

# DIPLOMASI KEBUDAYAAN INDONESIA KE AUSTRALIA DALAM MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA DI BALI TAHUN 2021

Diana Andri Nurlaila<sup>1</sup>, (Setyasih Harini, S.IP., M.Si.<sup>(2)</sup>, Untari Narulita M. D., S.IP., M.H.I.<sup>(3)</sup>)  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Slamet Riyadi, Surakarta  
Koresponden e-mail: [dianaandri36@gmail.com](mailto:dianaandri36@gmail.com)

## ABSTRAK

Hubungan diplomatik antara Australia dan Indonesia memberikan dampak pada berbagai bidang bagi kedua negara tersebut, salah satunya adalah pariwisata. Australia menganggap Indonesia khususnya pada daerah Bali merupakan destinasi wisata yang sering dikunjungi oleh negara Kangguru tersebut. Di Indonesia daerah Bali dikenal sebagai "Land of Gods" karena memiliki potensi wisata seperti keindahan alam, keunikan, budaya dan masyarakat sederhana yang menjadikan provinsi ini terkenal di seluruh dunia. Penelitian ini memiliki rumusan masalah Bagaimana diplomasi kebudayaan Indonesia ke Australia dalam meningkatkan sektor pariwisata di Bali tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana diplomasi kebudayaan Indonesia ke Australia dalam meningkatkan sektor pariwisata di Bali tahun 2021. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah diplomasi kebudayaan dan diplomasi pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer dan sekunder. Data akan dianalisa secara deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa diplomasi budaya berdasarkan 4 elemen dasar oleh Simon Mark dalam penerapannya, terdapat aktor dan keterlibatan pemerintah, tujuan dari penerapan diplomasi kebudayaan, kegiatan-kegiatan yang dilakukan dan audiensi. Adapun penerapan diplomasi pariwisata yang dilakukan yakni strategi negara berupa merk yang mengimplikasikan visi strategis yang seluruhnya diupayakan untuk mendukung kepentingan negara dalam bentuk realistis, menarik, dan kompetitif dengan dukungan berbagai elemen negara terutama dalam aspek komunikasi sehingga dapat bersaing dengan negara lain. Hal ini juga merupakan diplomasi kebudayaan Indonesia dikarenakan diplomasi pariwisata merupakan upaya untuk mencapai kepentingan bangsa dalam memahami, menginformasikan, dan mempengaruhi bangsa lain melalui kebudayaan seperti pemanfaatan bidang-bidang ideologi, teknologi, politik, ekonomi, militer, sosial, kesenian dan bidang-bidang lain dalam pencatutan masyarakat internasional.

Kata Kunci: Diplomasi Kebudayaan, Diplomasi Pariwisata, Sektor Pariwisata.

## ABSTRACT

*Diplomatic relations between Australia and Indonesia have an impact on various fields for the two countries, one of which is tourism where Australia considers Indonesia, especially in the Bali area, to be a tourist destination that is often visited by the Kangaroo country. In Indonesia, the Bali area is known as the "Land of Gods" because it has tourism potential such as natural beauty, uniqueness, culture and simple people that make this province famous throughout the world. This study has a problem formulation: How is Indonesian cultural diplomacy to Australia in improving the tourism sector in Bali in 2021. The purpose of this study is to find out how Indonesian cultural diplomacy to Australia is in improving the tourism sector in Bali in 2021. The theoretical basis used in this research is cultural diplomacy. and tourism diplomacy. This study uses a qualitative method. The sources of data used in this study are primary and secondary data. The data will be analyzed descriptively. Based on the results of the study, it was concluded that cultural diplomacy based on 4 basic elements by Simon Mark in its application, there are actors and government involvement, the purpose of implementing cultural diplomacy, activities carried out and audiences. The implementation of tourism diplomacy carried out is a state strategy in the form of a brand which implies a strategic vision which is entirely pursued to support the interests of the state in a realistic, attractive, and competitive form with the support of various state elements, especially in the aspect of communication so that they can compete with other countries. This is also Indonesian cultural diplomacy because tourism diplomacy is an effort to achieve the nation's interests in understanding, informing, and influencing other nations through culture such as the use of the fields of ideology, technology, politics, economics, military, social, arts and other fields. in the international community.*

