

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Literatur

Literatur review pertama yaitu jurnal yang berjudul “ Contextual Branding “*Thoughtful Indonesia*” Strategi Komunikasi Pemasaran Kontekstual Pariwisata Di Masa Pandemi” secara garis besar jurnal kali ini membahas mengenai pergantian *tagline* baru yang dikeluarkan Kemenparekraf, yang sebelumnya *Wonderful Indonesia* menjadi *Thoughtful Indonesia* pasca terjadinya pandemi Covid-19 yang selama hampir dua tahun belakangan menjangkiti seluruh Negara tak terkecuali Indonesia.

Penggantian *tagline Thoughtful Indonesia* dilakukan Kemenparekraf guna merelatekan situasi pariwisata Indonesia saat ini yang sempat terpuruk akibat pandemi Covid-19, dan bertujuan untuk tetap memberikan eksistensi kepada pariwisata Indonesia yang sempat terpuruk akibat krisis dari pandemi tersebut, hasil dari jurnal kali ini, juga menjelaskan mengenai strategi *contextual branding* yang dikeluarkan Kemenparekraf dalam komunikasi pemasaran melalui *tagline Thoughtful Indonesia*. Jurnal tersebut dinilai peneliti *relate* sebagai jurnal pembandingan yang mana dalam jurnal tersebut membahas salah satu strategi dari Kmenparekraf dalam mempromosikan sektor pariwisata yang sempat terpuruk akibat Covid-19, dan jurnal tersebut membunyai kekosongan yang mana, pada jurnal tersebut hanya berfokus pada *contextual branding* dari *Thoughtful Indonesia*, sedangkan penelitian yang di buat nantinya berfokus pada strategi-strategi yang di keluarkan Kemenparekraf dalam meningkatkan pariwisata Bali ke Australia yang mana seperti yang sudah di bahas di atas bahwa Australia menjadi pasar terbesar Bali dalam sektor pariwisata dan kekosongan kedua terletak pada

strategi-strategi yang di keluarkan Kemenparekraf dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 yang mana, pada penelitian hyang akan di buat nantinya berfokus pada tiga strategi yang di keluarkan Kemenparekraf seperti *Travel Pattern*, dibukanya kembali penerbangan *direct* dari Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 dan pergantian *tagline Thoughtful Indonesia* sebagai langkah dalam meningkatkan kembali sektor pariwisata Bali ke Australia yang merupakan pasar terbesar dalam wisatawan mancanegara pasca pandemi Covid-19 (Ascharisa Mettasatya Afrilia 2021).

Literatur review kedua dengan judul “*New Normal* Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi Covid-19” ini membahas mengenai kondisi pariwisata Bali pasca pandemi Covid-19 atau pada saat sudah diberlakukan *new normal* yang mana sektor pariwisata Indonesia tak terkecuali Bali mendapatkan imbas dari terjadinya pandemi Covid-19 tersebut. Di situasi *new normal* yang sudah dilakukan pemerintah Indonesiasaat ini, membuat Bali beroptimis untuk kembali memulihkan kembali sektor pariwisatanya yang sempat terpuruk akibat terjadinya pandemi tersebut.

Mengapa peneliti mengambil jurnal tersebut sebagai tinjauan literatur penelitian kali ini, karena sama sama membahas pariwisata Bali pasca pandemi Covid-19 sebagai fokus utama penelitian. Karena seperti yang sudah di ketahui Bali menjadi destinasi pariwisata favorit bagi wisatawan domestik maupun mancanegara menjadi sangat optimis ketika diberlakukan *new normal* tersebut, karena hampir seluruh perekonomian Bali terjadi karena sektor pariwisata, jurnal ini juga membahas mengenai pariwisata Bali sebelum dan sesudah terjadinya pandemi Covid-19. Dan juga membahas mengenai langkah pemerintah khususnya

Kemenparekraf dan Pemerintah Provinsi Bali dalam mengembalikan pariwisata Bali yang mendapat julukan *land of god* tersebut pasca pandemi Covid-19.

Kekosongan pada jurnal kali ini dengan penelitian yang akan di buat adalah terletak pada spesifik pasar dari strategi yang di lakukan Kemenparekraf dalam mempromosikan pariwisata Indonesia. Yang mana, pada penelitian yang akan dibuat nantinya berfokus pada strategi Kemenparekraf dalam meningkatkan wisatawan Australia ke Bali seperti diantaranya *Travel Pattern* dan dibukanya kembali penerbangan *direct* dari Australia ke Bali setelah hampir dua tahun vakum akibat pandemi Covid-19, dan pada penelitian yang akan di buat nantinya berfokus pada apakah ketiga strategi yang dikeluarkan Kemenparekraf pasca pandemi Covid-19 akan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan Australia kembali ke Bali (Ida Bagus Gede Paramita 2020).

