwisata menimbulkan ketimpangan pengembangan destinasi lain yang tidak kalah potensial (Johana *et al.*, 2020). Pemerintah telah menetapkan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas dan beberapa destinasi super prioritas sebagai “Bali Baru”, namun

pemerataan manfaat ekonomi dan keterkenalan internasional masih belum optimal (Satrio, 2021; Johana *et al.*, 2020). Kedua, penguatan daya tarik melalui pembangunan aspek 3A (aksesibilitas, amenitas, atraksi) di destinasi seperti Mandalika, Labuan Bajo, dan lainnya masih menghadapi tantangan pembiayaan, koordinasi lintas lembaga, dan kesiapan masyarakat lokal (Satrio, 2021; Rahman & Fajri, 2023). Ketiga, perubahan perilaku wisatawan mancanegara pascapandemi yang semakin sensitif terhadap isu kesehatan, keberlanjutan, dan pengalaman autentik menuntut pendekatan komunikasi yang lebih segmentatif dan berbasis digital (Dewi, 2023).

Memasuki periode 2021–2025, sektor pariwisata Indonesia menunjukkan tren pemulihan yang positif. Peningkatan jumlah wisatawan mancanegara mencerminkan efektivitas strategi yang dilakukan pemerintah dalam membangun kembali kepercayaan wisatawan internasional (Dewi, 2023). Meskipun demikian, Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, seperti ketimpangan pengembangan destinasi, ketergantungan pada Bali, serta perubahan preferensi wisatawan pascapandemi yang semakin menekankan aspek keberlanjutan dan pengalaman autentik (Johana *et al.*, 2020; Satrio, 2021; Rahman & Fajri, 2023).

Dalam konteks tersebut, diplomasi pariwisata menjadi semakin relevan sebagai instrumen kebijakan luar negeri yang tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga untuk memperkuat citra, kepercayaan, dan pengaruh Indonesia di tingkat internasional. Namun demikian, kajian terdahulu masih cenderung memposisikan pariwisata sebatas pada aspek promosi, branding, atau diplomasi budaya secara parsial, serta lebih banyak berfokus pada periode sebelum pandemi.

Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan pariwisata tidak sekadar sebagai aktivitas ekonomi atau promosi destinasi, melainkan sebagai instrumen kebijakan luar negeri dan *soft power* Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif diplomasi pariwisata internasional Indonesia pada periode pemulihan 2021–2025, dengan menekankan pada strategi, kebijakan, dan implementasi yang dilakukan pemerintah dalam

mempromosikan pariwisata Indonesia di tingkat global dan memperkuat posisi Indonesia sebagai negara berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Pemulihan sektor pariwisata Indonesia pada periode 2021–2025 berlangsung dalam konteks perubahan dinamika global dan meningkatnya persaingan antarnegara dalam menarik wisatawan mancanegara. Dalam kondisi tersebut, pemerintah Indonesia mengoptimalkan berbagai strategi sebagai bagian dari diplomasi pariwisata untuk meningkatkan citra, daya saing, dan kunjungan wisatawan internasional.

Diplomasi pariwisata tersebut tidak hanya mencakup promosi destinasi, tetapi juga melibatkan kerja sama internasional, partisipasi dalam forum global, serta sinergi antara pemerintah, perwakilan luar negeri, dan pelaku industri pariwisata. Namun demikian, belum terdapat kajian yang secara komprehensif menjelaskan bagaimana diplomasi pariwisata Indonesia dijalankan pada periode pemulihan pascapandemi 2021–2025. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan utama: **“Bagaimana diplomasi pariwisata Internasional Indonesia, 2021-2025?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk:

- 1.3.1 Mendeskripsikan Kebijakan dan Regulasi Pariwisata Internasional Indonesia Periode 2021–2025
- 1.3.2 Mendeskripsikan Diplomasi Pariwisata Internasional Indonesia
- 1.3.3 Menganalisis Strategi Pariwisata Internasional Indonesia dalam Perspektif Diplomasi Pariwisata

1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian hubungan internasional, khususnya dalam bidang diplomasi pariwisata sebagai salah satu instrumen kebijakan luar negeri berbasis *soft power*. Penelitian ini memperluas pemahaman bahwa pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam membangun hubungan internasional, meningkatkan citra negara, serta memperkuat posisi Indonesia dalam sistem global. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam mengisi kesenjangan literatur yang selama ini lebih banyak berfokus pada diplomasi budaya atau promosi pariwisata secara parsial. Dengan menempatkan diplomasi pariwisata sebagai kerangka analisis utama, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai integrasi antara kebijakan pariwisata, strategi komunikasi internasional, dan kepentingan nasional dalam periode pemulihan pascapandemi.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemerintah, khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Luar Negeri, serta perwakilan Indonesia di luar negeri dalam merancang dan mengimplementasikan strategi diplomasi pariwisata yang lebih efektif dan terintegrasi. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pola strategi, bentuk kerja sama internasional, serta pendekatan promosi yang relevan dengan dinamika pariwisata global. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku industri pariwisata dalam menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebijakan nasional serta tren wisatawan internasional pascapandemi. Dengan demikian, tercipta sinergi antara pemerintah dan sektor swasta dalam meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di tingkat global

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini disusun sebagai landasan konseptual untuk memperkuat analisis diplomasi pariwisata internasional periode 2021–2025. Kajian ini merujuk pada penelitian terdahulu terkait promosi pariwisata nasional, *nation branding*, diplomasi pariwisata, dan kebijakan pemulihan pascapandemi. Melalui penelaahan tersebut, penulis mengidentifikasi perkembangan strategi promosi pemerintah, termasuk pergeseran pendekatan komunikasi dan pemasaran dalam konteks global. Selain itu, analisis literatur membantu memetakan temuan penting mengenai tantangan implementasi kebijakan dan respons pasar internasional, sehingga menjadi dasar dalam menemukan kebaruan penelitian.

Sejumlah penelitian oleh Siswanto (2025), Razdkanya Ramadhanty dkk. (2020), serta Muis dkk. (2022) menggunakan perspektif *soft power*, *cultural diplomacy*, dan *nation branding* untuk menekankan bagaimana pariwisata berbasis budaya diposisikan sebagai instrumen strategis diplomasi negara. Siswanto menyoroti bahwa budaya dan pariwisata termasuk seni, tradisi, destinasi alam dan warisan budaya adalah aset utama *soft power* Indonesia yang dapat memperkuat citra nasional di mata dunia, menarik wisatawan dan investasi, serta mendukung diplomasi global (Siswanto, 2025). Razdkanya Ramadhanty dkk. menganalisis kampanye pariwisata nasional Wonderful Indonesia sebagai bentuk diplomasi publik; kampanye ini, melalui media daring dan promosi internasional, berhasil menarik minat wisatawan asing dan membangun persepsi positif terhadap Indonesia sebagai destinasi wisata global (Ramadhanty dkk., 2020). Sementara itu, Muis dkk. menunjukkan dari tingkat lokal misalnya melalui warisan budaya

dan ekonomi kreatif di lingkungan tradisional seperti Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat bahwa diplomasi budaya dapat mengoptimalkan potensi budaya-historis lokal untuk menarik wisatawan internasional dan memperkuat identitas budaya nasional (Muis dkk., 2022).

Sejumlah penelitian lain oleh Karina Ayu Larasati (2018), M. Iqbal Fachrul Rozy (2020), serta Rika Isnarti & Novita Putri Rudiany (2024) menggunakan perspektif *public diplomacy*, *nation branding*, dan *digital diplomacy* untuk menekankan bagaimana kebijakan dan kampanye pariwisata dikelola sebagai instrumen diplomasi negara. Larasati (2018) menganalisis program *branding* nasional Wonderful Indonesia sebagai kekuatan *soft power* menunjukkan bahwa Wonderful Indonesia dioptimalkan pemerintah untuk membangun image internasional, memperkuat *destination branding*, dan meningkatkan kunjungan wisman (Larasati, 2018). Fachrul Rozy (2020) menegaskan bahwa melalui Wonderful Indonesia, diplomasi kebudayaan digabung dengan diplomasi pariwisata guna memperbaiki citra Indonesia pasca-krisis misalnya isu keamanan, bencana, dengan tujuan menarik kembali wisatawan internasional (Rozy, 2020). Sementara itu, Isnarti & Rudiany (2024) dalam studinya menekankan pentingnya pendekatan strategis dan digital dalam diplomasi publik pariwisata mereka menyarankan agar pemerintah mengintegrasikan digital media, diaspora, dan pelaku budaya untuk mengoptimalkan citra pariwisata Indonesia secara global (Isnarti & Putri Rudiany, 2024).

Sejumlah penelitian oleh Nujhan (2025) dan Made Selly Dwi Suryanti & Melpayanty Sinaga (2025) menggunakan perspektif diplomasi pariwisata dan Muslim-friendly tourism untuk menunjukkan bagaimana pariwisata segmen khusus (*halal tourism*) dapat menjadi alat diplomasi negara. Nujhan (2025) dalam artikelnya Diplomasi Pariwisata Halal Jepang: Mengembangkan *Muslim-Friendly Tourism* untuk Meningkatkan Daya Saing Global menunjukkan bahwa meskipun Jepang adalah negara non-Muslim dengan populasi Muslim minoritas, sejak 2013 melalui kampanye "*Visit Japan*" dan kebijakan terkait, Jepang mempromosikan wisata halal secara komprehensif dengan sertifikasi, pembangunan fasilitas ramah Muslim, dan kerja sama internasional sehingga berhasil meningkatkan posisi Jepang sebagai destinasi wisata ramah Muslim di mata wisatawan global (Nujhan,

2025). Sementara Made Selly Dwi Suryanti & Melpayanty Sinaga (2025) dalam artikel *Diplomasi Digital Indonesia sebagai Alat Promosi Pariwisata Raja Ampat* dikemukakan bahwa pariwisata bahari di destinasi seperti Raja Ampat dapat dimanfaatkan sebagai instrumen diplomasi maritim budaya. Melalui “*digital diplomacy*” (branding melalui situs web dan media sosial dengan label nasional seperti Wonderful Indonesia / Pesona Indonesia), penelitian ini menegaskan bahwa pariwisata bahari niche mampu memperkuat *soft power* dan citra internasional Indonesia meskipun hasilnya menunjukkan ada tantangan nyata seperti keterbatasan dana, SDM, dan kapasitas promosi destinasi (Suryanti & Sinaga, 2023).