*Keywords: Cultural Diplomacy, Tourism Diplomacy, Tourism Sector.*

## PENDAHULUAN

Hubungan diplomatik antara Australia dan Indonesia memberikan dampak pada berbagai bidang bagi kedua negara tersebut, salah satunya adalah pariwisata di mana Australia menganggap Indonesia khususnya pada daerah Bali merupakan destinasi wisata yang sering dikunjungi oleh negara Kangguru tersebut. Di Indonesia daerah Bali dikenal sebagai "Land of Gods" karena memiliki potensi wisata seperti keindahan alam, keunikan, budaya dan masyarakat sederhana yang menjadikan provinsi

ini terkenal di seluruh dunia (Nirwanda, 2006).

Berbagai objek budaya dan seni di Bali menciptakan daya tarik sendiri sebagai tujuan wisata baik untuk wisatawan domestik dan asing dan hampir semua orang Bali mengandalkan sektor dan fasilitas pariwisata (Somantri, 2007). Bali merupakan destinasi wisata dengan pesona budayanya yang sudah dikenal secara internasional dan sering dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Pariwisata adalah sektor yang berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi dalam

sebuah Negara. Sektor tersebut memberikan devisa cukup besar dan memperluas lapangan kerja serta dapat memperkenalkan budaya suatu negara (CNN, 2017).

Seiring berjalannya waktu, hingga memasuki tahun 2020, perekonomian di dunia mengalami penurunan yang disebabkan oleh hadirnya wabah virus covid-19 yang membuat aktivitas-aktivitas manusia dibatasi dengan berbagai kebijakan dan peraturan kesehatan yang dikeluarkan oleh negara. covid-19 merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Coronavirus ditemukan di Wuhan Cina pada Desember 2019 (WHO, 2020).

Masuknya wabah covid-19 ke Indonesia berdampak pada berbagai sektor mengalami berbagai penurunan khususnya Kota Bali di mana karena penurunan di berbagai sektor inilah membuat ekonomi Indonesia menurun secara pesat. Faktor yang paling berdampak pada pariwisata di Bali adalah pembatalan perjalanan wisata asing dari berbagai negara, hotel dan tempat penginapan ditutup serta beberapa karyawan dirumahkan, rumah makan dan pusat oleh-oleh ditutup, transportasi atau biro perjalanan yang digunakan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata ditiadakan, dan adanya pengurangan terhadap

tenaga kerja atau SDM pariwisata yang mengakibatkan adanya penurunan ekonomi masyarakat (Purwahita, Wardhana, Ardiasa, & Winia, 2021).

Memasuki pertengahan 2021, adapun pemberitahuan bahwa wabah covid di Indonesia khususnya di Bali mengalami penurunan, sehingga diberlakukan kembali aktivitas-aktivitas masyarakat dengan tetap memperhatikan peraturan kesehatan yang berlaku. Berdasarkan berita yang diterbitkan oleh CNN serta website resmi provinsi bali, dijelaskan bahwa pada tanggal 14 Oktober 2021 Bali siap membuka kembali tempat pariwisata untuk wisatawan asing khususnya Australia (Baliprov, 2021). Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Diplomasi Kebudayaan Indonesia Ke Australia Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata di Bali Tahun 2021" dikarenakan media-media yang menjelaskan bahwa pada tanggal 14 Oktober 2021, Bali siap membuka kembali tempat pariwisata untuk wisatawan asing khususnya Australia, sehingga penulis ingin mengetahui upaya seperti apa yang sudah dilakukan oleh Indonesia dalam meningkatkan kembali sektor pariwisata melalui diplomasi kebudayaan khususnya Australia.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Berikut ini akan dipaparkan secara singkat pengertian atau makna dari pendekatan kualitatif. Dalam pengertiannya, penelitian

