

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Literatur

Dalam menganalisis penelitian ini, untuk memperbanyak materi yang dapat penulis jadikan sebagai landasan berpikir bagi penulis dalam menjawab pertanyaan penelitian yang ada. Dengan menggunakan beberapa tulisan dari penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Penulis menemukan beberapa referensi berupa karya ilmiah baik jurnal, skripsi maupun media massa yang memiliki tema dan keterkaitan yang akan coba penulis buat adalah tentang diplomasi pariwisata Arab Saudi melalui Saudi Vision 2030.

Dari penelusuran sumber oleh penulis, terdapat beberapa karya ilmiah dan penelitian tentang Visi Saudi 2030, pariwisata dan ekonomi di Arab Saudi, tetapi topik yang sama yang akan ditulis oleh penulis, tidak ditemukan topik khusus seperti **“Perubahan Strategi Ekonomi Arab Saudi Dalam Mewujudkan Saudi Vision 2030”** banyak artikel dan jurnal ilmiah yang menjelaskan perubahan ekonomi Arab Saudi dan Saudi Vision 2030, pada diskusi ini, beberapa instansi pemerintah Arab Saudi membantu mengimplementasikan Visi Saudi 2030 dalam reformasi keluarga kerajaan generasi sebelumnya. Berbeda dengan kebijakan raja-raja sebelumnya yang lebih fokus pada minyak daripada sumber daya alam lainnya sehingga mencatat beberapa studi dan jurnal yang tentang diplomasi pariwisata, ekonomi Arab Saudi melalui kebijakan Saudi Vision 2030 dan berikut penelitian tersebut diantaranya:

Literatur pertama yaitu jurnal yang ditulis oleh Konopka & Strykhotskyi dengan judul **“Cultural Diplomacy Of The Kingdom Of Saudi Arabia In The Context Of the Vision 2030 Strategy Implementation”** para penulis ini menjelaskan tentang strategi Visi 2030 dan Visi Budaya, yang menguraikan tren dan prospek pengembangan *soft power* pada Arab Saudi untuk dekade berikutnya, penelitian ini membahas bahwa Riyadh mencoba mengadopsi pendekatan baru dalam kebijakan luar negerinya dan menciptakan paradigma baru kebijakan diplomasi budaya. Kebijakan budaya dan diplomasi dalam yang tidak jelas dan mengubah lingkungan internasional. Dengan demikian, baik secara regional maupun global, Kerajaan Arab Saudi menggunakan perangkat *soft power* pada umumnya dan diplomasi budaya pada khususnya, berusaha memanfaatkan sepenuhnya modernisasi era informasi. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa kepemimpinan Arab Saudi saat ini telah mengakui pentingnya diplomasi budaya dalam meningkatkan citra internasional dan mengembangkan keterampilan komunikasi, yang telah memprakarsai strategi "ekspansi" budaya negara di berbagai tingkatan. Selain itu, Kementerian Kebudayaan yang baru dibentuk telah memainkan peran penting. Dengan demikian, Arab Saudi mencoba memanfaatkan alat diplomasi budaya secara maksimal untuk memposisikan diri di panggung internasional. Sejak 2019, Arab Saudi membuka diri untuk wisatawan dan berencana untuk menginvestasikan \$64 miliar dalam pengembangan sektor hiburan selama dekade berikutnya. Selain itu, Kementerian Kebudayaan berencana memperluas museum negara karena menarik wisatawan (Konopka & Strykhotskyi, 2021).

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Konopka & Strykhotskyi dengan penelitian yang akan ditulis terletak pada diplomasi yang akan penulis bahas adalah diplomasi pariwisata, sedangkan yang Konopka dan Strykhotskyi jelaskan adalah diplomasi budaya dan berfokus pada pengembangan budaya, diplomasi budaya dan *soft power*. Penelitian ini juga memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan penulis bahas yaitu sama-sama ingin mencapai tujuan yang ambisius, mencapai Saudi Vision 2030.

Kedua, jurnal yang berjudul “**Liberalisasi Ekonomi Arab Saudi dalam Saudi Vision 2030**” ditulis oleh Misliharira Shaumi Putri, Reni Windiani, Satwika Paramasatya. Pada penelitian ini penulis lebih memfokuskan pada penjelasan *a thriving economy*, yang merupakan salah satu pilar dalam Saudi Vision 2030, dipaparkan rencana Arab Saudi dalam memajukan perekonomian. Para penulis ini membahas bahwa keterbukaan Arab Saudi merupakan salah satu langkah utama yang akan terus menstabilkan pembangunan Arab Saudi, khususnya di bidang ekonomi. Beberapa strategi Pangeran Mohammed bin Salman menunjukkan bahwa bukan hal yang buruk untuk meliberalisasi negara dengan melonggarkan kebijakan saat ini dan dapat membantu Arab Saudi mengembangkan dan mempromosikan negaranya. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik data melalui studi literatur. Hasil dari pembahasan jurnal ini menunjukkan bahwa Pangeran Mohammed bin Salman mendorong implementasi Saudi Vision 2030 untuk poin *a thriving economy* yang sukses karena ingin memperkuat ekonomi Arab Saudi dan memberikan alternatif untuk meninggalkan ketergantungan ekspor minyak di negara tersebut tidak teratur dan cenderung menurun dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, Arab Saudi merupakan negara

yang dikenal memiliki kekuatan di dunia, sehingga Arab Saudi perlu lebih mengekspos negaranya ke dunia internasional, salah satunya dengan menciptakan kerjasama dan perjanjian ekonomi untuk negaranya serta dapat membantu mengharumkan nama Arab Saudi di dunia, hal ini juga dapat membantu perkembangan Arab Saudi terutama Saudi Vision 2030, yang merupakan rencana jangka panjang Arab Saudi (Shaumi Putri et al., 2021).

Perbedaan penelitian yang telah dipaparkan dengan penelitian yang akan ditulis adalah bahwa penelitian ini berfokus pada implementasi Saudi Vision 2030, khususnya dalam *point a thriving economy*. Sedangkan penelitian yang akan penulis bahas berfokus pada pariwisata untuk meningkatkan perekonomian Arab Saudi melalui Saudi Vision 2030. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas rencana kemajuan ekonomi Arab Saudi dalam Saudi Vision 2030.

Penelitian ketiga adalah Jurnal dengan judul ***“Strategic Management of the Tourism Sector in Saudi Arabia”*** oleh Atyeh Mohammed Alzhrani. Pada penelitian ini Atyeh membahas mengenai, tantangan pariwisata Arab Saudi karena masalah politik dan manajerial. Oleh karena itu, alat dan teknik manajemen strategis dapat membantu perusahaan membuat keputusan strategis. Menurut Atyeh keputusan ini dapat berkontribusi pada keberlanjutan perusahaan pariwisata dan industri pariwisata dan menurut dokumen Saudi Vision 2030, negara tersebut berharap dapat meningkatkan jumlah jamaah umrah dari 8 juta menjadi 20 juta pada tahun 2030, dan menggandakan jumlah situs wisata UNESCO. Kerajaan juga berencana membangun museum canggih di masa depan yang akan memungkinkan wisatawan "melakukan perjalanan mendalam melalui berbagai era peradaban Islam serta sains, sastra, dan budayanya." Lebih lanjut, Atyeh juga menjelaskan tantangan

utama pemerintah ke depan, yakni mengurangi ketergantungan kerajaan terhadap minyak dan diversifikasi ekonomi untuk meningkatkan sektor publik seperti pariwisata. Saudi Vision 2030 mendiversifikasi ekonomi dari ketergantungan berlebihan pada minyak dan berfokus pada sektor publik seperti pariwisata. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa alat dan teknik manajemen strategis di sektor pariwisata Kerajaan dapat membantu mencapai tujuan ini Saudi Vision 2030 (Alzhrani, 2020).