Sejumlah penelitian antara lain oleh Gloria Britania Rambli, Triesanto Romulo Simanjuntak & Petsy Jessy Ismoyo (2025), serta Mahsa Wahyu Adristi, Reni Windiani & Anjani Tri Fatharini (2025) menggunakan perspektif diplomasi budaya dan *soft power* untuk menunjukkan bagaimana institusi budaya lokal dan tradisi seni dapat dikelola sebagai alat diplomasi internasional. Rambli dkk. (2025) melalui studi *Cultural Diplomacy of Pura Mangkunegaran Through the Langenpraja International Roadshow 2022* menunjukkan bahwa istana lokal yaitu Pura Mangkunegaran berperan sebagai aktor diplomasi budaya dengan membawa seni tradisional Jawa ke luar negeri (Malaysia, Australia, Thailand), dan keberhasilan roadshow tersebut membuktikan bahwa budaya lokal bisa membentuk image positif Indonesia di mata dunia (Rambli *et al.*, 2025). Sementara itu, Adristi dkk. (2025) dalam penelitian *Penggunaan Instrumen Kebudayaan dalam Diplomasi Publik Negara: Studi Kasus Diplomasi Gamelan Indonesia di Inggris (2022–2024)* menegaskan bahwa musik tradisional seperti Gamelan Jawa dapat menjadi instrumen efektif diplomasi kebudayaan: keunikan budaya lokal, nilai filosofis dan kompleksitas musikal, serta efektivitas biaya menjadikannya alat *soft power* yang strategis untuk memperkuat citra Indonesia dan memperluas relasi budaya dengan publik global (Adristi *et al.*, 2025).

Sejumlah penelitian lainnya oleh Amanda Jernihati, Gilang Nur Alam & Windy Dermawan (2024), serta Rida Dzahra Yasmarani & Denada Faraswacyen L. Gaol (2024) menunjukkan bahwa diplomasi pariwisata dan budaya tidak hanya dijalankan di tingkat pusat, tetapi juga melalui kerjasama sub-nasional dan aktivitas

budaya lintas negara. Jernihati, Alam & Dermawan (2024) dalam artikel *Parallel Diplomacy of Bali and Hainan in a Cultural Economic Perspective* menganalisis bagaimana pemerintah provinsi Bali bekerjasama dengan provinsi Hainan (Tiongkok) melalui program sister-province untuk mempromosikan pariwisata dan budaya, memperlihatkan bahwa paradiplomasi daerah bisa menjadi saluran diplomasi internasional melalui sektor pariwisata (Jernihati *et al.*, 2024). Sementara Yasmarani & Gaol (2024) dalam Upaya Diplomasi Budaya Indonesia terhadap Thailand melalui Kegiatan Kebudayaan Indonesia Tahun 2020–2022 menunjukkan bahwa kegiatan budaya seperti pertunjukan, pameran, dan kolaborasi aktor pemerintah & non-pemerintah digunakan sebagai sarana diplomasi publik kepada masyarakat Thailand, dengan tujuan memperkuat citra budaya Indonesia dan mendukung sektor pariwisata (Yasmarani & Gaol, 2024).

Secara umum, penelitian terdahulu menunjukkan pola serupa dengan menempatkan pariwisata sebagai instrumen *soft power*, diplomasi publik, dan *nation branding* Indonesia. Berbagai inisiatif promosi pariwisata nasional, diplomasi budaya, serta pemanfaatan media digital terbukti berperan dalam membangun citra positif, meningkatkan daya tarik destinasi, serta memperluas pengaruh budaya di tingkat global. Pariwisata juga dipandang sebagai sarana strategis untuk memperkuat citra negara, baik melalui promosi budaya, kerja sama sub-nasional, maupun segmentasi pasar seperti *Muslim-friendly tourism*.

Diplomasi publik, *nation branding*, dan diplomasi pariwisata memiliki hubungan yang saling berkaitan dalam kerangka strategi komunikasi internasional suatu negara. Diplomasi publik berfungsi sebagai payung utama yang mencakup berbagai upaya negara dalam membentuk persepsi publik global melalui interaksi non-formal, sementara *nation branding* merupakan strategi yang lebih spesifik dalam mengelola dan membangun citra serta identitas negara secara terencana di tingkat internasional (Melissen, 2005; Dinnie, 2008). Dalam konteks ini, diplomasi pariwisata dapat dipahami sebagai salah satu bentuk implementasi diplomasi publik yang berfokus pada sektor pariwisata, di mana negara memanfaatkan daya tarik destinasi, budaya, dan pengalaman wisata sebagai sarana untuk meningkatkan citra, memperkuat hubungan internasional, serta menarik wisatawan mancanegara. Dengan demikian, diplomasi pariwisata tidak hanya menjadi bagian dari diplomasi

publik, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap keberhasilan *nation branding* melalui pembentukan persepsi positif berbasis pengalaman langsung wisatawan terhadap suatu negara.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada upaya untuk menganalisis diplomasi pariwisata internasional Indonesia pada periode 2021–2025 dalam konteks pemulihan pascapandemi COVID-19. Penelitian ini tidak hanya memandang pariwisata sebagai sektor ekonomi atau aktivitas promosi semata, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam hubungan internasional yang mencakup pengelolaan mobilitas lintas negara, kerja sama internasional, serta pembangunan citra destinasi. Selain itu, penelitian ini mengaitkan strategi diplomasi pariwisata dengan dinamika global pascapandemi, seperti perubahan kebijakan perjalanan internasional, target kunjungan wisatawan mancanegara, serta pergeseran perilaku wisatawan yang semakin menekankan aspek keamanan, kesehatan, dan keberlanjutan. Penelitian ini berupaya menjembatani kesenjangan antara kajian konseptual dan implementasi kebijakan pariwisata dalam konteks empiris Indonesia, sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana diplomasi pariwisata dijalankan dalam memperkuat citra dan daya saing Indonesia di tingkat global.

2.2 Kerangka Analisis

2.1 Konsep Diplomasi Pariwisata

Diplomasi pariwisata merupakan salah satu bentuk diplomasi kontemporer yang berkembang seiring meningkatnya peran pariwisata dalam dinamika hubungan internasional. Dalam konteks ini, pariwisata tidak hanya dipahami sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen politik yang berkaitan dengan mobilitas lintas negara, kebijakan internasional, serta interaksi antar masyarakat global.

Dalam karyanya *Tourism and Political Boundaries* (2014), Timothy mendefinisikan diplomasi pariwisata sebagai:

“Instrumen hubungan internasional melalui *managing cross-border mobility, fostering international cooperation, and shaping destination image* untuk mencapai kepentingan nasional.”

Menurut Timothy (2014) dalam *Tourism and Political Boundaries*, pariwisata memiliki keterkaitan erat dengan batas-batas politik (*political boundaries*), karena aktivitas pariwisata melibatkan pergerakan manusia antarnegara yang dipengaruhi oleh kebijakan negara seperti visa, keamanan, kerja sama internasional, serta regulasi lintas batas (Timothy, 2014, hlm. 78). Dengan demikian, pariwisata menjadi bagian dari praktik hubungan internasional yang dapat dimanfaatkan sebagai instrumen diplomasi.

Lebih lanjut, Timothy menjelaskan bahwa pariwisata dapat digunakan sebagai alat untuk membangun hubungan antarnegara, memperkuat kerja sama internasional, serta meningkatkan citra suatu negara di mata dunia melalui pengelolaan destinasi dan kebijakan pariwisata yang strategis (Timothy, 2014, hlm. 82). Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata memiliki dimensi diplomatik karena melibatkan interaksi antara negara, aktor non-negara, serta masyarakat internasional.

Berdasarkan kerangka tersebut, Timothy mengidentifikasi lima elemen utama yang membentuk praktik diplomasi pariwisata suatu negara. Kelima elemen ini saling berkaitan dan berinteraksi satu sama lain dalam membentuk sistem diplomasi pariwisata yang komprehensif.

- 1) **Mobilitas Internasional Wisatawan:** Merujuk pada pergerakan fisik wisatawan melintasi batas-batas negara. Timothy menekankan bahwa mobilitas ini tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi atau preferensi wisatawan, tetapi sangat dipengaruhi oleh kondisi hubungan antarnegara, termasuk ada tidaknya konflik diplomatik, perbedaan persepsi keamanan, dan tingkat kepercayaan antarbangsa. Ketika hubungan bilateral membaik, arus wisatawan dua arah cenderung meningkat, namun sebaliknya ketegangan diplomatik kerap berdampak langsung pada penurunan kunjungan wisatawan.

- 2) Kebijakan dan Regulasi Pariwisata Internasional: Mencakup seluruh instrumen hukum dan administratif yang mengatur akses wisatawan ke suatu negara. Timothy menjelaskan bahwa kebijakan visa merupakan salah satu instrumen paling powerful dalam diplomasi pariwisata, karena ia mencerminkan posisi diplomatik suatu negara terhadap negara lain secara sangat konkret. Pemberian fasilitas bebas visa atau kemudahan visa kepada warga negara tertentu bukan sekadar keputusan teknis imigrasi, melainkan merupakan sinyal diplomatik yang mengandung pesan tentang tingkat kepercayaan, nilai hubungan bilateral, dan prioritas strategis negara pemberi fasilitas. Regulasi kesehatan, keamanan, dan lingkungan yang diterapkan pada wisatawan asing juga merupakan bagian dari elemen ini, karena mencerminkan standar yang ditetapkan negara tuan rumah sebagai kondisi akseptabilitas bagi tamu internasional.
- 3) Kerja Sama Internasional Pariwisata: manifestasi paling eksplisit dari diplomasi pariwisata. Timothy menjelaskan bahwa negara-negara yang terlibat dalam perjanjian kerja sama pariwisata, baik bilateral maupun multilateral, secara aktif menggunakan pariwisata sebagai medium untuk membangun dan mempererat hubungan diplomatik. Kerja sama pariwisata dapat mencakup berbagai bentuk, mulai dari pertukaran informasi dan data pariwisata, promosi bersama di pasar internasional, pengembangan produk wisata lintas batas, hingga pembangunan infrastruktur bersama di kawasan perbatasan. Dimensi sub-nasional dari kerja sama ini, seperti kemitraan *sister city* antara kota-kota di dua negara berbeda, juga merupakan bentuk diplomasi pariwisata yang semakin penting dalam tata kelola global kontemporer.
- 4) Daya Tarik Kawasan Perbatasan Sebagai Destinasi: Menyoroti dimensi citra dan persepsi dalam diplomasi pariwisata. Timothy berargumen bahwa bagaimana suatu negara membangun dan mengelola citra destinasinya di mata wisatawan internasional merupakan bagian dari upaya diplomasi publik. Destinasi wisata yang berhasil menarik minat wisatawan dari berbagai negara secara otomatis menjadi medium pertukaran budaya dan pemahaman antarbangsa. Wisatawan yang pernah mengunjungi suatu

negara cenderung memiliki persepsi yang lebih positif tentang negara tersebut dan dapat menjadi duta tidak resmi yang mempromosikan citra positif negara tujuan wisata di negara asal mereka. Dalam konteks ini, pembangunan destinasi wisata berkelas internasional adalah investasi jangka panjang dalam diplomasi publik dan pembentukan citra negara