kualitatif adalah penelitian yang bersifat empiris (dapat diamati dengan pancaindera sesuai dengan kenyataan), hanya saja pengamatan atas data bukanlah berdasarkan ukuran-ukuran matematis yang terlebih dulu ditetapkan peneliti dan harus dapat disepakati oleh pengamatan lain, melainkan berdasarkan ungkapan subjek penelitian sebagaimana yang dikehendaki dan dimaknai oleh subjek penelitian. Penelitian kualitatif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang fenomena, aktivitas-aktivitas, proses-proses sosial. Penelitian yang dilakukan lebih terfokus pada makna dan pemahaman (Bakry, 2016).

Dalam penulisan ini, metode penelitian yang digunakan penulis adalah bersifat deskriptif. Setelah data dikumpulkan, maka kemudian data akan diolah menjadi sebuah kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini (Meolong, 2013).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam aspek sektor pariwisata aktor yang berperan adalah pemerintah Indonesia dan pemerintah Australia di mana kegiatan yang dilakukan adalah pertukaran informasi, keahlian profesional dan kegiatan ekonomi kreatif meliputi pelatihan-pelatihan dalam bidang kebudayaan seperti penyiaran, seni visual, kerajinan, seni pertunjukan yang ditujukan kepada masyarakat kedua negara tersebut dalam mengembangkan warisan budaya yang dimiliki dan sebagai wawasan bagi masyarakat Indonesai dan Australia serta peningkatan kualitas SDM dalam bidang kebudayaan.

Berdasarkan aspek sosial-budaya, ekonomi, dan sektor pariwisata yang sudah dibahas di atas, jika dikaitkan dengan penerapan teori Simon Mark terkait 4 elemen dasar diplomasi kebudayaan yakni aktor, tujuan, kegiatan, dan audiensi.

Dari aspek-aspek yang dijelaskan di atas, dalam hubungan dan praktik diplomatik ditemukan aktor-aktor dan keterlibatan pemerintah yakni Presiden Indonesia, Perdana Menteri Australia, parlemen pemerintahan dan masyarakat kedua negara. Dalam mencapai tujuan idealistik, adanya peningkatan perdagangan, budaya, dan mempererat hubungan bilateral antara kedua negara tersebut. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan berdasarkan aspek-aspek di atas adalah adanya pertukaran intelektual dan pelatihan, serta membentuk perjanjian. Adapun audiensi yang ditujukan berdasarkan aspek-aspek di atas, yakni penyediaan tempat untuk dilakukannya kegiatan berupa pelatihan kebudayaan oleh sumber daya manusia Indonesia maupun Australia.

Berdasarkan teori, diplomasi kebudayaan merupakan pertukaran ide-ide, informasi, seni, dan aspek-aspek lain dari budaya di antara bangsa-bangsa dan masyarakat untuk mendorong rasa saling pengertian. Diplomasi kebudayaan dilakukan sebagai upaya untuk mencapai kepentingan bangsa dalam memahami, menginformasikan, dan mempengaruhi bangsa lain melalui kebudayaan (Tulus Warsito dan

Wahyuni Kartikasari, 2007). Berdasarkan kategori ini, diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia ke Australia bisa dilihat sebagai berikut:

1. Program Indonesia Cultural Circle (ICC) oleh KBRI Canberra.

Program ini merupakan kerja sama antara KBRI Canberra dengan Dharma Wanita Persatuan (DWP) yang diselenggarakan setidaknya 3 sampai 4 kali pertahun. DWP dapat menghadirkan audiens atau pengunjung dari berbagai kalangan mulai dari Womens International Club Canberra, diplomat perempuan, pebisnis hingga istri dari perwakilan negara sahabat di Australia. Selain itu dalam program ini bukan hanya 5 ikon kuliner Indonesia saja yang dihidangkan, melainkan berbagai hidangan pada setiap daerah di Indonesia sesuai dengan tema yang diambil (Kemlu, KBRI Canberra-Dharma Wanita Persatuan bekerja sama selenggarakan Indonesian Cultural Circle (ICC) bertema "North Sumatra - The Sparkling Gem of Indonesia", 2020).