Perbedaan penelitian ini dengan yang akan penulis bahas adalah fokus utama penelitian yang dilakukan oleh Atyeh yaitu manajemen dalam industri pariwisata dan menggambarkan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Sedangkan yang akan penulis buat adalah diplomasi pariwisata Arab Saudi dalam meningkatkan perekonomian. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas pariwisata dan menjelaskan beberapa destinasi wisata dalam mewujudkan Saudi Vision 2020.

Penelitian keempat adalah Jurnal *"Tourism Development in Saudi Arabia"*. Yang ditulis oleh Nadia Yusuf. Pada penelitian ini Yusuf membahas kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Kerajaan Arab Saudi karena sekarang menemukan tempat dalam pariwisata global. Sebelum dekade terakhir, kerajaan enggan membuka pariwisata ke Barat. Ada dua alasan kurangnya pariwisata. "Pemerintah prihatin dengan pengaruh 'polusi' turis asing dan kemungkinan perilaku atau pakaian mereka dapat mengganggu penduduk setempat yang konservatif." Juga, mengingat pendapatan tinggi yang diperoleh Kerajaan dari minyak, hanya ada sedikit insentif untuk mempromosikan pariwisata. Yusuf menggunakan metode kualitatif dan metode Delphi dalam penelitian ini, metode Delphi sering digunakan

untuk melakukan penelitian di industri perhotelan dan pariwisata. Hasil dari penelitian ini Yusuf memperkirakan pariwisata telah mampu mengubah dirinya menjadi industri besar dan pertumbuhan sektor ini berkembang sangat pesat selama satu dekade terakhir. Laporan awal tentang Kerajaan menyebabkan ketidakpastian apakah pariwisata bisa menjadi cara yang layak bagi orang Saudi untuk menghasilkan pendapatan. Ada ketidakpastian tentang pengembangan pariwisata di sektor ini terutama karena asosiasi negara-negara Arab dengan terorisme (Yusuf, 2014).

Yang membedakan dengan penelitian penulis adalah dalam penelitian tersebut yaitu penelitian ini hanya menegaskan bahwa pariwisata di Arab Saudi sedang dalam tren yang baik, dan sudah saatnya dunia melihat misteri dan keindahan Arab Saudi dan orang-orang yang menghuninya, dan dengan pendekatan strategis yang tepat, Saudi akan menjadi salah satu destinasi wisata terbaik di dunia yang bermanfaat bagi Kerajaan, dan dunia. Tanpa memberikan penjelasan tentang kerja sama apa yang akan dilakukan Arab Saudi saat itu, untuk mencapai tujuan wisata terbaik di dunia. Penelitian ini belum terfokus pada Saudi Vision 2030 karena masih menggunakan kebijakan lama. Kemiripan penelitian ini dengan apa yang akan ditulis adalah bahwa Kerajaan menyadari bahwa industri pariwisata dapat menjadi salah satu sumber pendapatan atau penopang pertumbuhan ekonomi di Arab Saudi setelah minyak yang mereka ekspor saat ini.

Penelitian kelima adalah jurnal judul *“Factors Affecting Organizational Identity In The Tourism Industry: Role of Marketing Campaigns and Vision 2030”* yang ditulis oleh Muhammad Awais Bhatti, Mansour Alyahya, Ahmed Abdulaziz Alshiha dan Ariff Syah Juhari jurnal ini membahas faktor penentu yang

mempengaruhi identitas organisasi dalam industri pariwisata Arab Saudi. Selain itu, para penulis ini menjelaskan perlunya mempromosikan identitas organisasi untuk mencapai Saudi Vision 2030, karena memiliki dampak yang signifikan terhadap bisnis pariwisata, dan bahwa promosi bisnis pariwisata dapat didorong melalui pengenalan organisasi ke depan. Pariwisata adalah salah satu sektor utama di Arab Saudi dengan berbagai jenis pariwisata. Ini menguntungkan ekonomi Saudi dalam beberapa cara karena memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian dengan menyediakan lebih banyak pendapatan. Juga, industri di Arab Saudi ini mempromosikan berbagai peluang kerja. Orang-orang yang bepergian dari berbagai negara ke Arab Saudi memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan. Studi ini juga memasukkan kampanye pemasaran sebagai elemen kunci untuk mempromosikan identitas organisasi, yang tidak diamati dalam beberapa penelitian sebelumnya, meskipun kampanye pemasaran berkontribusi besar pada industri pariwisata, namun penelitian ini terbatas pada bisnis pariwisata. Karena kegiatan ini sangat penting bagi perekonomian Arab Saudi dan menghasilkan devisa yang besar untuk mendukung perekonomian Arab Saudi dalam Vision 2030. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metodologi penelitian cross-sectional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa identitas organisasi merupakan bagian penting dari bisnis pariwisata dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Aspek yang paling penting adalah tanggung jawab sosial perusahaan *corporate social responsibility* (CSR), budaya organisasi, identitas merek dan kepemimpinan. Selain itu, kampanye pemasaran organisasi pariwisata dapat mempromosikan identitas organisasi mereka. Upaya pemasaran dapat membantu memperkuat hubungan antara berbagai dimensi dan identitas

korporat dengan bertindak sebagai variabel moderasi. Akibatnya, organisasi pariwisata didorong untuk memperkuat *corporate social responsibility* (CSR), budaya organisasi, identifikasi merek, kepemimpinan dan kampanye pemasaran untuk mendukung identitas organisasi (Bhatti et al., 2022).

Perbedaan penelitian ini dengan yang akan penulis buat adalah bahwa fokus utama penelitian ini adalah membahas hubungan antara identitas organisasi dengan identitas berbagai organisasi yang terkait dengan pariwisata, mengidentifikasi organisasi yang mempromosikan kegiatan pariwisata. Berbeda dengan apa yang akan penulis buat karena dalam penelitian ini tidak dijelaskan kampanye atau promosi seperti apa yang akan dilakukan untuk mendukung perekonomian Saudi Vision 2030. Kemiripan penelitian ini dengan apa yang akan peneliti tulis adalah mengembangkan cara mendorong pariwisata untuk mencapai Saudi Vision 2030.

Selanjutnya literatur keenam adalah Jurnal dengan judul “*Empowering Saudi Women in the Tourism and Management Sectors*” yang ditulis oleh Amnah Alasgah dan Eman Rizk. Penelitian ini membahas bahwa pemberdayaan perempuan Saudi di sektor pariwisata sesuai Saudi Vision 2030, serta membahas konstituen dan kendala pemberdayaan mereka di sektor pariwisata. Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata Nasional "Takamul", yang terkait dengan Otoritas Umum Pariwisata dan Warisan Nasional, menegaskan upaya seriusnya untuk meningkatkan tingkat partisipasi perempuan Arab di pasar pekerjaan terkait pariwisata, setelah mereka memenuhi syarat. dalam spesialisasi. Program pelatihan khusus ditujukan untuk wanita Saudi. Pemerintah Saudi, dalam kebijakan dan inisiatifnya dalam Program Transformasi Nasional dan Visi 2030, telah secara aktif mempromosikan pemberdayaan perempuan dan kesetaraan

gender, namun representasi perempuan Saudi di sektor pariwisata masih lebih rendah daripada laki-laki. Hasil penelitian yang disusun oleh Amnah Alasgah dan Eman Rizk menunjukkan bahwa pariwisata secara efektif berkontribusi terhadap pencapaian pembangunan ekonomi dan sosial baik dalam Program Transformasi Nasional maupun Saudi Vision 2030 dengan menawarkan kesempatan kerja kepada kaum muda (Alasgah & Rizk, 2021).