- 5) Pengelolaan Batas dan Aksesibilitas: menyentuh inti dari paradoks yang dihadapi oleh setiap negara dalam diplomasi pariwisata: bagaimana memfasilitasi arus masuk wisatawan yang semakin besar sambil tetap mempertahankan kedaulatan dan keamanan nasional di perbatasan. Timothy menjelaskan bahwa efisiensi dan keramahan sistem pemeriksaan perbatasan (imigrasi, bea cukai, karantina) memiliki dampak langsung terhadap persepsi wisatawan tentang keterbukaan suatu negara dan kualitas pengalaman perjalanan mereka. Negara yang berhasil mengintegrasikan aspek fasilitasi dan pengendalian di perbatasan akan mampu menarik lebih banyak wisatawan berkualitas tanpa mengorbankan keamanan nasional. Inovasi teknologi dalam pengelolaan batas, seperti sistem visa elektronik dan pemeriksaan biometrik otomatis, merupakan bagian dari modernisasi diplomasi pariwisata di era digital.

Pemikiran Timothy tentang diplomasi pariwisata tidak dapat dilepaskan dari konteks yang lebih luas mengenai hubungan antara pariwisata dan batas-batas politik internasional. Dalam *Tourism and Political Boundaries* (2014), Timothy mengembangkan argumen bahwa pariwisata pada dasarnya adalah fenomena geopolitik, bukan sekadar aktivitas ekonomi atau sosial. Setiap perjalanan internasional yang dilakukan wisatawan melibatkan setidaknya dua entitas negara berdaulat dengan kepentingan, regulasi, dan agenda politik yang berbeda. Oleh karena itu, pengelolaan arus wisatawan lintas negara secara inheren merupakan bagian dari hubungan antarnegara, baik secara bilateral maupun multilateral (Timothy, 2014).

Timothy mendefinisikan diplomasi pariwisata secara lebih luas sebagai keseluruhan upaya negara dalam menggunakan sektor pariwisata sebagai instrumen untuk mencapai kepentingan nasional melalui interaksi internasional. Dalam perspektif ini, setiap kebijakan yang mempengaruhi arus wisatawan lintas batas,

baik kebijakan visa, pembangunan infrastruktur destinasi, promosi budaya internasional, maupun perjanjian kerja sama pariwisata bilateral, merupakan bentuk praktik diplomasi pariwisata. Perbedaan mendasar antara pendekatan Timothy dan konsep diplomasi tradisional terletak pada penekanannya bahwa pariwisata tidak hanya menjadi objek diplomasi, tetapi juga menjadi subjek dan medium diplomasi itu sendiri (Timothy, 2014).

Dengan menggunakan kerangka ini, penelitian tidak hanya melihat program pariwisata Indonesia sebagai aktivitas promosi semata, tetapi sebagai bagian dari praktik diplomasi pariwisata yang terintegrasi dalam kebijakan luar negeri dan strategi pemulihan ekonomi nasional. Konsep ini membantu menjelaskan bagaimana Indonesia mengelola hubungan dengan negara lain melalui sektor pariwisata, termasuk bagaimana kebijakan aksesibilitas, kerja sama internasional, serta pengelolaan destinasi memengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara pada periode 2021–2025.

Selain itu, penerapan diplomasi pariwisata dalam penelitian ini memungkinkan analisis terhadap dinamika interaksi global yang terjadi melalui mobilitas wisatawan internasional. Dalam konteks ini, pariwisata menjadi sarana pertukaran budaya dan pengalaman yang berkontribusi pada pembentukan citra negara di mata dunia. Dengan demikian, strategi pariwisata internasional Indonesia dapat dipahami sebagai bagian dari upaya untuk memperkuat posisi negara dalam sistem pariwisata global melalui mobilitas wisatawan, kebijakan lintas batas, kerja sama internasional, dan pembangunan citra destinasi.

2.3 Kerangka Pemikiran

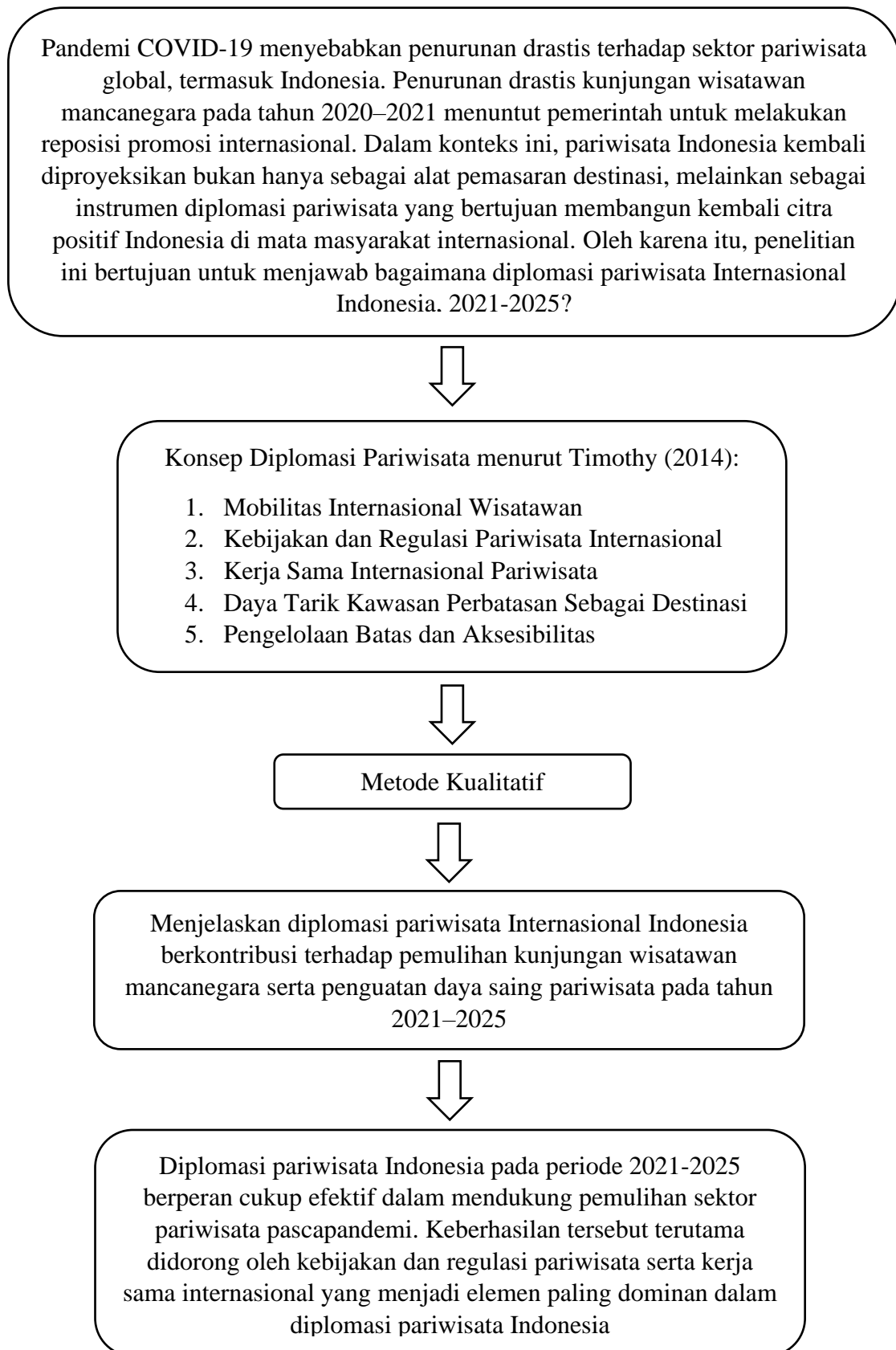
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan bagaimana diplomasi pariwisata Indonesia dijalankan dalam konteks pemulihan sektor pariwisata internasional pada periode 2021–2025. Pandemi COVID-19 yang terjadi sejak tahun 2020 telah menyebabkan penurunan drastis terhadap mobilitas wisatawan internasional, sehingga mendorong pemerintah Indonesia untuk melakukan penyesuaian strategi dalam menarik kembali wisatawan mancanegara.

Dalam konteks tersebut, pemerintah Indonesia tidak hanya melakukan promosi pariwisata secara konvensional, tetapi juga mengembangkan strategi yang lebih luas melalui pendekatan diplomasi pariwisata. Pendekatan ini menempatkan sektor pariwisata sebagai bagian dari praktik hubungan internasional yang melibatkan kebijakan negara, kerja sama lintas negara, serta pengelolaan mobilitas wisatawan global.

Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi pariwisata dari Timothy (2014), yang menekankan bahwa pariwisata memiliki keterkaitan erat dengan batas-batas politik, kebijakan lintas negara, serta interaksi global. Dalam perspektif ini, diplomasi pariwisata dipahami sebagai upaya negara dalam mengelola mobilitas wisatawan, membangun kerja sama internasional, serta memperkuat citra destinasi melalui kebijakan dan strategi yang terintegrasi. Berdasarkan konsep tersebut, penelitian ini mengidentifikasi lima elemen utama diplomasi pariwisata, yaitu mobilitas internasional wisatawan, kebijakan dan regulasi pariwisata, kerja sama internasional, pembangunan citra destinasi, serta pengelolaan batas dan aksesibilitas. Kelima elemen ini digunakan untuk menganalisis bagaimana strategi diplomasi pariwisata Indonesia dijalankan dalam periode pemulihan pascapandemi.

Dalam kerangka ini, pandemi COVID-19 diposisikan sebagai faktor awal yang mempengaruhi penurunan pariwisata global. Kondisi tersebut mendorong pemerintah Indonesia untuk merumuskan berbagai strategi pemulihan melalui diplomasi pariwisata. Strategi tersebut kemudian dianalisis menggunakan lima elemen utama untuk melihat sejauh mana implementasi kebijakan dan strategi tersebut mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara serta memperkuat daya saing pariwisata Indonesia di tingkat internasional.

Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menjelaskan bahwa diplomasi pariwisata Indonesia pada periode 2021–2025 merupakan hasil dari interaksi antara kondisi global pascapandemi, kebijakan pemerintah, serta dinamika hubungan internasional yang dimediasi melalui sektor pariwisata. Analisis terhadap elemen-elemen tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana diplomasi pariwisata Indonesia dijalankan untuk mencapai kepentingan nasional.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Diolah oleh penulis, 2026

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena diplomasi pariwisata Indonesia dalam konteks hubungan internasional, khususnya pada periode pemulihan pascapandemi COVID-19 tahun 2021–2025. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji makna, strategi, serta dinamika kebijakan yang tidak dapat diukur secara kuantitatif (Creswell & Creswell, 2018)

Menurut Creswell (2018), penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan melalui analisis data non-numerik seperti dokumen, teks, dan narasi (Creswell & Creswell, 2018). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana pemerintah Indonesia menjalankan diplomasi pariwisata melalui kebijakan, kerja sama internasional, serta strategi promosi dalam meningkatkan daya saing pariwisata di tingkat global.

Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai fenomena yang diteliti, yaitu praktik diplomasi pariwisata Indonesia pada tahun 2021–2025. Sementara itu, pendekatan analitis digunakan untuk mengkaji lebih dalam hubungan antara strategi yang dilakukan pemerintah dengan hasil yang dicapai, seperti peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara dan penguatan citra pariwisata Indonesia.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu dengan memfokuskan pada Indonesia sebagai objek penelitian dalam konteks diplomasi pariwisata internasional. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam dalam konteks nyata dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Dengan demikian, penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana diplomasi pariwisata Indonesia dijalankan serta bagaimana strategi tersebut dianalisis menggunakan kerangka diplomasi pariwisata.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan analisis yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan ruang lingkup kajian agar penelitian lebih terarah dan tidak melebar dari permasalahan utama yang diteliti. Dalam penelitian ini, fokus kajian diarahkan pada analisis diplomasi pariwisata internasional Indonesia pada tahun 2021–2025. Analisis difokuskan pada implementasi strategi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata sebagai bagian dari praktik hubungan internasional. Konsep diplomasi pariwisata digunakan sebagai kerangka penjelasan utama dalam menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu bagaimana pemerintah Indonesia memanfaatkan sektor pariwisata sebagai instrumen untuk meningkatkan citra dan daya tarik Indonesia di mata wisatawan internasional

Batasan analisis dalam penelitian ini mengacu pada konsep diplomasi pariwisata menurut Timothy (2014), yang menekankan keterkaitan antara mobilitas lintas negara, kebijakan pariwisata, serta interaksi internasional. Fokus analisis mencakup berbagai strategi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), seperti pengelolaan mobilitas wisatawan internasional, kebijakan dan regulasi pariwisata, kerja sama internasional, pembangunan citra destinasi, serta peningkatan aksesibilitas pariwisata. Kelima aspek tersebut menjadi dasar dalam menganalisis

bagaimana diplomasi pariwisata Indonesia dijalankan dalam konteks pemulihan sektor pariwisata pascapandemi.

Selain itu, batasan penelitian ini terletak pada aspek kebijakan dan strategi diplomasi pariwisata yang dilakukan pada tahun 2021–2025, sehingga penelitian tidak membahas secara mendalam aspek teknis pengelolaan destinasi wisata di tingkat lokal. Dengan adanya batasan tersebut, penelitian diharapkan dapat memberikan analisis yang lebih fokus mengenai peran diplomasi pariwisata sebagai instrumen dalam meningkatkan daya saing dan citra pariwisata Indonesia di tingkat internasional.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus kajian yang telah ditetapkan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan secara mendalam melalui berbagai sumber untuk memahami fenomena yang diteliti secara komprehensif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi dokumentasi dan studi literatur, yang dianggap paling relevan untuk menganalisis diplomasi pariwisata Indonesia pada tahun 2021–2025.

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Dokumen resmi pemerintah Indonesia, seperti laporan kinerja tahunan, laporan promosi pariwisata, data statistik kunjungan wisatawan mancanegara, serta rencana strategis yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) melalui *kemenparekraf.go.id* dan Badan Pusat Statistik (BPS) melalui *bps.go.id*.
- b. Data dan laporan lembaga internasional, terutama dari *UN World Tourism Organization* (UNWTO), yang menyediakan data mengenai tren wisata global, pergerakan wisatawan mancanegara, serta analisis daya saing destinasi.

- c. Publikasi indeks daya saing pariwisata, seperti *Travel & Tourism Competitiveness Index* (TTCI) yang diterbitkan oleh *World Economic Forum* (WEF) untuk melihat posisi Indonesia dalam persaingan pariwisata internasional.
- d. Artikel ilmiah dan jurnal akademik mengenai diplomasi pariwisata, hubungan internasional, serta kebijakan pariwisata. Data diperoleh melalui Google Scholar, Publish or Perish, ResearchGate, dan portal jurnal lainnya.
- e. Laporan dan publikasi resmi terkait strategi pariwisata Indonesia, termasuk strategi kampanye digital, materi promosi, laporan kegiatan pemasaran internasional, dan evaluasi program yang diterbitkan oleh Kemenparekraf.
- f. Media massa nasional dan internasional, seperti Kompas, The Jakarta Post, Antara News, Detik Travel, serta media internasional yang memuat pemberitaan mengenai citra Indonesia, respons pasar global, dan dinamika kompetisi pariwisata.
- g. Literatur teoretis berupa buku dan karya akademik, khususnya yang membahas diplomasi pariwisata, hubungan internasional, serta kebijakan pariwisata.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan mengenai bagaimana diplomasi pariwisata internasional Indonesia pada tahun 2021–2025. Teknik yang digunakan meliputi studi kepustakaan dan studi dokumentasi.

Pertama, studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai literatur akademik seperti artikel jurnal, buku, laporan internasional, serta publikasi yang membahas diplomasi pariwisata, hubungan internasional, serta kebijakan pariwisata. Menurut Taylor, Bogdan, dan DeVault (2016), studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat teoritis dan digunakan untuk mengidentifikasi konsep, temuan, serta kerangka teori yang relevan dengan fokus penelitian. Melalui teknik ini, peneliti mendapatkan pemahaman mengenai tren

pariwisata global, dinamika persaingan internasional, dan pendekatan diplomasi pariwisata yang digunakan berbagai negara.

Kedua, penelitian ini menggunakan studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data melalui dokumen resmi maupun nonresmi yang berkaitan dengan strategi pariwisata Indonesia. Dokumen tersebut meliputi laporan kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), data statistik kunjungan wisatawan mancanegara dari Badan Pusat Statistik (BPS), laporan UNWTO mengenai perkembangan pariwisata global, publikasi *World Economic Forum* terkait *Travel & Tourism Competitiveness Index* (TTCI), serta dokumen strategis mengenai implementasi kebijakan dan strategi promosi pariwisata Indonesia di pasar internasional. Creswell (2018) menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan teknik untuk memperoleh data melalui arsip, laporan, catatan kelembagaan, serta dokumen pemerintah yang relevan dengan topik penelitian (Creswell & Creswell, 2018). Teknik ini mendukung peneliti dalam memahami arah kebijakan, strategi promosi, dan capaian program secara lebih objektif.

Data yang diperoleh dari kedua teknik tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami kebijakan, strategi, serta praktik diplomasi pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam mempromosikan pariwisata nasional di tingkat internasional. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan berbagai jenis data yang berasal dari laporan resmi pemerintah, data internasional seperti UNWTO, serta publikasi lembaga global seperti *World Economic Forum* terkait *Travel & Tourism Competitiveness Index* (TTCI) dan analisis media internasional.

Triangulasi ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas temuan serta meminimalkan potensi bias yang mungkin muncul dari satu sumber tertentu. Selain itu, penelitian ini juga secara kritis mengkaji kemungkinan adanya bias promosi dalam dokumen resmi pemerintah dengan cara membandingkan klaim kebijakan dan capaian yang disampaikan dengan indikator eksternal, seperti peringkat daya saing pariwisata global dan tren kunjungan wisatawan mancanegara. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang

lebih objektif dan komprehensif mengenai implementasi diplomasi pariwisata Indonesia pada periode 2021–2025.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada tahapan analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Creswell (2018). Menurut Creswell, proses analisis data kualitatif dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis untuk mengorganisasi, menginterpretasikan, dan menarik makna dari data yang telah dikumpulkan. Secara umum, analisis data kualitatif dalam penelitian ini mencakup tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan seluruh sumber data yang relevan, meliputi dokumen kebijakan resmi pemerintah Indonesia (peraturan presiden, peraturan menteri, laporan kinerja Kemenparekraf), data statistik kunjungan wisatawan dari BPS dan UNWTO, laporan lembaga internasional (WEF TTDI, CrescentRating GMTI), serta artikel ilmiah yang berkaitan dengan diplomasi pariwisata Indonesia. Semua sumber ini dikelompokkan berdasarkan relevansinya dengan masing-masing elemen diplomasi pariwisata menurut Timothy (2014).

Peneliti menyaring informasi yang relevan dengan lima elemen diplomasi pariwisata Timothy: (1) mobilitas internasional wisatawan, (2) kebijakan dan regulasi pariwisata, (3) kerja sama internasional, (4) daya tarik kawasan sebagai destinasi, dan (5) pengelolaan batas dan aksesibilitas. Setiap data yang ditemukan dikategorikan ke dalam salah satu elemen tersebut, sehingga tercipta peta tematik yang jelas tentang bagaimana masing-masing elemen diimplementasikan dalam konteks Indonesia 2021-2025. Proses ini juga mencakup eliminasi data yang redundan atau tidak relevan dengan fokus penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, tahap selanjutnya adalah penyajian data. Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun narasi deskriptif-analitis untuk setiap elemen. Narasi ini tidak sekadar mendeskripsikan kebijakan yang ada, tetapi juga

menganalisis bagaimana setiap kebijakan atau inisiatif berkontribusi pada praktik diplomasi pariwisata Indonesia. Dalam tahap ini, peneliti juga melakukan komparasi antara data dari sumber yang berbeda untuk memverifikasi konsistensi temuan dan mengidentifikasi kemungkinan adanya bias dalam dokumen resmi pemerintah. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data pemerintah Indonesia dengan data UNWTO, WEF, dan analisis akademik independent.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara mensintesis temuan dari kelima elemen tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif. Dalam proses ini, peneliti mengidentifikasi pola-pola dominan dalam diplomasi pariwisata Indonesia, mencatat elemen-elemen yang berjalan efektif dan yang masih memerlukan penguatan, serta merumuskan proposisi analitis tentang karakteristik diplomasi pariwisata Indonesia dalam konteks pascapandemi. Kesimpulan yang dihasilkan kemudian divalidasi dengan cara mencocokkannya kembali dengan data empiris dan literatur teoretis yang ada.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa diplomasi pariwisata internasional Indonesia periode 2021–2025 merupakan bagian integral dari strategi pemulihan pascapandemi COVID-19 sekaligus instrumen kebijakan luar negeri berbasis *soft power*. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia tidak hanya memposisikan pariwisata sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun citra, meningkatkan kepercayaan internasional, serta memperkuat posisi Indonesia dalam sistem global. Dalam konteks ini, diplomasi pariwisata menjadi medium interaksi lintas negara yang melibatkan kebijakan, kerja sama internasional, dan promosi berbasis pengalaman wisata.