Berdasarkan program ini, aktor yang berperan dalam diplomasi kebudayaan ini adalah KBRI Canberra dan Dharma Wanita Persatuan, dimana kegiatan ini diselenggarakan untuk berbagai kalangan mulai dari Womens International Club Canberra, diplomat perempuan, pebisnis hingga istri dari perwakilan negara sahabat di Australia. Tujuan dari program ini secara tidak langsung adalah

mempromosikan kebudayaan yang dimiliki oleh Sumatera Utara, Indonesia dengan hidangan-hidangan atau makanan khas dari daerah-daerah yang ada di Indonesia.

2. Penyelenggaraan Festival Kuliner Indonesia setiap tahun di KBRI Canberra

Pada tahun 2015 Indonesia memperkenalkan ayam goreng dan nasi goreng dalam "Summer Fancy Food Show" di Sydney. Pada tahun 2016 KBRI Canberra berhasil menghadirkan 4000 warga asing untuk memeriahkan acara tersebut. Pada tahun 2017 di Sydney KJRI menyelenggarakan "A Taste of Indonesia" yang diselenggarakan selama 8 hari dan berhasil menghadirkan sekitar 1000 wisatawan pada setiap harinya dengan menghadirkan berbagai kuliner khas nusantara di antaranya adalah sate ayam dengan lontong, rendang dan risol. Penyelenggaraan festival kuliner melalui gastrodiplomasi Indonesia di Australia tidak hanya untuk menunjukkan aspek keindahan dari makanan, seni memasak dan kelezatan melainkan berusaha untuk menonjolkan nilai-nilai budaya Indonesia sebagai negara yang multikultural, mampu menceritakan aspek kesejarahannya serta filosofis dari kuliner Indonesia yang disajikan (Kemlu, Ribuan Pengunjung Padati Festival Indonesia 2019 di Canberra, 2019).

Berdasarkan festival kuliner ini, aktor yang berperan

adalah Kementerian Luar Negeri Indonesia dengan mempromosikan makanan serta seni memasak Indonesia kepada Australia dan wisatawan asing yang berkunjung dengan tujuan memperkenalkan makanan-makanan khas Indonesia serta cara pembuatan sehingga dapat menarik perhatian wisatawan asing dalam mencoba makanan khas tersebut.

### 3. Resepsi Diplomatik

Resepsi diplomatik Indonesia dilaksanakan setiap tahun yang disambut dengan berbagai kegiatan budaya Indonesia seperti pagelaran gamelan pertunjukan tari dan pemutaran lagu-lagu kebangsaan Indonesia. Selain itu dalam resepsi ini KBRI menyuguhkan berbagai kuliner khas nusantara seperti kelepon, pisang goreng, wingko babat dan peyek. Penyajian hidangan khas nusantara ini mendapatkan respon baik dari tamu-tamu yang hadir yaitu mayoritas masyarakat Australia (Diahtantri, 2021).

Berdasarkan kegiatan resepsi diplomatik yang dilakukan oleh Indonesia dan Australia dilakukan sebagai bentuk peningkatan hubungan diplomatik yang dimiliki oleh kedua negara tersebut. Adapun kegiatan yang dilakukan sebagai bentuk diplomasi kebudayaan Indonesia melalui resepsi diplomatik ini yakni pertunjukan seni, adanya hidangan dari Indonesia serta pemutaran lagu kebangsaan Indonesia. Hal ini

dilakukan oleh Indonesia karena mayoritas audiensi yang hadir dalam kegiatan resepsi diplomatik adalah masyarakat Australia.