Perbedaan antara penelitian ini dengan apa yang akan peneliti tulis adalah fokus utama penelitian ini adalah pemberdayaan perempuan dan kebijakan pemberdayaan perempuan di Arab Saudi. Adapun persamaan yang ditulis dalam penelitian ini dengan apa yang akan peneliti tulis adalah ingin mewujudkan Saudi Vision 2030 untuk mengurangi ketergantungan pada minyak, dan berkontribusi dalam pembangunan infrastruktur melalui pariwisata.

Secara umum, penulis tidak menemukan kesamaan prinsip pembahasan mengenai skripsi yang akan penulis bahas, namun secara substansi terdapat beberapa kesamaan dengan poin-poin yang akan penulis bahas. Namun untuk memperkaya bahan materi skripsi ini dan sebagai sesuatu yang dapat dipertanggungjawabkan adalah dengan meningkatkan literasi dari beberapa jurnal, karya tulis ilmiah.

Tabel 2.1 Tinjauan Literatur

No	Judul	Penulis	Persamaan	Perbedaan
----	-------	---------	-----------	-----------

1	Cultural Diplomacy of The Kingdom of Saudi Arabia in The Context of the Vision 2030 Strategy Implementation	Konopka & Strykhotskyi	sama-sama ingin mencapai tujuan yang ambisius, mencapai Saudi Vision 2030.	Perbedaan terletak pada diplomasi budaya dan berfokus pada pengembangan budaya Kerajaan Arab Saudi pada umumnya.
2	Liberalisasi Ekonomi Arab Saudi dalam Saudi Vision 2030	Misliharira Shaumi Putri, Reni Windiani, Satwika Paramasatya	Membahas rencana kemajuan ekonomi Arab Saudi dalam Saudi Vision 2030	Fokus penelitian ini terdapat pada implementasi Saudi Vision 2030, khususnya dalam <i>point a thriving economy</i> . Sedangkan penelitian yang akan penulis bahas berfokus pada pariwisata untuk meningkatkan perekonomian Arab Saudi melalui Saudi Vision 2030
3	Strategic Management of the Tourism Sector in Saudi Arabia	Atyeh Mohammed Alzhrani	membahas pariwisata dan menjelaskan beberapa destinasi wisata dalam mewujudkan	fokus utama penelitian yang dilakukan oleh Atyeh yaitu manajemen dalam industri pariwisata dan menggambarkan

		Saudi Vision 2020.	lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Sedangkan yang akan penulis buat adalah diplomasi pariwisata Arab Saudi dalam meningkatkan perekonomian.
4	Tourism Development in Saudi Arabia	Nadia Yusuf	Kerajaan menyadari bahwa industri pariwisata dapat menjadi salah satu sumber pendapatan atau penopang pertumbuhan ekonomi di Arab Saudi setelah minyak yang mereka ekspor saat ini.

<p>5 Factors Affecting Organizational Identity in The Tourism Industry: Role of Marketing Campaigns and Vision 2030</p>	<p>Muhammad Awais Bhatti, Mansour Alyahya, Ahmed Abdulaziz Alshiha dan Ariff Syah Juhari</p>	<p>Mengembangkan cara mendorong pariwisata untuk mencapai Saudi Vision 2030.</p>	<p>fokus utama penelitian ini adalah membahas hubungan antara identitas organisasi dengan identitas berbagai organisasi yang terkait dengan pariwisata, mengidentifikasi organisasi yang mempromosikan kegiatan pariwisata. berbeda dengan apa yang akan penulis buat karena dalam penelitian ini tidak dijelaskan kampanye atau promosi seperti apa yang akan dilakukan untuk mendukung perekonomian Saudi Vision 2030</p>
<p>6 Empowering Saudi women in the tourism and management sectors according to the Kingdom's 2030 vision</p>	<p>Amnah Alasgah dan Eman Rizk</p>	<p>Ingin mewujudkan Visi Saudi 2030 untuk mengurangi ketergantungan pada minyak, dan berkontribusi dalam pembangunan infrastruktur melalui pariwisata.</p>	<p>Fokus utama penelitian ini adalah pemberdayaan perempuan dan kebijakan pemberdayaan perempuan di Arab Saudi</p>

Sumber: Data dihimpun penulis

2.2.Kerangka Teoritis

2.2.1.Diplomasi Pariwisata

Alat yang digunakan dalam hubungan internasional dikenal dengan istilah diplomasi, dengan kata lain yaitu kegiatan perantara atau mediator aktor-aktor dalam hubungan internasional. Kegiatan diplomasi sudah berlangsung sejak sebelum lahirnya peradaban Perang Dunia I, namun sejalan dengan perkembangan dan kebutuhan kerjasama internasional semakin banyak pula penyesuaian yang diperlukan dalam perkembangan gaya diplomasi itu sendiri. Jika dahulu interaksi hubungan kenegaraan hanya dilakukan oleh pejabat negara seperti raja, kaisar, menteri atau presiden, kini kompleksitas pendekatan diplomasi jauh lebih luas, baik dari segi lapangan maupun orang-orang yang terlibat dalam diplomasi tersebut. Diplomasi adalah suatu disiplin di mana seni mengelola hubungan internasional melalui proses negosiasi, yang kemudian disetujui oleh badan pemerintahan tersebut, diyakini sebagai kegiatan yang memelihara, memajukan dan mengedepankan prinsip kepentingan nasional dalam hubungan internasional lainnya dengan jalan damai (Roy, 1991). Literatur ini membahas tentang kata diplomasi sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, padahal diplomasi memiliki banyak arti. Menurut Ian Brownlie, diplomasi adalah segala cara untuk menjalin dan memelihara hubungan dan berkomunikasi satu sama lain atau melakukan tindakan politik atau hukum, sekurang-kurangnya melalui hati wakil-wakil yang berwenang. Setiap negara di dunia memiliki kepentingan nasionalnya masing-masing. Untuk memenuhi cita-cita nasional tersebut, negara tidak mungkin dapat memenuhinya sendiri, sehingga negara harus bekerja sama dengan negara

lain. Kepentingan umum ini kemudian dicapai melalui diplomasi dan diplomasi, dimana diplomasi berperan yaitu sebagai sarana bagi negara untuk menjalin kerjasama dengan negara lain. Selain melayani kepentingan nasional bangsa, diplomasi juga diperlukan untuk perdamaian dunia (Abizaar, R. B. 2022). Diplomasi merupakan komponen yang sangat penting untuk dijadikan sebagai solusi atau sarana untuk mencari jalan damai. Diplomasi biasanya dilakukan secara resmi antar pemerintah negara, tetapi juga dapat dilakukan secara informal melalui lembaga informal atau antara penduduk atau komunitas yang berbeda negara (Neneng, 2019).

Terdapat dua jenis kekuasaan dalam politik dunia: *hard power* dan *soft power*. Mengutip Nye, Yavuzaslan dan Cetin (2016), *hard power* biasanya merupakan stok militer suatu negara, sedangkan *soft power* adalah sejarah, geografi, pengaruh ekonomi, konteks sosial, keragaman budaya, perkembangan demokrasi, jangkauan dan komunitas negara organisasi yang efisien. masyarakat sipil dan akhirnya infrastruktur dan nilai-nilai ilmiah dan teknologi seperti seni dan olahraga. Menurut Joseph Nye, *soft power* adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan tanpa tekanan. Pada saat yang sama *hard power*, termasuk militer dan ekonomi, merupakan sumber daya yang seringkali dapat mengubah posisi pihak lain (Nye Jr, 2004). Dia mungkin mengandalkan bujukan atau intimidasi untuk mendapatkan apa yang dia inginkan, bahkan jika itu diperoleh dengan cara yang tidak relevan. Selanjutnya (Nye 2004) menjelaskan bahwa agenda setting dan keterlibatan pihak lain dalam politik dunia merupakan dua aktivitas penting dari perspektif *soft power* daripada penggunaan kekuatan militer atau

sanksi ekonomi. Peran negara dalam *soft power* adalah menjadi agen kerjasama dengan negara lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Dwida et al., 2021).