Pemerintah menjalankan strategi pemulihan pariwisata secara bertahap melalui pengelolaan mobilitas wisatawan, reformasi regulasi, pengembangan destinasi, serta peningkatan aksesibilitas internasional. Pada aspek mobilitas, pemerintah melakukan transisi dari kebijakan pembatasan ketat selama pandemi menuju pembukaan bertahap melalui penerapan *travel bubble*, perluasan *Visa on Arrival* (VoA), pengembangan e-VoA, serta penghapusan persyaratan kesehatan internasional secara bertahap. Pada aspek regulasi, pemerintah menerapkan standar CHSE sebagai instrumen pemulihan kepercayaan wisatawan internasional sekaligus memperkuat tata kelola pariwisata pascapandemi. Dalam aspek destinasi, pemerintah mendorong pengembangan 5 Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) seperti Mandalika, Danau Toba, dan Labuan Bajo guna mengurangi ketergantungan terhadap Bali serta memperluas pusat

pertumbuhan pariwisata nasional. Sementara itu, pada aspek aksesibilitas, pemerintah memperkuat konektivitas penerbangan internasional, modernisasi sistem keimigrasian, serta pengelolaan pintu masuk wisatawan melalui pendekatan keamanan dan kemudahan akses. Keseluruhan kebijakan tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memanfaatkan sektor pariwisata sebagai instrumen strategis untuk memulihkan mobilitas internasional sekaligus meningkatkan daya saing destinasi di tingkat global.

Hasil terkait pola diplomasi pariwisata internasional Indonesia menunjukkan bahwa diplomasi pariwisata dijalankan melalui kerja sama multilateral, bilateral, dan sub-nasional (*sister city*) sebagai bagian dari strategi hubungan internasional Indonesia. Pada tingkat multilateral, Indonesia aktif memanfaatkan forum internasional seperti G20, ASEAN Tourism Forum (ATF), dan UNWTO untuk memperkuat citra negara, meningkatkan promosi pariwisata, serta memperluas kerja sama kawasan. Dalam kerja sama bilateral, Indonesia menjalin kemitraan strategis dengan berbagai negara seperti Singapura, Australia, Tiongkok, dan India dalam bentuk promosi bersama, peningkatan konektivitas penerbangan, pengembangan investasi pariwisata, dan pemulihan arus wisatawan pascapandemi. Selain itu, kerja sama *sister city* juga menjadi bagian penting diplomasi pariwisata melalui pertukaran budaya, promosi destinasi daerah, dan penguatan hubungan antardaerah lintas negara. Pola diplomasi ini menunjukkan bahwa pariwisata tidak hanya digunakan sebagai instrumen ekonomi, tetapi juga sebagai sarana memperkuat hubungan internasional, diplomasi publik, dan *soft power* Indonesia di tingkat global.

Berdasarkan perspektif diplomasi pariwisata menurut Timothy, strategi pariwisata internasional Indonesia periode 2021–2025 memperlihatkan implementasi lima elemen utama diplomasi pariwisata secara terintegrasi, yaitu mobilitas wisatawan internasional, kebijakan dan regulasi pariwisata, kerja sama internasional, pembangunan daya tarik destinasi, serta pengelolaan batas dan aksesibilitas. Analisis terhadap kelima elemen tersebut menunjukkan bahwa kerja sama internasional menjadi elemen paling dominan dalam diplomasi pariwisata Indonesia, didukung oleh intensitas kerja sama bilateral, multilateral, dan *sister city*, serta diperkuat oleh reformasi regulasi pariwisata dan pemulihan mobilitas

wisatawan internasional. Sebaliknya, daya tarik destinasi serta pengelolaan batas dan aksesibilitas masih menjadi titik lemah karena ketimpangan pembangunan destinasi, rendahnya brand awareness DPSP, keterbatasan infrastruktur, mahalnya konektivitas domestik, dan kebijakan akses masuk yang masih kalah kompetitif dibanding negara ASEAN lainnya. Meskipun demikian, pemerintah Indonesia tetap berhasil menggunakan kebijakan visa, promosi internasional, penyelenggaraan event global seperti MotoGP Mandalika dan KTT G20 Bali, serta pengembangan destinasi prioritas sebagai instrumen untuk membangun citra positif Indonesia di mata dunia. Strategi tersebut menunjukkan bahwa diplomasi pariwisata Indonesia tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah wisatawan mancanegara, tetapi juga diarahkan pada penguatan citra nasional, peningkatan daya saing global, serta pembentukan persepsi internasional terhadap Indonesia sebagai destinasi yang aman, terbuka, dan kompetitif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa diplomasi pariwisata internasional Indonesia periode 2021–2025 merupakan bagian integral dari strategi pemulihan nasional pascapandemi COVID-19 sekaligus instrumen kebijakan luar negeri Indonesia. Pemerintah Indonesia berhasil mengintegrasikan kebijakan mobilitas, regulasi, kerja sama internasional, promosi destinasi, dan pengelolaan aksesibilitas ke dalam strategi diplomasi pariwisata yang lebih komprehensif. Implementasi strategi tersebut berkontribusi terhadap pemulihan kunjungan wisatawan mancanegara dari 1,56 juta pada tahun 2021 menjadi 13,9 juta pada tahun 2024, serta meningkatkan posisi Indonesia dalam *Travel & Tourism Development Index* (TTDI) dunia. Dengan demikian, penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian bahwa diplomasi pariwisata Indonesia periode 2021–2025 dijalankan melalui kombinasi kebijakan domestik dan kerja sama internasional yang memanfaatkan sektor pariwisata sebagai instrumen diplomasi, pemulihan ekonomi, dan penguatan *soft power* Indonesia di tingkat global.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat diajukan untuk meningkatkan efektivitas diplomasi pariwisata

Indonesia ke depan. Pertama, pemerintah perlu memperkuat integrasi kebijakan antar lembaga, khususnya antara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Luar Negeri, serta kementerian terkait lainnya. Integrasi ini penting untuk memastikan bahwa diplomasi pariwisata tidak berjalan secara sektoral, melainkan menjadi bagian dari strategi besar kebijakan luar negeri Indonesia. Koordinasi yang kuat akan meningkatkan konsistensi narasi, efektivitas promosi, serta efisiensi implementasi kebijakan di tingkat internasional.

Kedua, pemerintah perlu mengembangkan strategi diversifikasi destinasi pariwisata secara lebih serius dan terukur. Ketergantungan terhadap Bali perlu dikurangi dengan memperkuat branding dan aksesibilitas destinasi lain seperti kawasan super prioritas. Upaya ini harus didukung oleh pembangunan infrastruktur, peningkatan kualitas SDM lokal, serta promosi internasional yang tersegmentasi. Dengan demikian, manfaat ekonomi pariwisata dapat lebih merata dan daya saing Indonesia sebagai destinasi global dapat meningkat secara signifikan.

Ketiga, dalam menghadapi perubahan tren global, pemerintah perlu memperkuat strategi *digital diplomacy* dan pemasaran berbasis data. Wisatawan pascapandemi cenderung lebih selektif, sensitif terhadap isu kesehatan dan keberlanjutan, serta mengandalkan platform digital dalam menentukan destinasi. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital, *big data*, dan media sosial harus dioptimalkan untuk membangun narasi strategis yang relevan dengan pasar global. Pendekatan ini juga dapat meningkatkan efektivitas kampanye seperti *Wonderful Indonesia* dalam menjangkau audiens internasional.

Keempat, pemerintah perlu mengembangkan kebijakan pariwisata berbasis kualitas (*quality tourism*) secara konsisten. Pergeseran dari kuantitas ke kualitas wisatawan harus diikuti dengan peningkatan standar layanan, pengembangan produk wisata premium, serta penguatan regulasi yang mendukung keberlanjutan. Kebijakan visa, seperti VoA, perlu terus dievaluasi agar mampu menyeimbangkan antara kemudahan akses dan selektivitas wisatawan. Dengan demikian, pariwisata tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang lebih besar.

Kelima, dalam aspek diplomasi internasional, pemerintah perlu memperluas kerja sama strategis berbasis kawasan dan sub-nasional. Kolaborasi dengan negara mitra, organisasi internasional, serta pemerintah daerah di luar negeri dapat menjadi sarana efektif dalam memperluas jaringan promosi dan pertukaran wisatawan. Selain itu, penguatan peran diaspora dan pelaku industri kreatif juga dapat menjadi bagian dari strategi diplomasi pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Keenam, bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan pendekatan empiris yang lebih mendalam, seperti penggunaan metode kuantitatif atau *mixed methods* untuk mengukur dampak diplomasi pariwisata secara lebih terukur. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji perbandingan strategi diplomasi pariwisata Indonesia dengan negara lain, sehingga diperoleh perspektif komparatif yang lebih luas. Hal ini penting untuk memperkaya kajian akademik sekaligus memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih berbasis bukti.

Dengan demikian, implementasi saran-saran tersebut diharapkan dapat memperkuat posisi diplomasi pariwisata Indonesia sebagai instrumen strategis dalam kebijakan luar negeri, sekaligus meningkatkan daya saing dan keberlanjutan sektor pariwisata di tingkat global.