### 4. Gastrodiplomacy Training for Diplomat

Pelatihan para diplomat Indonesia di Australia dilaksanakan oleh Kapusdiklat Indonesia dengan tujuan para diplomat harus dapat menghidangkan makanan Indonesia secara baik ketika sedang ada event dan festival budaya. Selain itu para diplomat dituntut untuk berupaya keras dan harus memenuhi keempat kriteria yaitu: *universally delicious, unique, aesthetically pleasing* dan *promoting culture* (Diahtantri, 2021). Kegiatan ini diselenggarakan sebagai bentuk pelatihan oleh aktor-aktor yakni diplomat Indonesia dengan tujuan memenuhi keempat visi yakni *universally delicious, unique, aesthetically pleasing* dan *promoting culture* dengan menghidangkan makanan khas Indonesia sebagai bentuk promosi kepada wisatawan Australia dan wisatawan asing lainnya bahwa Indonesia memiliki keunikan budaya kuliner yang enak dan unik.

Berdasarkan teori diplomasi pariwisata adalah proses mempromosikan sumber daya pariwisata dan memecahkan krisis atau masalah destinasi tertentu melalui negosiasi damai antara dua negara atau lebih atau antar negara melalui kekuatan pariwisata yang damai (Baranowski, 2019). Secara

umum diplomasi pariwisata dipahami sebagai suatu upaya untuk mempengaruhi publik internasional dalam mewujudkan kepentingan nasional suatu negara.

Pariwisata merupakan konsep dalam diplomasi publik yang secara umum dipahami sebagai suatu upaya untuk mempengaruhi publik internasional dalam mewujudkan kepentingan nasional suatu negara dengan tujuan untuk menumbuhkan pandangan positif negara lain baik dalam jangka waktu pendek maupun untuk jangka waktu yang panjang yang dapat menguntungkan dan mempermudah tercapainya tujuan-tujuan kebijakan luar negeri (Wardhani, 2016). Dalam penelitian ini, kegiatan yang diselenggarakan sebagai bentuk diplomasi kebudayaan Indonesia juga merupakan diplomasi pariwisata di mana Indonesia mempromosikan sumber daya pariwisata berupa tarian daerah dan kuliner-kuliner khas Indonesia dari proses pembuatan hingga penghidangan kepada masyarakat Australia. Hal ini merupakan proses mempromosikan sumber daya pariwisata sendiri kepada Australia dan wisatawan asing melalui diplomasi kebudayaan. Melalui kegiatan ini, adapun kepentingan nasional yang ingin dicapai oleh Indonesia, yakni meningkatkan sektor pariwisata Indonesia.

Adapun diplomasi pariwisata yang dilakukan oleh Indonesia ke Australia yakni melalui penerapan diplomasi pariwisata. Diplomasi pariwisata merupakan strategi negara berupa merk yang

mengimplikasikan visi strategis yang seluruhnya diupayakan untuk mendukung kepentingan negara dalam bentuk realistis, menarik, dan kompetitif dengan dukungan berbagai elemen negara terutama dalam aspek komunikasi sehingga dapat bersaing dengan negara lain. Hal ini juga merupakan diplomasi kebudayaan Indonesia dikarenakan diplomasi pariwisata merupakan upaya untuk mencapai kepentingan bangsa dalam memahami, menginformasikan, dan mempengaruhi bangsa lain melalui kebudayaan seperti pemanfaatan bidang-bidang ideologi, teknologi, politik, ekonomi, militer, sosial, kesenian dan bidang-bidang lain dalam pencatatan masyarakat internasional.