Melalui diplomasi ini, suatu negara dapat membangun citra atau image bagi dirinya sendiri untuk membangun nilai pasar atau brand nasionalnya. Diplomasi merupakan bagian yang sangat penting untuk digunakan sebagai solusi atau cara mencari solusi damai. Ini juga dapat terjadi secara informal antara penduduk dan komunitas suatu negara (Neneng, 2019). Pariwisata merupakan sektor berpengaruh yang tidak dapat diabaikan dalam mempromosikan integrasi nasional dan budaya nasional. Ini mempengaruhi pada saat yang sama status internasional dan prestise negara dan kinerja kebijakan luar negerinya. Doktrin ini diperlukan untuk menghadapi pariwisata guna meningkatkan ketahanan negara dan perekonomian nasional (STRATEGIC VISION DOCUMENT TOURISM DIPLOMACY “Development of Sectoral Diplomacy,” 2014).

Organisasi Pariwisata Dunia *World Tourism Organization* (UNWTO) mendefinisikan pariwisata sebagai fenomena sosial, budaya dan ekonomi di mana orang melakukan perjalanan ke negara atau tempat lain untuk tujuan pribadi atau bisnis. Melalui pariwisata, budaya suatu negara lebih dikenal di kancah internasional karena para pemangku kepentingan seperti wisatawan dapat melihat, mempelajari dan merasakan budaya, adat istiadat dan tradisi masyarakat sekitar (Hadiarto, 2018). Budaya adalah salah satu *soft power*, diplomasi budaya telah berkembang menjadi diplomasi. Konsep ini mirip dengan konsep *soft power* dalam budaya merupakan sarana yang menarik bagi satu aktor untuk bertukar unsur budaya dengan yang lain untuk memfasilitasi kerjasama dalam mencapai kepentingan nasional. Selain itu, budaya dianggap sebagai sarana untuk membawa

perdamaian antar bangsa (Carbone, 2017). Salah satu cara untuk memahami budaya itu sendiri adalah melalui pariwisata.

Hubungan antara *soft power* dan pariwisata telah banyak dipelajari oleh banyak peneliti. Pariwisata digambarkan sebagai kegiatan politik dan usaha keras sebagai *soft power* di mana suatu negara menciptakan visi budaya dan nilai-nilainya dan merupakan kekuatan pengaruh penting dalam politik, hubungan internasional, dan perdamaian dunia. Oleh karena itu, wisatawan dipandang sebagai agen tidak resmi yang terlibat dalam pembangunan *soft power*. hubungan antara *soft power* dan pariwisata secara umum: pertama, wisatawan mengembangkan pemahaman mereka tentang destinasi, yang seringkali diterjemahkan menjadi empati yang lebih besar; kedua, operator tur didorong untuk berbagi pengetahuan menarik yang ada di negara mereka dengan dunia; ketiga, peristiwa internal memainkan peran penting dalam membatasi pengaruh geopolitik; terakhir, turis yang berangkat mengirim pesan dari negara mereka sendiri. Dalam konsep *soft power*, industri pariwisata berkontribusi pada pembangunan daerah dan pembentukan citra negara yang menarik di kalangan wisatawan. Selanjutnya, pariwisata cenderung meningkatkan daya tarik investasi daerah (Bunakov et al., 2018).

Industri pariwisata memiliki kekuatan yang besar di masyarakat dan dapat menggerogoti kemakmuran dan keberagaman populasi wisatawan. Banyak penelitian telah menunjukkan pentingnya sektor pariwisata, dengan Hazari dan Sgro (1995) berpendapat bahwa pariwisata dapat memberikan efek positif pada pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Pertumbuhan kekayaan di sektor pariwisata menunjukkan bahwa industri pariwisata negara tersebut pada akhirnya membawa kekayaan bagi negara dan berada pada level tinggi karena popularitas internet dan

video (Cardoso & Soukiazis, 2008). Iklan dan penayangan layanan perjalanan dapat dibayar untuk barang dagangan, tiket pesawat, hotel, dan lainnya (BUKU INFORMASI PERUNDINGAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL PADA SEKTOR JASA PARIWISATA, 2021).

Pariwisata membantu meningkatkan ekonomi negara dengan menciptakan lapangan kerja yang terkait dengan pengurangan pengangguran, peningkatan pendapatan masyarakat, dan nilai tukar. Peran pemerintah sangat penting dalam menetapkan peraturan atau kebijakan untuk mengembangkan sektor pariwisata yang bermanfaat bagi kepentingan negara dan masyarakat setempat (Taufik, 2016). Dari semua kemungkinan di atas, dapat dikatakan bahwa pengelolaan industri pariwisata secara optimal dapat memberikan pengaruh yang positif dan konstruktif. Selain identik dengan keindahan alam, pariwisata juga erat kaitannya dengan unsur budaya. Saat Anda mengunjungi beberapa negara, hal pertama yang Anda jumpai adalah budaya berupa tradisi dan perilaku masyarakat sekitar. Dalam berpariwisata, peserta dapat melihat sendiri, mempelajari dan mengenal adat dan tradisi masyarakat sekitar di bidang transportasi. Oleh karena itu, lebih baik mempelajari budaya negara di dunia internasional melalui industri pariwisata (Hadiarto, 2011).

Diplomasi budaya merupakan bagian penting dari diplomasi pariwisata yang membangkitkan rasa ingin tahu terus-menerus tentang budaya negara lain. Dengan diplomasi pariwisata, wisatawan dapat terlibat dalam komunikasi lintas budaya dan dapat menjadi diplomat formal maupun informal. Karena globalisasi, komunikasi internasional; negosiasi politik negara-negara di seluruh dunia meningkat. Negosiasi ini akan membantu meningkatkan penerimaan wisatawan internasional

karena wisatawan akan mengunjungi negara tujuan untuk tujuan tertentu dan akan mengikuti kegiatan berbasis pariwisata (Parfinenko, A. Y. 2016).

Diplomasi melalui pilar pariwisata untuk memastikan keberlanjutan: Faktor lingkungan, ekonomi, politik, teknologi dan sosial merupakan faktor kunci yang mempengaruhi pengembangan dan peningkatan sektor pariwisata negara. Perusahaan Parjatan Bangladesh telah mengambil beberapa langkah untuk memastikan keberlanjutan melalui praktik budaya dan alam. Cater (1993) mendefinisikan pariwisata berkelanjutan dengan tiga tujuan utama: untuk memastikan standar hidup masyarakat tuan rumah dalam jangka panjang, untuk memberikan kepuasan wisatawan dengan pengalaman yang tak terlupakan, mengambil tindakan yang tepat untuk melestarikan sumber daya alam.