DAFTAR PUSTAKA

- Adani, P. S., Astutiningsih, S., Wahyono, S., & Sunaryo, S. (2022). Implementasi Kebijakan Visa on Arrival (voa) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Provinsi Bali. *Journal of Public Policy and Applied Administration*, 4(2), 55–81. <https://doi.org/10.32834/jplan.v4i2.530>
- Adristi, M. W., Windiani, R., & Fatharini, A. T. (2025). Penggunaan Instrumen Kebudayaan dalam Diplomasi Publik Negara: Studi Kasus Diplomasi Gamelan Indonesia di Inggris (2022–2024). *Journal of International Relations Diponegoro*, 10(1). <https://doi.org/10.14710/jirud.v10i1.50854>
- Ajisaputra, A., Soesetyo, H. A., & Juniarsa, N. (2023). Analisis Kontroling Negara ASEAN dalam Menunjang Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 8(1), 20–31. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.317>
- Aksa, D. S., Ferdiansyah, D. A., Maulana, I., Rachman, J., Wijatmiko, A., Amelia, N., Rutlan, R. D. I., Setiyawanto, R., Syahputra, V. E., Siraj, Z. A., & Warta, J. (2026). Peningkatan Aksesibilitas Informasi Wisata Melalui Media Digital dan Road Map Panduan di Desa Wisata Sawarna. *Journal of Computer Science Contributions (JUCOSCO)*, 6(1), 41–50.
- Amborowati, A., Fajariyanti, Y., Haryanto, H., Puspitasari, A., Paradhita, A. N., Tineka, Y. W., & Pusparisti, M. (2023). The Smart Trip, Eksplorasi Potensi Agenda MICE (Meeting, Incentive, Conference, dan Exhibition). *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(4), 866–878. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i4.504>
- Amellia, S., Nashir, A. K., & Hikmawan, R. (2023). Indonesia's Public Diplomacy in Increasing the Number of Visits of Singapore Tourists. *Soshum: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 13(1), 1–12. <https://doi.org/10.31940/soshum.v13i1.1-12>
- Ananta, D. (2025). Strategi Peningkatan Daya Tarik Wisata Alam Dan Budaya Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kawasan Danau Toba. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 21–28. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.307>

- Ananto, E. A., & Orrefsia, H. A. (2023). Outlook Pemulihan Kebangkitan Pariwisata Indonesia pascapandemi Tahun 2023. Pusat Kajian Akuntabilitas Keuanganan Negara Badan Keahlian DPR RI. https://repositori.dpr.go.id/id/eprint/354/1/Policy%20Brief%20Komisi%20X_%20TW%201.2_Pemulihan%20Pariwisata-Revisian%2013%20Maret%202023--fin.pdf
- Antara News. (2022). *Delegasi G20 sepakat hadirkan iklim pariwisata berkelanjutan.* antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/2874605/delegasi-g20-sepakat-hadirkan-iklim-pariwisata-berkelanjutan>
- Antara News. (2023). *Menparekraf: Bebas visa kunjungan guna ciptakan pariwisata berkualitas.* antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/3877023/menparekraf-bebas-visa-kunjungan-guna-ciptakan-pariwisata-berkualitas>
- Antara News. (2025). *RI Dan China Sepakati Kerja Sama Untuk Tingkatkan Kunjungan Wisata.* antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/4857365/ri-dan-china-sepakati-kerja-sama-untuk-tingkatkan-kunjungan-wisata>
- Antara News Yogyakarta. (2024). *Pemerintah: Masuki tahap akhir, bebas visa kunjungan 20 negara.* jogja.antaranews.com. <https://jogja.antaranews.com/berita/700386/pemerintah-masuki-tahap-akhir-bebas-visa-kunjungan-20-negara>
- Anzela, A. I. (2023). Diplomasi Komersial 5 Destinasi Super Prioritas: Promosi Dan Kerja Sama. *Jurnal Pemna Wimaya*, 3(2). <https://doi.org/10.31315/jpw.v3i2.9580>
- ASEAN. (2023). *Chair Statement: 26th Meeting of ASEAN Tourism Ministers.* <https://asean.org/wp-content/uploads/2023/02/M-ATM-26-ANNEX-25-Chair-Statement-26th-M-ATM-AdoptedRev.pdf>
- Bappenas. (2020). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024.* <https://www.bappenas.go.id/id/berita/pencapaian-kinerja-pembangunan-rpjm-2020-2024-nAujM>
- BPK. (2016). Perpres Nomor 21 Tahun 2016 Tentang Bebas Visa Kunjungan. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/39891/perpres-no-21-tahun-2016>
- BPK. (2020). Permenpar No. 13 Tahun 2020 tentang Standar Dan Sertifikasi Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan Sektor Pariwisata Dalam Masa Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/169208/permenpar-no-13-tahun-2020>
- BPK. (2020). INPRES No. 6 Tahun 2020 Tentang Peningkatan Disiplin Dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan Dalam Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/142625/inpres-no-6-tahun-2020>

- BPK. (2022). Instruksi Mendagri No. 1 Tahun 2022 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 3, Level 2, Dan Level 1 Corona Virus Disease 2019 Di Wilayah Jawa Dan Bali. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/195406/instruksi-mendagri-no-1-tahun-2022>
- BPK. (2023). Peraturan Menteri Hukum Dan HAM Nomor 22 Tahun 2023 Tentang Visa Dan Izin Tinggal, Pub. L. No. 22. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/272044/permenkumham-no-22-tahun-2023>
- BPK. (2024). Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 95 Tahun 2024 Tentang Bebas Visa Kunjungan. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/297164/perpres-no-95-tahun-2024>
- BPK. (2024). Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 95 Tahun 2024 Tentang Bebas Visa Kunjungan, Pub. L. No. 95. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/297164/perpres-no-95-tahun-2024>
- BPK. (2025). *Permenpar No. 7 Tahun 2025 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Tahun 2025-2029*. Database Peraturan | JDIIH BPK. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/345982/permenpar-no-7-tahun-2025>
- BPS. (2024). *Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada September 2024 mencapai 1,28 juta kunjungan, naik 19,53 persen year-on-year (y-on-y)*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/11/01/2356/kunjungan-wisatawan-mancanegara--wisman--pada-september-2024-mencapai-1-28-juta-kunjungan--naik-19-53-persen-year-on-year--y-on-y--.html>
- Canales, E. (2024). *Government promotes alternative Indonesian tourism destinations*. Oxfordbusinessgroup.Com. <https://oxfordbusinessgroup.com/reports/indonesia/2024-report/tourism/increased-offerings-government-initiatives-are-expected-to-help-promote-alternative-locations-and-attract-more-international-events-overview/>
- CrescentRating. (2025). *Global Muslim Travel Index 2025 10th Edition*. <https://crescentrating.com/insights/gmti>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Third Edition). Sage publications.
- Darmaya, I. G., Ekasani, K. A., & Supartini, N. L. (2023). Penerapan Cleanliness Health Safety Environmental Sustainability di Sektor Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(9), 1950–1960. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i9.530>

- Dewi, N. A. (2023). Strategi Branding Pariwisata Indonesia melalui Wonderful Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara dan Hukum*, 1(1), 161–168. <https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.234>
- Dinnie, K. (2008). *Nation branding* (1 (Online-Ausg.)). Taylor and Francis. https://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Nation_Branding_-_Concepts,_Issues,_Practice_-_Keith_Dinnie.pdf
- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2022). *Siaran Pers: VoA Wisata untuk 43 Negara, Wisatawan ASEAN Bisa Masuk Indonesia Bebas Visa*. imigrasi.go.id. http://www.imigrasi.go.id/siaran_pers/2022/04/05/siaran-pers-voa-wisata-untuk-43-negara-wisatawan-asean-bisa-masuk-indonesia-bebas-visa
- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2025). *Pemerintah Indonesia Terapkan Bebas Visa Kunjungan Bagi Warga Negara Brasil dan Turki*. Direktorat Jenderal Imigrasi. <http://www.imigrasi.go.id/berita/pemerintah-indonesia-terapkan-bebas-visa-kunjungan-bagi-warga-negara-brasil-dan-turki>
- DJPPR. (2023). *Transformasi Labuan Bajo sebagai Destinasi Pariwisata Super Prioritas: Langkah Strategis Pemerintah Indonesia*. Djppr.Kemenkeu.Go.Id. <https://djppr.kemenkeu.go.id/transformasilabuanbajosebagaidestinasipariwisataasuperprioritas>
- Erika, L., & Nurika, R. R. (2020). Perkembangan Sister City Surabaya-Guangzhou dan Dampaknya terhadap Kota Surabaya. *Jurnal Hubungan Internasional*, 13(2), 141–162. <https://doi.org/10.20473/jhi.v13i2.21291>
- Fadli, Moh., Susilo, E., Puspitawati, D., Ridjal, A. M., Maharani, D. P., & Liemanto, A. (2022). Sustainable Tourism as a Development Strategy in Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 10(1), 23–33. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2022.010.01.04>
- Fajar, A. N. (2026). MICE sebagai Instrumen Soft Power: Peran KTT ASEAN dalam Diplomasi Pariwisata Indonesia. *Tamasya: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 3(1), 01–11. <https://doi.org/10.62383/tamasya.v3i1.946>
- Fajria, D. (2015). Gagasan Asean Open Skies Di Indonesia Dan Kaitannya Dengan Kedaulatan Wilayah Udara Indonesia. *JOM Fakultas Hukum Volume*, 2(2). <https://media.neliti.com/media/publications/119187-ID-gagasan-asean-open-skies-di-indonesia-da.pdf>
- Fera, M., Muzwardi, A., & Oktavian, D. (2024). The Challenges of Indonesia Travel Corridor Arrangement: Study Case Travel Bubble Indonesia-Singapore. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 139–152. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v14i1.12497>
- Gunawan, Ilyas, Muh. F. G. B., Azizurrohman, M., & Loreño, D. T. (2025). When Smart Destinations Become Sustainable: How Technology And Communication Shape Tourist Satisfaction. *Jurnal Kepariwisata*

- Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 19(2), 177–200. <https://doi.org/10.47608/jki.v19i22025.177-200>
- Hamat, D. W. D. N. Z., Hanafiah, M. H., Iskandar, A. F., Borhan, F., & Abidin, D. M. I. Z. (2012). Muslim tourists seek halal standards and certification while travelling. *Islamic Tourism Centre*. https://itc.gov.my/wp-content/uploads/2021/09/HalalSeptember_October2021-21-IMTGT.pdf
- Hariyadi, B. R., Rokhman, A., Rosyadi, S., Yamin, M., & Runtiko, A. G. (2024). The Role of Community-Based Tourism in Sustainable Tourism Village In Indonesia. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(7), e05466. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-038>
- Hibatullah, F. M., & Paksi, A. K. (2024). Kontribusi Kerjasama Bilateral Indonesia dan Singapura Dalam Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian di Dalam Negeri. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 9(2), 326–343. <https://doi.org/10.30631/ijoieb.v9i2.2747>
- Hm, F., & Hulu, M. (2025). Kajian Fenomena Overtourism di Kawasan Wisata di Bali dan Pengelolaannya. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(3), 2026–2034. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i3.4166>
- Hudoyo, M. (2026). *Indonesia and Japan seal first bilateral tourism agreement*. TTG Asia. Ttgasia.Com. <https://www.ttgasia.com/2026/03/31/indonesia-and-japan-seal-first-bilateral-tourism-agreement/>
- Imigrasi Kupang. (2024). *Awali Tahun 2024, Kemenkumham Terbitkan Subjek Visa Kunjungan Saat Kedatangan Terbaru* [Kupang.imigrasi.go.id]. Kantor Imigrasi Kelas I TPI Kupang. Kantor Imigrasi Kupang Kelas I TPI. <https://kupang.imigrasi.go.id/awali-tahun-2024-kemenkumham-terbitkan-subjek-visa-kunjungan-saat-kedatangan-terbaru/>
- Indonesia Travel. (2023). *ASEAN Tourism Forum (ATF) 2023*. <https://www.indonesia.travel/id/id/events/event-detail/asean-tourism-forum-atf-2023/>
- Indonesia Travel. (2024). *Promosi Kuliner Indonesia di Jepang: Kemenparekraf Sukses Gelar Program Indonesia Spice Up The World di Tokyo*. indonesia.travel. <https://www.indonesia.travel/sa/ar/travel-ideas/gastronomy/promosi-kuliner-indonesia-di-jepang-kemenparekraf-sukses-gelar-program-indonesia-spice-up-the-world-di-tokyo/>
- Iqbal Romzah, M. (2023). Long Journey by VOA (Visa on Arrival). *KnE Social Sciences*, 8(11), 431–446. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i11.13564>
- Isnarti, R., & Putri Rudiany, N. (2024). Strategizing Public Diplomacy For Magnetizing Indonesia Tourism. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(9), 937–944. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v4i9.19063>
- ITDC. (2024). *Laporan Tahunan: Melewati Krisis, Meraih Keunggulan*. Itdc.Co.Id. <https://www.itdc.co.id>

- Jalaludin, I., & Sari, A. P. (2024). *Kinerja Pariwisata Indonesia 2024 Positif, Sumbang Devisa 12,63 Miliar Dollar AS hingga Raih 67 Penghargaan*. Kompas.com. <https://travel.kompas.com/read/2024/12/27/145923027/kinerja-pariwisata-indonesia-2024-positif-sumbang-devisa-1263-miliar-dollar>
- Jamil, M. (2022). Penerapan Surat Edaran Kemendagri No 440/3917/SJ Tentang Percepatan Vaksinasi Dosis Lanjutan (Booster) Bagi Masyarakat di RW IV Kel. Salamanmloyo Kota Semarang. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 515–520. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1896>
- Jawa Pos. (2023). *Dorong Dampak Ekonomi dan Investasi, Sandiaga Uno Bakal Berikan Bebas Visa Kunjungan untuk 20 Negara*. jawapos.com. <https://www.jawapos.com/ekonomi/2312080198/dorong-dampak-ekonomi-dan-investasi-sandiaga-uno-bakal-berikan-bebas-visa-kunjungan-untuk-20-negara>
- Jernihati, A., Alam, G. N., & Dermawan, W. (2024). Parallel Diplomacy of Bali and Hainan in A Cultural Economic Perspective. *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 22(2), 34–43. <https://doi.org/10.21831/socia.v21i2.82815>
- Johana, K., Setiadarma, D., & Wijaya, K. D. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 10 Destinasi Pariwisata Prioritas “Bali Baru” Di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 631–648. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i6.293>
- Kemenhub. (2025). *Penetapan 5 Bandar Udara Internasional Perkuat Konektivitas dan Pemerataan Layanan Penerbangan Luar Negeri*. Direktorat Jenderal Perhubungan Udara. <https://hubud.kemenhub.go.id/hubud/website/>
- Kemenko Perekonomian RI. (2020). *Indonesia-Belanda Sepakat Perkuat Kerja Sama Perdagangan, Investasi, hingga Pariwisata*. ekon.go.id. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/178/indonesia-belanda-sepakat-perkuat-kerja-sama-perdagangan-investasi-hingga-pariwisata>
- Kemenko Perekonomian RI. (2022). *Indonesia dan Singapura Eratkan Kerja Sama Bangkitkan Perekonomian di Bidang Pariwisata dan Transisi Energi*. ekon.go.id. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3927/indonesia-dan-singapura-eratkan-kerja-sama-bangkitkan-perekonomian-di-bidang-pariwisata-dan-transisi-energi>
- Kemenlu. (2025). *Daftar Kerja Sama Bilateral*. Kemlu.Go.Id. <https://kemlu.go.id/kebijakan/kerja-sama-bilateral>
- Kemenpar RI. (2025). *Kerja Sama Pariwisata Indonesia-Tiongkok: MOU Baru untuk Meningkatkan Kemudahan Kunjungan Wisatawan Tiongkok ke Indonesia*. kemenpar.go.id. <https://kemenpar.go.id/berita/kerja-sama-pariwisata-indonesia-tiongkok-mou-baru-untuk-meningkatkan-kemudahan-kunjungan-wisatawan-tiongkok-ke-indonesia>

- Kemenparekraf. (2023). *Siaran Pers: Indonesia Raih Penghargaan “Best Tourism Village 2023” dari UNWTO*. <https://kemenpar.go.id/berita/siaran-pers-indonesia-raih-penghargaan-best-tourism-village-2023-dari-unwto>
- Kemenparekraf. (2024). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2024/2025*. <https://dokumen.pub/qdownload/outlook-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-di-indonesia-2024-2025-u-4839009.html>
- Kemenparekraf. (2025). *Siaran Pers: Wonderful Indonesia Gaungkan Semangat Go Beyond Ordinary dalam WTM London 2025*. <https://kemenpar.go.id/berita/siaran-pers-wonderful-indonesia-gaungkan-semangat-go-beyond-ordinary-dalam-wtm-london-2025>
- Kemenparekraf. (2026). *Kerja Sama Internasional Kemenparekraf untuk Meningkatkan Pariwisata Indonesia – Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia*. <https://kemenparekraf.id/kerja-sama-internasional-kemenparekraf-untuk-meningkatkan-pariwisata-indonesia/>
- Kementerian Imigrasi. (2026). *Imigrasi Canangkan Strategi Optimalisasi Layanan dan Infrastruktur demi Wujudkan Ekosistem Digital*. [kemenimipas.go.id](https://kemenimipas.go.id/berita-utama/imigrasi-canangkan-strategi-optimalisasi-layanan-dan-infrastruktur-demi-wujudkan-ekosistem-digital). <https://kemenimipas.go.id/berita-utama/imigrasi-canangkan-strategi-optimalisasi-layanan-dan-infrastruktur-demi-wujudkan-ekosistem-digital>
- Ketaren, E. E. br, Sundjaja, F. N., Habsji, L., Damarwulan, L. Z., Haque, D., & Darmawan, M. M. M. (2025). Prinsip Kerja Sama dalam Diplomasi Multilateral pada High-Level Forum on Multi-Stakeholder Partnerships dan Indonesia–Africa Forum 2024. *Padjajaran Journal of International Relations (PADJIR)*, 7(2), 280–292. <https://doi.org/10.24198/padjirv7i2.59864>
- Khairunnisa, S. K. & Dina. (2025). Kerja Sama Sister City Antara Kota Bandung dan Kota Seoul Pada Program Smart City di Masa New Normal. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.53697/iso.v6i1.3501>
- Komdigi. (2022). *Target Lima DPSP Sukses Tahun 2024, Pemerintah Perkuat Integrasi dan Kolaborasi*. [Komdigi.Go.Id](https://www.komdigi.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/target-lima-dpsp-sukses-tahun-2024-pemerintah-perkuat-integrasi-dan-kolaborasi). <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/target-lima-dpsp-sukses-tahun-2024-pemerintah-perkuat-integrasi-dan-kolaborasi>
- Komdigi. (2024). *Forum HLF MSP dan IAF 2024 di Bali: Dorong Kemitraan Global untuk Pembangunan Berkelanjutan*. [Komdigi.Go.Id](https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/forum-hlf-msp-dan-iaf-2024-di-bali-dorong-kemitraan-global-untuk-pembangunan-berkelanjutan). <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/forum-hlf-msp-dan-iaf-2024-di-bali-dorong-kemitraan-global-untuk-pembangunan-berkelanjutan>
- Laksmidewi, C. D. (2022). The Legal Implications of Signing the Unwto Framework Convention on Tourism Ethics for the Sustainable Tourism Development in Indonesia. *International Journal of Law Reconstruction*, 6(2), 197. <https://doi.org/10.26532/ijlr.v6i2.17685>
- Larasati, K. A. (2018). *The Implementation Of Cultural And Multicultural Diplomacy In “Wonderfful Indonesia” Programs* [Fakultas Ilmu Sosial Dan

Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta].
<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/21211>

- Lasally, A., Handayani, L., & Arifin, S. (2023). The role of the ASEAN tourism forum (ATF) in supporting Indonesian tourism. *Journal of Gastro Tourism*, 1(1), 43–51. <https://doi.org/10.52465/jogasto.v1i1.147>
- Lee, S., Kim, J., & Han, H. (2023). Family tourism development in the new era of tourism: Korean tourists' domestic trip preferences for accommodation, travel duration, destination, and natural environment. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 686. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02148-1>
- Mahmud, Z. K., & Mokodompit, E. A. (2025). Diplomasi Maritim Budaya Indonesia Di Kawasan Timur: Analisis Peran Pariwisata Bahari Dalam Memperkuat Soft Power Diplomacy. *Panorama: Jurnal Kajian Pariwisata*, 4(1). <https://doi.org/10.34833/panorama.v1i1.1395>
- Maulida, W., & Rasyidah, R. (2024). Nation Branding “Wonderful Indonesia” Through Collaboration with Tiktok to Promote Indonesian Tourism. *International Journal of Social Science*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.53625/ijss.v4i1.7853>
- Melissen, J. (Ed.). (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (1. publ). Palgrave Macmillan. https://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft_power/The_New_Public_Diplomacy.pdf (Original work published PALGRAVE MACMILLAN)
- Minews ID. (2024). *Pembukaan IAF Ke-2 dan HLF MSP di Bali, Indonesia Angkat Agenda Pembangunan Ke Level Lebih Tinggi*. Minews ID. <https://minews.id/news/pembukaan-iaf-ke-2-dan-hlf-msp-di-bali-indonesia-angkat-agenda-pembangunan-ke-level-lebih-tinggi>
- Muhammad, R., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). Virtual Tourism Sebagai Alternatif Wisata Saat Pandemi. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1), 53–60. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.31250>
- Muis, A. R. C., Fatimatuzzahra, U., Sari, S. P., Diningrum, S. R., & Sofyan, A. A. P. (2022). Diplomasi Keraton Dalam Mendorong Daya Saing Pariwisata Berbasis Budaya Melalui Ekonomi Kreatif Unggul. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 9(2), 413–424. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v9i2.25001>
- Mutma, F. S. (2022). Manajemen Krisis Pariwisata Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kemenparekraf RI Periode 2021-2022). *E-Proceeding CORE Universitas Pembangunan Jaya*, 2, 1–5.
- Nujhan, N. (2025). Diplomasi Pariwisata Halal Jepang: Mengembangkan Muslim-Friendly Tourism untuk Meningkatkan Daya Saing Global. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 6(2), 93. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v6i2.3786>

- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Oktaviarni, F. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Wisatawan Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. *Wajah Hukum*, 2(2), 138. <https://doi.org/10.33087/wjh.v2i2.34>
- Oxford Business Group. (2024). *The Report: Indonesia 2024*. Oxfordbusinessgroup.Com. <https://oxfordbusinessgroup.com/reports/indonesia/2024-report/>
- Paludi, S. (2022). Setahun Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Industri Pariwisata Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(01), 49–60. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4337>
- Patadjenu, S., Silitonga, M. S., & Asropi, A. (2023). Tata Kelola Kolaboratif Pengembangan Pariwisata Likupang, Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia*, 17(1), 23–48. <https://doi.org/10.47608/jki.v17i12023.23-48>
- Purnamasari, U., Aulia, Y., & Marsella, M. (2024). Kerjasama Bilateral Indonesia-Jepang Melalui Program The Japan Foundation. *Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial dan Politik*, 2(1), 188–201. <https://doi.org/10.62383/demokrasi.v2i1.741>
- Rahman, A. R., & Fajri, C. (2023). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (2021) Melalui KEK Mandalika Lombok. *Tuturlogi*, 4(3), 101. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2023.004.03.5>
- Rahmawati, S., Prahadipta, W. E., & Anggahegari, P. (2023). A Review of Halal Tourism Implementation in Indonesia towards A Global Perspective. *Journal of Halal Science, Industry, and Business*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.31098/jhasib.v1i1.1584>
- Ramadhanty, R., Afrimadona, & Krisnando, G. (2020). Diplomasi Publik Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Pariwisata Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Era Presiden Joko Widodo (Studi Kasus: TheJakartaPost.com 2015-2019). *Journal of Diplomacy and International Studies*, 3(2), 1–12.
- Ramadhoni, J. (2025). Evaluasi Implementasi Visa Kunjungan Wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Pariwisata Nasional Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 3091–3103. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19291>
- Rambi, G. B., Simanjuntak, T. R., & Ismoyo, P. J. (2025). Cultural Diplomacy of Pura Mangkunegaran Through the Langenpraja International Roadshow 2022. *LITERACY: International Scientific Journals of Social, Education, Humanities*, 4(2), 417–431. <https://doi.org/10.56910/literacy.v4i2.2560>
- Rizkiyanti, A. F., & Zahidi, M. S. (2024). Kebijakan Pemberian Bebas Visa Kunjungan Kepada Warga Negara Singapura dalam Skema Travel Bubble Indonesia Pasca Covid-19. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 11(1), 25–38. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v1i1.1257>

- Rosadi, R. R., Wiradharma, G., & Arisanty, M. (2022). Wonderful Indonesia Campaign As Indonesia's Nation Branding On Digital Media. *Komunika*, 5(2). <https://doi.org/10.24042/komunika.v5i2.13514>
- Rozanah, A., & Ishqila, N. A. (2024). The Influence of Public Diplomacy in G20 2022 Summit in Indonesia's Post-Pandemic Tourism and Ecotourism Recovery Efforts. *Journal of Social Political Sciences*, 5(1), 46–57.
- Rozy, M. I. F. (2020). *Diplomasi Kebudayaan Indonesia Melalui Wonderful Indonesia* [Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/31190>
- S, F. D. (2025). Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI): Katalisator Pariwisata Pascapandemi. *Desa Wisata Institute*. <https://desawisatainstitute.com/adwi-sebagai-katalisator-pariwisata-berkelanjutan/>
- Saepudin, Ibrahim, B., Putri, D. M. A., & Amira, N. S. (2024). Kerja Sama Jakarta-New South Wales dalam Kerangka Paradiplomasi melalui IA-CEPA. *Mondial: Jurnal Hubungan Internasional*, 1(2), 141–168. <https://doi.org/10.36722/mondial.v1i2.2958>
- Santoso, L., & Wahid, S. H. (2023). Utilitarianism in Halal Tourism Development in Indonesia. *Mazahib*, 22(2), 243–282. <https://doi.org/10.21093/mj.v22i2.5418>
- Saptowalyono, C. A. (2023). *Kejayaan Pariwisata Jadi Penopang ASEAN sebagai Episentrum Pertumbuhan*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/kejayaan-pariwisata-jadi-penopang-asean-sebagai-episentrum-pertumbuhan>
- Saripudin, M. H., & Juned, M. (2024). Boosting Indonesia's Economy Through Hajj and Umrah: Opportunities and Diplomatic Avenues. *Jurnal Hubungan Internasional*, 13(1), 85–95. <https://doi.org/10.18196/jhi.v13i1.20688>
- Satrio, M. A. (2021). Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka Branding 'Wonderful Indonesia.' *Indonesian Perspective*, 6(1). <https://doi.org/10.14710/ip.v6i1.37513>
- Sekretariat Negara RI. (2023). *Pulihkan Sektor Pariwisata, Wapres Minta Negara ASEAN Gaet Wisatawan melalui Penyelenggaraan Event Internasional*. Setneg.Go.Id. https://www.setneg.go.id/baca/index/pulihkan_sektor_pariwisata_wapres_minta_negara_asean_gaet_wisatawan_melalui_penyelenggaraan_event_internasional
- Sekretariat Negara RI. (2026). *Buka KTT G20, Presiden Jokowi: Mata Dunia Tertuju pada Kita, G20 Harus Berhasil* | Sekretariat Negara. https://www.setneg.go.id/baca/index/buka_ktt_g20_presiden_jokowi_mata_dunia_terturu_pada_kita_g20_harus_berhasil
- Semiyono. (2025). *Kementerian Pariwisata: Lima Program Unggulan Menuju Destinasi Dunia* - RRI.co.id. Rri.Co.Id.

<https://rri.co.id/yogyakarta/wisata/1292497/kementrian-pariwisata-lima-program-unggulan-menuju-destinasi-dunia>

- Simanjuntak, T. R. (2020). Efektivitas Nation Branding “Wonderful Indonesia” Sebagai Sebuah Strategi Dalam Hubungan Diplomasi Pemerintah Indonesia Tahun 2011-2018. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 8(1), 29–59.
- Sinaga, N. (2022). *Pemerintah Siapkan Rp 15 Triliun untuk Pengembangan Destinasi Wisata Superprioritas*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/pemerintah-siapkan-rp-15-triliun-untuk-pengembangan-destinasi-wisata-superprioritas>
- Siswanto. (2025). Soft Power Indonesia: Potensi Budaya Dan Pariwisata Dalam Diplomasi Global. *Jurnal Cakrawala*, 2(2). <https://oj.mjkn.org/index.php/jca/article/view/188>
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 191–206. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.113>
- Suharyanto, Fauzi, A., Adrianto, L., & Wahyudin, Y. (2024). Developing Marine Tourism Policy Pathways: The Case of Super Priority Marine Tourism Destinations in Labuan Bajo, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(10), 3809–3819. <https://doi.org/10.18280/ijmdp.191010>
- Surat Edaran Nomor 3 Tahun 2022 Tentang Protokol Kesehatan Pelaku Perjalanan Luar Negeri Mekanisme Travel Bubble (2022). <https://www.iccc.or.id/wp-content/uploads/2022/01/se-ka-satgas-nomor-3-tahun-2022.pdf>
- Suryanti, M. S. D., & Sinaga, M. (2023). Diplomasi Digital Indonesia Sebagai Alat Promosi Pariwisata Raja Ampat. *Indonesian Journal of International Relations*, 7(1), 1–21. <https://doi.org/10.32787/ijir.v7i1.420>
- The ASEAN Magazine. (2026, January 6). *Reimagining Wonderful Indonesia: Inclusive, Sustainable, Resilient*. Theaseanmagazine.Asean.Org. <https://theaseanmagazine.asean.org/article/reimagining-wonderful-indonesia-inclusive-sustainable-resilient/>
- Timothy, D. J. (2014). *Tourism and Political Boundaries* (1st Edition, Vol. 8). Routledge. <https://www.routledge.com/Tourism-and-Political-Boundaries/Timothy/p/book/9780415510561>
- Tiominar, I. N., Astuti, A. W., & Hanuransyah, M. R. (2024). Communication Strategy of Directorate General of Immigration in Socializing electronic Visa on Arrival (e-VOA) to Foreign Citizens. *Perspektif*, 13(4), 1059–1069. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i4.12222>
- Tristofa, L., & Tham, A. (2022). The Implementation of Sister City Agreement on Tourism between the Special Region of Yogyakarta Indonesia and Kyoto Japan. *Journal of Paradiplomacy and City Networks*, 1(1), 15–26. <https://doi.org/10.18196/jpcn.v1i1.4>

- Utama, I. P. A. A., & Yamin, M. (2022). Implementasi Tri Hita Karana Sebagai Strategi Pariwisata Bali Berbasis Environmental Security. *Review of International Relations*, 4(1), 67–86. <https://doi.org/10.24252/rir.v4i1.28149>
- Utami, B. S. A., & Kafabih, A. (2024). Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 8–14. <https://doi.org/10.33005/jdep.v4i1.198>
- Wuryasti, F. (2022). *Industri Pariwisata Indonesia Menargetkan 1,8 -3,6 Juta Wisman di 2022*. mediaindonesia.com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/485513/industri-pariwisata-indonesia-menargetkan-18-36-juta-wisman-di-2022>
- Yasmarani, R. D., & Gaol, D. F. L. (2024). Upaya Diplomasi Budaya Indonesia terhadap Thailand melalui Kegiatan Kebudayaan Indonesia Tahun 2020 – 2022. *Balcony*, 8(1), 29–40.