Diplomasi pariwisata merupakan temuan dari Simon Anholt pada tahun 1996 yang mendefinisikan brand sebagai produk maupun service yang dinilai berdasarkan reputasi branding sebagai wujud rancangan, identitas, dan komunikasi yang memajemen reputasi brand tersebut (Nurlelawati, 2019). Di Indonesia, praktik diplomasi pariwisata menjadi salah satu metode dalam menjalankan kebijakan politik luar negeri karena pada dasarnya dipengaruhi oleh realitas politik domestik Indonesia itu sendiri. Strategi diplomasi publik Indonesia adalah diplomasi dengan menggunakan instrumen pariwisata. Tujuan dari diplomasi melalui sektor pariwisata tersebut adalah untuk menguatkan diplomasi pariwisata terhadap sektor pariwisata itu sendiri. Indonesia merupakan negara yang kaya dari sisi wisata

alam, seni dan budaya. Kekayaan alam yang dimiliki tersebut yang menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan global. Pemanfaatan sektor pariwisata dianggap efektif dalam pelaksanaan diplomasi karena pelaksanaannya yang tanpa paksaan, dan keyakinan bahwa pariwisata lebih mudah diterima oleh masyarakat karena mengandung nilai-nilai yang universal seperti nilai budaya, tradisi, agama, estetika, bangunan-bangunan peninggalan sejarah maupun bangunan modern yang unik sehingga mampu menarik masyarakat dunia.

Pada dasarnya, setiap negara di dunia memiliki kelebihan masing-masing, salah satunya adalah memanfaatkan dan mengoptimalkan kelebihan/potensi yang dimiliki. Di sini kita dapat melihat bagaimana potensi yang dimiliki oleh Indonesia dalam meningkatkan sektor pariwisata, dilihat dari beragam seni dan budaya serta kekayaan alam yang dimiliki. Eksotika alam dan budaya ini dikemas dalam pariwisata menjadi soft power yang berpotensi besar dalam melakukan diplomasi publik, juga sebagai modal dalam melakukan peningkatan hubungan antar negara dan hubungan kerja sama. Keunikan potensi inilah yang menjadi daya tarik pariwisata Indonesia. Perbedaan suku, bahasa, adat, dan agama yang justru menjadikan perbedaan itu menjadi berwarna dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan adanya hal tersebut dapat menarik perhatian masyarakat dunia untuk berkunjung dan mau mengenal lebih

jauh tentang Indonesia. Sebagai salah satu institusi resmi negara yang berperan sekaligus bertanggung jawab menangani bidang pariwisata.

Diplomasi pariwisata mencerminkan identitas negara sehingga dapat membedakan dengan negara lain. Berkaitan dengan branding kebudayaan maka diplomasi pariwisata diharapkan semakin menarik turis asing, peningkatan kualitas tenaga kerja, dan peningkatan volume ekspor. Dengan demikian secara luas diharapkan adanya transformasi dari diplomasi pariwisata menjadi nation building yang menumbuhkan keberlanjutan dari kepercayaan diri bangsa, kebanggaan bangsa, dan prestasi bangsa. Hubungan diplomasi budaya dan diplomasi pariwisata berkaitan karena diplomasi menjadi alat untuk memperlancar hubungan dengan negara lain terkait dengan promosi budaya. Semakin kuat diplomasi pariwisata dengan inovasi dan perbaikan maka semakin menciptakan potensi kunjungan mancanegara yang tidak hanya meningkat secara kuantitas namun juga secara kualitas. Implementasi wonderful Indonesia tidak akan terjalin dengan lancar jika diplomasi budaya tidak dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa diplomasi budaya menjadi salah satu pendekatan untuk merepresentasikan branding dengan lebih realistis (Yulliana, 2020).

Bentuk diplomasi budaya dapat ditunjukkan melalui berbagai upaya promosi event nasional yang dalam kurun waktu 2020



direncanakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam program 100 callender of event wonderful 2020. Adapun program yang merupakan bentuk kerja sama berbagai pihak dalam skala nasional maupun daerah. Pada tingkat nasional terdapat 10 national event yang terdiri atas pesta kesenian Bali, Jember Fashion Carnival, Banyuwangi Ethno Carnival, Art Jog MMXX, Sanur Village Festival, IronMan 70,3 Bintan, Borobudur Marathon, Java Jazz Festival, F8 Makasar, dan Tomohon International Festival. Berbagai event promosi digelar dalam kerangka diplomasi budaya agar dapat menarik wisatawan mancanegara dengan penambahan devisa yang tinggi (Yulliana, 2020).