Diplomasi pariwisata melalui proyek pariwisata: terdapat contoh proyek pariwisata telah dilaksanakan yang akan meningkatkan diplomasi pariwisata. Naf Park, Sonadia Eco Park, dan Sabrang Park saat ini merupakan proyek pariwisata. Tujuan dari proyek ini adalah untuk menarik *Foreign Direct Investment* (FDI) di sektor pariwisata dan menciptakan lapangan kerja. ("Tourism Diplomacy: A Feasible Tool of Building Nation's Image through Tourism Resources. A Study on Bangladesh," 2020). Pariwisata sebagai fenomena global telah menjadi topik penelitian yang semakin populer dalam ilmu sosial. Pentingnya sektor ini dapat segera dilihat melalui dampaknya terhadap bidang sosial, politik dan ekonomi yang luas. Intinya, sektor pariwisata kini menawarkan sistem yang kompleks dan saling berhubungan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan global. Pariwisata sama sekali tidak kebal terhadap perubahan tatanan struktural masyarakat. Pariwisata mendorong populasi yang lebih termotivasi secara bebas untuk mencari hiburan dan

relaksasi, memberikan suasana kebebasan yang positif bagi tuan rumah dan tamu. Proses ini menciptakan pertukaran ekonomi yang lebih luas antara keterlibatan wisatawan dan masyarakat lokal, yang pada akhirnya merekonstruksi hubungan spasial dan temporal (Zhu et al., 2021).

Dinamika dalam pariwisata ditutupi oleh statistik tahunan seperti arus wisatawan internasional, kontribusi pariwisata terhadap produk domestik bruto (PDB) atau dalam bahasa Inggris *gross domestic product*, lapangan kerja dan penciptaan lapangan kerja, dan telah menarik perhatian banyak peneliti untuk memahami pariwisata sebagai fenomena sosial ekonomi. Banyak faktor yang berkontribusi terhadap persepsi pariwisata internasional sebagai alat yang efektif untuk diplomasi publik dan kebijakan luar negeri. Pertama-tama, globalisasi yang signifikan dari fenomena yang dipelajari tercermin dalam jumlah wisatawan internasional yang semakin besar, ekspansi spasial pariwisata yang masif dan pembentukan pusat-pusat minat wisata global. Aliran kontinu dan arah konstan terbentuk secara sewenang-wenang, yang membuat dunia saling bergantung dan menentukan konsekuensi geopolitik yang sesuai. Aliran massal turis membentuk dasar untuk keputusan ekonomi dan politik yang kredibel (Parfinenko, A. Y. 2016).

Soft power adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mendapatkan hasil yang diinginkan melalui daya tarik daripada paksaan atau pembayaran. Kekuatan lunak suatu negara bertumpu pada sumber daya budaya, nilai, dan kebijakannya (Nye Jr, 2004). Strategi kekuatan cerdas menggabungkan sumber daya keras dan lunak. Soft power, yang dicontohkan melalui pariwisata, setidaknya empat cara yang saling terkait dalam memandang pariwisata dan soft power. Wisatawan akan mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang

destinasi yang sering mengarah pada empati yang lebih besar untuk tempat itu. Otoritas pariwisata bertugas untuk menampilkan citra negara yang menarik kepada dunia. Pesan-pesan tersebut dimaksudkan untuk memuliakan dan meningkatkan daya tarik tujuan sementara. Mega event seperti konser musik yang diadakan di Arab Saudi juga penting dalam membangun pengaruh geopolitik. Mereka menarik wisatawan, menampilkan destinasi, dan mengomunikasikan kemampuannya. Turis outbound mengirimkan pesan dari negara asal mereka. Ada berbagai stereotip wisatawan berdasarkan negara sumber yang berbeda, seperti pengunjung dari asal tertentu dianggap lebih kaya, gaduh, atau lebih sopan daripada yang lain. Dari perspektif soft power, turis adalah subjek dan objek geopolitik. Dengan demikian, soft power telah menjadi bidang studi pariwisata implisit (Ooi, 2015).

Hard power secara tradisional, kekuatan negara dicirikan oleh ukuran dan kekuatan militernya, ekonominya, dan kemampuannya untuk memproyeksikan kebijakannya secara global melalui sarana diplomasi. Hard Power suatu negara adalah kemampuan untuk mempengaruhi atau memaksa negara-negara lain melalui penggunaan imbalan atau ancaman bahaya melalui cara koersif militer dan non-militer. Intervensi militer dan ekonomi dianggap sebagai alat hard power dan negara mungkin menggunakannya secara strategis dengan kerangka waktu dan tujuan tertentu. Selanjutnya, hanya ancaman penggunaan kekuatan koersif merupakan komponen fundamental dari hard power suatu negara (Saberri et al., 2018).

Pariwisata *inbound* adalah kunjungan orang-orang dalam negeri itu sendiri dan bukan kunjungan dari suatu negara. Ekspansi pariwisata dianggap sebagai cara potensial untuk mencapai pembangunan dan pertumbuhan. Peningkatan perhatian

diberikan oleh para akademisi pada peran pariwisata, khususnya pada pariwisata inbound, untuk evolusi ekonomi jangka panjang (Cortes-Jimenez & Pulina, 2010). Pemerintah Saudi telah mengakui peran penting pariwisata dalam ekonominya dan memutuskan untuk membangun sektor pariwisatanya. Arab Saudi memiliki peluang untuk pertumbuhan di masa depan, terutama karena letak geografis yang strategis, luas daratan yang sangat besar, hubungan yang bersahabat dengan negara lain, dan yang terpenting, menjadi lokasi dua masjid suci di Mekkah dan Madinah. Terbukti bahwa pertumbuhan pariwisata di Arab Saudi telah mendorong pemerintah Saudi untuk mencari proyek pengembangan dan perluasan lebih lanjut untuk sektor terkait pariwisata dan penerbangan, tidak hanya situs keagamaan tempat para peziarah berkunjung tetapi juga fasilitas lain yang melayani bisnis atau liburan dan mengunjungi teman. dan kerabat (Alsumairi & Hong Tsui, 2017).

Wisata *outbound* merupakan manifestasi dari soft power dan terkait erat dengan politik. Pemerintah Arab Saudi melakukan kontrol dan pengaruh dalam membentuk perkembangan outbound tourism-nya agar pariwisata berkembang sejalan dengan agenda politik negara tersebut. Untuk memahami pariwisata outbound Saudi, penting untuk tidak hanya mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, tetapi juga untuk memahami kebijakan dan politik. Ada ambiguitas dalam kebijakan pariwisata outbound dan itu tidak terletak pada wilayah konsumen tetapi pada politik dan bagaimana pariwisata diperlakukan sebagai bentuk diplomasi (Tse, 2013). Sementara faktor penentu ekonomi dari pariwisata *outbound* (misalnya pendapatan, biaya perjalanan dan nilai tukar mata uang) (Gholipour et al., 2014). Arab Saudi memiliki kegiatan *outbound* yang semarak pada aktivitas pariwisata. Arab Saudi adalah salah satu pasar penghasil turis terpenting di dunia

dan terbesar di Timur Tengah. Sekitar 75 persen warga Saudi setiap tahun terlibat dalam sebuah liburan internasional (Alshammari, 2018). Norma sosial dan budaya pengawasan, bersama kewajiban sosial, bertindak sebagai faktor pendorong, menurunkan daya tarik pariwisata domestik (Madkhali et al., 2023). Paket liburan atau wisata yang menggabungkan atraksi sejarah dan budaya, kunjungan ke pantai dan taman hiburan, serta banyak peluang untuk berbelanja berkualitas tinggi, akan sangat menarik bagi kelompok wisatawan Saudi (Mumuni & Mansour, 2014).