Aktor-aktor dalam kegiatan penerapan diplomasi pariwisata adalah masyarakat Indonesia selaku sumber daya manusia khususnya Bali dalam menjalankan kesenian yang dilakukan dalam berbagai festival dan event kesenian dan Kementerian Pariwisata selaku penyusunan strategi dalam mempromosikan festival dan event-event kebudayaan dan kepariwisataan tersebut. Kepentingan nasional dari adanya penerapan diplomasi pariwisata ini memiliki sasaran strategis yang ingin dicapai yakni sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata.
2. Meningkatnya investasi di sektor pariwisata.
3. Meningkatnya kontribusi kepariwisataan terhadap penyerapan tenaga kerja nasional.

4. Meningkatnya kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional.
5. Meningkatnya kontribusi kepariwisataan terhadap penyerapan tenaga kerja nasional.
6. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.
7. Meningkatnya kualitas kinerja organisasi Kementerian Pariwisata.
8. Meningkatnya jumlah perjalanan dan pengeluaran wisatawan lokal.

Diplomasi kebudayaan dan diplomasi pariwisata dilakukan Indonesia kepada Australia pasca pandemi dilakukan dengan tujuan peningkatan sektor pariwisata di Bali dikarenakan berdasarkan sejarah hubungan diplomatik antara Indonesia dan Australia, Kota Bali merupakan destinasi pariwisata favorit bagi masyarakat Australia dan Australia juga menganggap kota Bali, sebagai second home yang perlu dijaga dan dikembangkan. Diplomasi kebudayaan dan diplomasi pariwisata berupa kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan dan yang akan dilakukan dalam perencanaan ke depan oleh Indonesia yang membuat Indonesia pada tanggal 14 Oktober 2021 siap membuka kembali pariwisata untuk wisatawan Australia dan wisatawan asing lainnya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas dan Rumusan masalah, penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa diplomasi kebudayaan Indonesia ke Australia

dalam meningkatkan pariwisata di Bali tahun 2021 adalah diplomasi budaya berdasarkan 4 elemen dasar oleh Simon Mark dalam penerapannya, terdapat aktor dan keterlibatan pemerintah, tujuan dari penerapan diplomasi kebudayaan, kegiatan-kegiatan yang dilakukan dan audiensi. Adapun penerapan diplomasi pariwisata yang dilakukan yakni strategi negara berupa *merk* yang mengimplikasikan visi strategis yang seluruhnya diupayakan untuk mendukung kepentingan negara dalam bentuk realistis, menarik, dan kompetitif dengan dukungan berbagai elemen negara terutama dalam aspek komunikasi sehingga dapat bersaing dengan negara lain. Hal ini juga merupakan diplomasi kebudayaan Indonesia dikarenakan diplomasi pariwisata merupakan upaya untuk mencapai kepentingan bangsa dalam memahami, menginformasikan, dan mempengaruhi bangsa lain melalui kebudayaan seperti pemanfaatan bidang-bidang ideologi, teknologi, politik, ekonomi, militer, sosial, kesenian dan bidang-bidang lain dalam pencatatan masyarakat internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Bakry, U. S. (2016). *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mark, S. (2009). *Discussion Paper in Diplomacy: A Greater Role For Cultural Diplomacy*. Netherlands Institute of

International Relations (Clingendael).

- Meolong, J. L. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nirwanda, S. (2006). *Pembangunan Sektor Pariwisata di Era Otonomi Daerah*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Somantri, L. (2007). *Keunggulan Bali Sebagai Daerah Tujuan Wisata Andalan Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari. (2007). *Diplomasi Kebudayaan Dalam Konsep dan Relevansi bagi Indonesia: Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.