Pariwisata internasional adalah kombinasi dari inbound dan outbound. Para pemimpin baru di otoritas Saudi telah memulai sebuah proyek, mengembangkan industri ini dengan menyasar pengunjung domestik dan mancanegara. Proyek ini membutuhkan yang baru implementasi pemasaran dan strategi promosi modern. Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat di dunia. Seperti yang dilaporkan oleh Organisasi Pariwisata Dunia PBB (UNWTO) bahwa jumlah wisatawan internasional mulai meningkat, investor individu dan negara menaruh perhatian mereka untuk menarik sebanyak mungkin wisatawan, mengawasi perkiraan jumlah pengunjung internasional. Para pengunjung internasional memainkan peran penting dalam ekonomi Arab Saudi. Sebagian besar pengunjung internasional ini adalah turis religius ke negara itu (Aziz & Nerina, 2016a). Wisata bahari adalah kegiatan wisata alam di wilayah pesisir atau laut, termasuk wisata pantai, wisata pemandangan laut, dan wisata bawah air. Teluk dan Laut Merah memiliki beragam lingkungan pesisir dan laut yang mendukung pariwisata massal yang berkembang pesat. Laut Merah adalah laut semi tertutup yang berbatasan dengan Mesir, Eritrea, Israel, Yordania, Arab Saudi, Sudan, dan Yaman. Laut Merah terkenal dengan terumbu karang tepi pantai yang luas dan mudah

diakses, serta airnya yang jernih dan hangat. Wisata pesisir dan bahari di Teluk dan Laut Merah melibatkan fasilitas/kegiatan berbasis darat yang berbeda dan fasilitas/kegiatan berbasis laut yang berbeda. Pertumbuhan pesat pariwisata di Teluk dan Laut Merah mencerminkan peningkatan diversifikasi strategi ekonomi. Jumlah wisatawan lokal dan internasional telah meningkat di Laut Merah. Dengan adanya wisata bahari Laut Merah dapat mendiversifikasi ekonomi nasional mereka dan mendorong pembangunan melalui pariwisata menghasilkan peningkatan besar dalam jumlah wisatawan (Gladstone et al., 2013).

Sport tourism ini umumnya difokuskan pada kegiatan olahraga acara pada kesempatan tertentu. Mengklasifikasikan Sports Tourism sebagai physical and peristiwa yang menuntut secara psikologis yang biasanya berpartisipasi dalam pengaturan alam yang jauh, seperti laut, gunung, langit, angkasa, dan bumi. Kategori pariwisata ini akhir-akhir ini ramai diperbincangkan terkait dengan berbagai acara olahraga, misalnya Formula One F1 (Aziz & Nerina, 2016b). Arab Saudi sangat serius dengan F1, mulai dari mengumumkan masuknya ke Formula 1, hingga segala hal seperti menyelesaikan trek yang sedang dibangun dengan cepat. Memilih brand ambassador juga memiliki maksud dan tujuan. Seluruh kegiatan Arab Saudi, termasuk perhelatan Formula 1, diintegrasikan ke dalam tujuan Visi 2030. Melalui perhelatan Formula 1, selain menarik wisatawan, tujuannya adalah untuk merangsang minat Arab Saudi untuk berolahraga secara giat (Abiyu Ibnuyasa, 2023).

Wisata religi merupakan salah satu tuntutan kontributor utama ekonomi Arab Saudi dan dianggap memainkan peran penting dalam “Visi 2030”, yang berupaya mendiversifikasi ekonomi Arab Saudi yang mengandalkan pendapatan minyak.

Karena negara ini telah mengalami perubahan struktural dalam pariwisata internasional dan menghapus pembatasan perjalanan dalam beberapa tahun terakhir, ada kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu yang memengaruhi wisatawan internasional untuk merencanakan dan mengelola perjalanan mereka (Alanzi et al., 2021). Menurut World Tourism Organization (2014), situs peninggalan religi akan mendorong pariwisata internasional dan pertumbuhan ekonomi di masa depan (Alhamad & Singh, 2021). Dalam wisata religi termasuk menghadiri upacara keagamaan, dan konferensi, dan mengunjungi pusat-pusat keagamaan lokal, regional, nasional, dan internasional. Peneliti lain membagi wisata religi menjadi tiga bentuk: ziarah, wisata tamasya tentang topik keagamaan, dan wisata khusus yang mempertemukan peziarah dan wisatawan. Terdapat tiga jenis wisata religi: tempat ziarah, atraksi wisata religi yang terkait dengan peristiwa sejarah atau budaya, dan festival keagamaan nya. tujuan wisata religi adalah untuk mendapatkan pengetahuan baru, sedangkan ziarah murni bersifat religius. Peziarah adalah "pelancong religius", dan turis hanyalah "pelancong". memecahkan masalah pribadi mereka tetapi tetap saja, ruang religius adalah tempat multifungsi, di mana, tergantung pada penggunaan dan motifnya (Koshim et al., 2021). Perjalanan ke tujuan keagamaan telah difasilitasi oleh peningkatan komunikasi dan transportasi baru-baru ini yang mempromosikan aksesibilitas. Ziarah ke berbagai tujuan membawa manfaat ekonomi, sosial, dan politik yang signifikan, karena ziarah telah meluas dari perjalanan yang secara fundamental religius menjadi perjalanan transformatif, sekuler, atau non-religius juga. Jemaah haji Muslim mengunjungi empat tempat utama dalam perjalanan mereka, termasuk Makkah, Arafah, Muzdalifa dan Mina (HASSAN et al., 2022).

Sebagai bagian dari rencana diversifikasi Sebagai bagian dari rencana diversifikasi yang diumumkan di bawah Visi 2030, Putra Mahkota Saudi Muhammad bin Salman al-Saud mengeluarkan proyek pariwisata besar di pantai Laut Merah. Proyek ini bertujuan untuk mengubah pulau-pulau tak berpenghuni di pantai berpasir putih menjadi tujuan wisata mewah yang indah. Proyek Laut Merah akan menjadi tujuan resor mewah yang terletak di seberang pulau laguna dan mendalami alam dan budaya dan akan menetapkan standar baru untuk pembangunan berkelanjutan dan menghasilkan generasi berikutnya dari perjalanan mewah untuk menempatkan Arab Saudi di peta pariwisata internasional (Hussain, 2017). Perusahaan Pengembangan Laut Merah telah membentuk dewan penasihat yang mencakup beberapa pemimpin dunia dalam bisnis, pariwisata, kelestarian lingkungan, dan konservasi. Pada Januari 2019, rencana induk proyek disetujui. Proyek keseluruhan diharapkan menambah 70.000 pekerjaan, menarik satu juta wisatawan per tahun dan menambahkan \$5,86 miliar ke PDB Saudi (Ali, 2017).

Kerajaan Arab Saudi memberikan studi kasus menarik tentang negara Timur Tengah yang mulai memanfaatkan potensinya sebagai destinasi. Pariwisata di Kerajaan berinteraksi dengan berbagai sektor dan semua elemen masyarakat Saudi, dan melibatkan individu maupun organisasi. Negara ini saat ini menghadapi banyak tantangan ekonomi, menekankan pelatihan dan pendidikan pariwisata untuk memberikan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan ini dan untuk memastikan keberhasilan penerapan dan pemeliharaan praktik pariwisata berkelanjutan (Johnson, 2010). Pariwisata di Arab Saudi kaya akan situs peninggalan sejarah, arkeologi, dan budaya di seluruh penjuru negeri. Baru-baru ini terlihat bahwa Visi 2030 Arab Saudi menegaskan pentingnya investasi di industri

pariwisata sebagai salah satu industri yang paling menjanjikan dalam jangka panjang untuk mengurangi ketergantungan ekspor minyak sebagai sumber pendapatan. Meskipun demikian, terdapat sejumlah peluang dan ancaman untuk mengembangkan sektor pariwisata. Namun, pengembangan pariwisata membutuhkan dukungan dari masyarakat lokal untuk mencapai tujuan Visi 2030. Pengembangan pariwisata mengacu pada konstruksi yang dikonseptualisasikan yang mencakup dimensi ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan yang berdampak pada penduduk destinasi tertentu. pengembangan pariwisata juga mempengaruhi kehidupan sosial budaya dan rutinitas masyarakat local. Dengan demikian, cara warga destinasi memandang kegiatan pariwisata pada aspek sosiokultural mereka yang berbeda disebut sebagai dampak sosiokultural dari pengembangan pariwisata. Meskipun demikian, beberapa pemeriksaan melaporkan bahwa faktor sosiokultural dapat menimbulkan dampak positif atau negatif yang dirasakan oleh penduduk lokal tujuan. Misalnya, pertukaran budaya dan pengalaman mengkatalisasi modal sosial dan kualitas hidup masyarakat lokal. Selain itu, manfaat sosial termasuk meningkatkan pengalaman keramahtamahan dan akomodasi yang efektif bagi pengunjung dan mempromosikan kepercayaan dan toleransi sosial. Manfaat sosial juga mencakup ketersediaan berbagai aspek budaya, sejarah, dan ekologi yang mengarah pada lebih banyak program rekreasi, rekreasi, hiburan di luar ruangan, yang meningkatkan tingkat kualitas layanan publik di tempat tujuan (Al-sakkaf et al., 2020).

Peran Mohammed bin Salman sangat besar dalam politik arab Saudi terutama pada Vision 2030 membuat kerajaan Saudi berubah menjadi lebih moderat yang diciptakan oleh MBS. Kebijakan yang dibuat oleh MBS dapat mempengaruhi

kemajuan pada kerajaan Saudi. Pariwisata Arab Saudi menjadi salah satu yang melatarbelakangi perubahan Arab Saudi untuk menghilangkan ketergantungannya terhadap minyak bumi dan menciptakan sector pariwisata baru dan megah. Pariwisata di Arab Saudi adalah sektor ekonomi terpenting kedua, setelah hidrokarbon, sekaligus menjadi yang teratas dalam penciptaan lapangan kerja di Arab Saudi (Hussain, 2017).

2.2.2. Isu dan Pembangunan

Menurut beberapa ahli, teori pembangunan dapat dikelompokkan menjadi dua model, modernisasi dan ketergantungan (Lewellen 1995; Larrain 1994; Kiely 1995). Model perubahan modern mencakup teori makro pembangunan ekonomi dan perubahan sosial dan teori mikro nilai individu yang mendasari proses perubahan. Sedangkan model ketergantungan mencakup teori keterbelakangan, perkembangan ketergantungan dan tatanan dunia menurut kategori Larrain (1994) (Digdowiseiso, 2019). Sementara itu, Tikson membagi teori pembangunan ini menjadi tiga kategori, yaitu modernisasi, keterbelakangan dan ketergantungan. Dari model-model yang berbeda ini, muncul berbagai versi teori pembangunan.

Istilah pembangunan dapat diartikan berbeda oleh orang, daerah, dan negara yang berbeda. Namun secara umum disepakati bahwa pembangunan merupakan proses yang membawa perubahan. Pembangunan didefinisikan sebagai “seperangkat upaya pembangunan dan transformatif yang direncanakan dan dilakukan secara sadar oleh bangsa, negara, dan pemerintah menuju modernisasi dalam rangka memajukan pembangunan bangsa” (Kartasasmita & Siagian, 1994).

Pembangunan nasional juga dapat diartikan sebagai perubahan ekonomi, sosial dan budaya yang disengaja melalui kebijakan dan strategi ke arah yang diinginkan. Perubahan struktur ekonomi dapat dilihat misalnya melalui peningkatan produksi atau pesatnya pertumbuhan sektor industri dan jasa, sehingga meningkatkan kontribusinya terhadap pendapatan nasional. Sebaliknya, kontribusi sektor pertanian menjadi semakin kecil dan berbanding terbalik dengan pertumbuhan industri dan modernisasi ekonomi (Tikson, 2008).

Seperti yang dikatakan para ahli di atas, pembangunan adalah proses perubahan yang dicapai melalui usaha sadar dan terencana. Sedangkan perkembangan adalah proses perubahan yang terjadi secara alami sebagai akibat dari perkembangan (Puspita, 2019). Secara sederhana, *improvement* sering diartikan sebagai upaya melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Karena perubahan yang dipersoalkan lebih progresif dari sebelumnya, bukanlah hal yang aneh untuk menganggap bahwa kemajuan juga bersifat inkremental. Selain perkembangannya, sejauh ini belum ada konsensus yang dapat membantah anggapan tersebut.

Dengan demikian, proses pembangunan berlangsung dalam segala aspek kehidupan masyarakat, ekonomi, sosial, budaya, politik, yang terjadi pada tataran makro (nasional) dan mikro (masyarakat/kelompok). Definisi utama keberlanjutan adalah kemajuan/pembangunan (*development*), pertumbuhan dan diferensiasi. Dengan semakin kompleksnya kehidupan manusia yang terkait dengan berbagai sektor, pemikiran tentang modernisasi tidak lagi terbatas pada ekonomi dan industri, tetapi mempengaruhi semua sektor yang dapat mempengaruhi kehidupan manusia. Dengan demikian, modernisasi diartikan sebagai proses perubahan dan

perubahan dalam masyarakat, yang melibatkan segala aspeknya, baik ekonomi, industri, sosial, budaya, dan sebagainya. Karena proses modernisasi mencakup proses perubahan yang mengarah pada pembangunan, para sarjana manajemen pembangunan menganggapnya sebagai proses pembangunan, dengan proses transisi dari kehidupan tradisional ke kehidupan modern, yang telah dikenal sejak abad ke-19 dengan penggunaannya. peralatan modern, yang terjadi, sebagai imbalannya peralatan modern menggantikan alat tradisional (Digdowiseiso, 2019). Berdasarkan pemaparan di atas, diplomasi relevan yang digunakan penulis sebagai titik tolak dalam suatu proses berpikir. Upaya peningkatan kontribusi pariwisata sangat erat kaitannya dengan barang berupa produk pariwisata itu sendiri yang dapat diperdagangkan antar perusahaan dan infrastruktur pendukung yang terkait dengan industri pariwisata. Upaya pengembangan destinasi wisata harus memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi keberlanjutan pariwisata (Aditya Suherdi et al., 2018).

Diplomasi sangat penting di era globalisasi ini. Peralannya, globalisasi telah membuat setiap negara saling berhubungan untuk memenuhi kepentingan negara tersebut. Banyak pendekatan yang digunakan untuk memenuhi kepentingan masing-masing negara. Diplomasi berlangsung dalam beberapa pertemuan khusus internasional. upaya negara untuk mengejar kepentingan nasionalnya di lembaga-lembaga internasional itu juga didefinisikan sebagai penghubung eksternal antara satu negara dan negara lain (Sari & Kartika, 2007). Diplomasi dilakukan dengan menjalin hubungan lintas negara, antara jaringan multilateral (multinasional) dan bilateral (bilateral). Diplomasi bilateral mengacu pada hubungan antara dua negara dimana hubungan politik, ekonomi dan budaya dibangun melalui perjanjian

(traktat), pertukaran diplomatik dan kunjungan kenegaraan (Dwi Jayanti et al., 2017).