### JURNAL

- Baranowski. (2019). Diskusi: Pariwisata dan Diplomasi. *Jurnal Sejarah Pariwisata*.
- Diahtantri, P. I. (2021). Strategi Gastrodiplomasi Indonesia Melalui Program Co-Branding Diaspora Di Australia Tahun 2018-2020. *Jurnal of International Relation*.
- Nurlelawati. (2019). Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Diplomasi pariwisata Wonderful Indonesia Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*.
- Purwahita, A. R., Wardhana, P. B., Ardiasa, I. K., & Winia, I. M.

(2021). Dampak Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 1.

Yulliana, E. A. (2020). Diplomasi Budaya melalui Diplomasi pariwisata Wonderful Indonesia di Era New Normal Tourism. *Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"*.

#### INTERNET

Baliprov. (2021, September). *Penguatan Protokol Kesehatan Pada Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Level 3*. Retrieved from <https://www.baliprov.go.id>: <https://www.baliprov.go.id/web/rilis-penguatan-protokol-kesehatan-pada-pemberlakuan-pembatasan-kegiatan-masyarakat-ppkm-level-3/>

CNN. (2017). *Hebat ! Indeks Daya Saing Wisata Indonesia Melejit 8 Poin*.

Kemenparekraf. (2021, Oktober 21). *Menyambut Pembukaan Bali untuk Wisatawan Mancanegara*. Retrieved from <https://kemenparekraf.go.id>: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Menyambut-Pembukaan-Bali-untuk-Wisatawan-Mancanegara>

Kemlu. (2018). *Nota Kesepahaman tentang Kerjasama di Bidang Ekonomi Kreatif antara Pemerintah Republik Indonesia*

*dan Pemerintah Australia*. Retrieved from [database.Kemlu.go.id](https://database.kemlu.go.id).

Kemlu. (2019, November 16). *Ribuan Pengunjung Padati Festival Indonesia 2019 di Canberra*. Retrieved from [www.kemlu.go.id](http://www.kemlu.go.id): <https://kemlu.go.id/canberra/id/news/3271/ribuan-pengunjung-padati-festival-indonesia-2019-di-canberra>

Kemlu. (2020, Oktober 23). *KBRI Canberra-Dharma Wanita Persatuan bekerja sama selenggarakan Indonesian Cultural Circle (ICC) bertema "North Sumatra – The Sparkling Gem of Indonesia"*. Retrieved from [www.kemlu.go.id](http://www.kemlu.go.id): <https://kemlu.go.id/canberra/id/news/9112/kbri-canberra-dharma-wanita-persatuan-bekerja-sama-selenggarakan-indonesian-cultural-circle-icc-bertema-north-sumatra-the-sparkling-gem-of-indonesia>

Kumparan. (2018, Desember 25). *Sektor Pariwisata Menjadi Penghasil Devisa Teratas di Indonesia*. Retrieved from [www.kumparan.com](http://www.kumparan.com): <https://kumparan.com/achmad-humaidy/sector-pariwisata-menjadi-penghasil-devisa-teratas-di-indonesia-1545713625995290791>

Purwahita. (2021). *Dampak Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali Ditinjau Dari Sektor Sosial,*

Ekonomi, Dan Lingkungan.  
*akpar-denpasar.ac.id*.

Wardhani, T. (2016). *Diplomasi Publik dan Soft Power*. Retrieved from [www.unair.ac.id](http://www.unair.ac.id):  
[http://tara-wardhani-fisip14.web.unair.ac.id/artikel\\_detail-154779-SOH214](http://tara-wardhani-fisip14.web.unair.ac.id/artikel_detail-154779-SOH214)

WHO. (2020). *Tracking SARS-CoV-2 variants*. Retrieved from [www.who.int](https://www.who.int):  
<https://www.who.int/en/activities/tracking-SARS-CoV-2-variants>