Setiap negara pasti memiliki kepentingan nasionalnya masing-masing. Menurut Morgenthau bahwa strategi dalam berdiplomasi itu berdasarkan kepada kepentingan nasional. Kepentingan nasional dapat membentuk suatu *power* yang bisa digunakan dalam mempertahankan pengendalian suatu negara atas negara lain. Kepentingan nasional itu sangat penting untuk dimiliki oleh suatu negara. Kebudayaan yang ada dalam sebuah masyarakat ini merupakan hasil dari upaya budi daya yang dilakukan oleh manusia. Manusia mampu untuk menjadikan satu hal yang biasa menjadi memiliki nilai yang lebih. Arab Saudi memiliki beragam macam kebudayaan yang memiliki daya tarik serta keunikannya tersendiri, terutama dalam hal kelebihan yang dimiliki oleh Arab Saudi yaitu tempat suci umat Islam beribadah. Salah satunya, Makkah dan Madinah, yang membuat para tamu berdatangan dari penjuru dunia.

Selain itu, sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan nasional dengan memberikan devisa negara. Pariwisata juga berperan strategis dalam pembangunan nasional, hal ini juga terlihat melalui perluasan kawasan komersial yang dapat meningkatkan kesempatan kerja, serta perluasan kesempatan kerja ini secara otomatis akan meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah. Aspek ekonomi memiliki kelebihan, kita dapat melihat aspek lain yang dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan pariwisata ini, yaitu memberikan insentif bagi pelestarian dan pengembangan budaya nasional, memperluas pemahaman budaya.

Seperti yang penulis jelaskan di atas, bahwa teori diplomasi pariwisata dan teori isu dan pembangunan yang digunakan penulis berkaitan dengan materi yang penulis bahas, karena Arab Saudi berencana untuk mengembangkan mega proyek dalam Saudi Vision 2030 untuk meningkatkan perekonomian Arab Saudi. Arab Saudi akan membangun beberapa mega proyek di sektor hiburan dan pariwisata, tempat wisata akan dibangun dengan standar internasional tertinggi, visa liburan akan dibuka untuk masuk ke Arab Saudi, dan situs sejarah dan warisan di Arab Saudi akan berkembang.

2.3. Asumsi Penelitian

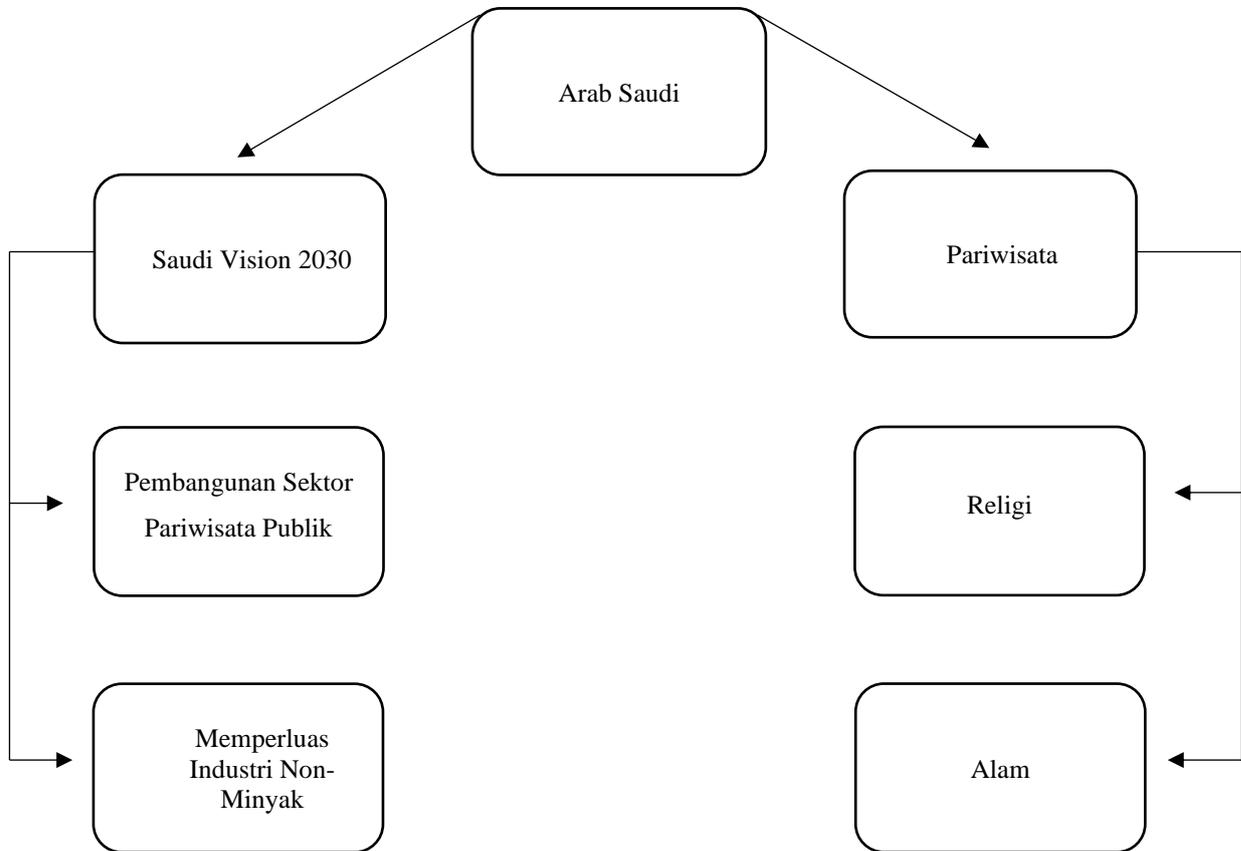
Dengan mempertimbangkan permasalahan yang telah diuraikan dengan didukung penggunaan fakta sebagai kerangka konseptual yang akan membantu dalam analisis, maka asumsi yang dirumuskan oleh penulis sebagai berikut:

Saudi Vision 2030 mengubah kebijakan Arab Saudi. Arab Saudi telah membuat kemajuan yang signifikan sejak diluncurkannya Saudi Vision 2030. Secara sosial, perempuan dapat mengendarai mobil sendiri, bepergian tanpa persetujuan mahromnya, menghadiri acara olahraga. Saudi Vision 2030 bertujuan untuk mendiversifikasi ekonomi Saudi. Selain itu, terjadi pertumbuhan pada sektor pelayanan publik seperti hiburan, pendidikan, peningkatan ekspor nonmigas, kesehatan, infrastruktur dan investasi, serta pariwisata. Adanya kebijakan Saudi Vision 2030 menjadikan harapan baru bagi Kerajaan Arab Saudi untuk mencapai tujuan dan hasil yang lebih maju di masa depan. Diplomasi pariwisata yang dilakukan Arab Saudi melalui Saudi Vision 2030 berfokus pada pembangunan

berkelanjutan negara dan dibukanya peluang bagi investor asing untuk meningkatkan perekonomian Arab Saudi selain minyak yaitu melalui pariwisata.

Di bidang hiburan dan pariwisata, fasilitas wisata akan dibangun sesuai dengan standar internasional tertinggi, visa liburan akan dibuka untuk masuk ke Arab Saudi, dan situs sejarah dan warisan di Arab Saudi akan dikembangkan. Untuk meningkatkan kontribusi tersebut, Arab Saudi akan membuka peluang investasi baru, menyediakan fasilitas investasi, mendukung inovasi, dan menghilangkan hambatan yang mempengaruhi sektor swasta yang berperan dalam pembangunan. Peluang investasi Arab Saudi ini akan menjadi sumber kekuatan utama dalam mendiversifikasi ekonomi secara berkelanjutan.

2.4. Kerangka Analisis



Sumber: Dihimpun oleh penulis