Pada literatur ketiga kali ini membahas mengenai “Diplomasi Indonesia Melakukan Kampanye Melalui *Wonderful Indonesia* Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia Di Dunia Internasional Tahun 2011-2015” yang mana seperti yang sudah diketahui bahwa *branding Wonderful Indonesia* yang sebelumnya *Visit Indonesia* sudah banyak diterapkan di beberapa Negara di dunia untuk mempromosikan pariwisata Indonesia di kancah internasional dan menjadikan branding tersebut sebagai jalur diplomasi Indonesia.

Pada jurnal ini juga membahas mengenai strategi Indonesia dalam mempromosikan Indonesia melalui kampanye *Wonderful Indonesia*. Karena seperti yang sudah diketahui bahwa Indonesia merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman hayati yang mana Indonesia berusaha untuk mempromosikan pariwisata Indonesia melalui kampanye *Wonderful Indonesia* tersebut, jurnal ini

juga menjelaskan potensi besar Indonesia yang dapat di eksplor khususnya di sektor pariwisata bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Indonesia. Penulis merasa relate dengan jurnal kali ini dengan penelitian yang akan di buat nantinya karena sama sama membahas mengenai pernanan dari sebuah *tagline* sebagai branding untuk mempromosikan pariwisata Indonesia di kancah internasional. Kekosongan dengan penelitian yang akan dibuat kali ini adalah terletak pada kampanye *branding* yang dikeluarkan Indonesia yang mana pada jurnal tersebut mendeskripsikan mengenai kampanye melalui *Wonderful Indonesia* dan terjadi dari tahun 2011-2018, sedangkan penelitian yang akan dibuat nantinya lebih berfokus pada salah satu dari ketiga strategi strategi yang di keluarkan Kemenparekraf khususnya strategi implementasi dari penggunaan *tagline Thoughtful Indonesia* sebagai upaya meningkatkan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 (Idriasih 2016).

Literatur keempat dengan judul “Diplomasi Kebudayaan Indonesia Ke Australia Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Di Bali Tahun 2021” kali ini membahas mengenai diplomasi kebudayaan Indonesia ke Australia dalam meningkatkan sektor pariwisata Bali di tahun 2021, Australia menjadi salah satu penyumbang wisatawan asing terbanyak di Indonesia, khususnya yang memasuki Bali. Australia menganggap Indonesia khususnya Bali menjadi destinasi wisata favorit bagi warga negara kanguru tersebut. Bali yang memiliki julukan *Land Of God's* tersebut mempunyai bayak keunikan budaya di dalamnya sehingga menarik wisatawan mancanegara khususnya Australia datang ke Bali, dan membuat Indonesia melihat potensi besar dalam melakukan diplomasi budaya ke Australia

guna meningkatkan wisatawan Australia ke Bali khususnya di tahun 2021 yang mana terjadi pasca pandemi Covid-19.

Akibat dari pandemi Covid-19 menjadikan Bali sempat terpuruk karena seluruh negara di penjuru dunia serentak melakukan *lock down* guna memutus rantai penyebaran virus, hal ini juga berdampak pada sektor pariwisata yang ada di Bali, yang mana selama terjadinya pandemi sektor pariwisata Bali mengalami kelumpuhan. Penulis merasa penelitian tersebut mempunyai kesamaan dan relate dalam penelitian yang akan di buat nantinya yang mana sama-sama membahas mengenai kondisi pariwisata Bali pasca pandemi Covid-19, dan Negara utama yang di tuju adalah Australia dalam menjalin diplomasi di bidang pariwisata melalui Bali pasca pandemi Covid-19, kekosongan dari jurnal kali ini dengan penelitian yang akan dibuat adalah terletak pada fokus penelitian yang akan dibuat yang mana, pada jurnal tersebut bentuk diplomasi yang dilakukan adalah dalam bentuk diplomasi budaya, sedangkan penelitian yang akan di buat nantinya berfokus pada strategi Kemenparekraf dalam meningkatkan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 melalui tiga strategi yang di keluarkan Kemenparekraf seperti *Travel Pattern*, dibukanya kembali penerbangan *direct* Australia ke Bali pasca pandemic Covid-19 dan melalui kampanye *Thoughtful Indonesia* , sebagai langkah kemenparekraf dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca Covid-19 (Nurlaila et al. 2021).

Literatur kelima kali ini membahas mengenai “Kepentingan Nasional Australia Dengan Menjadikan Bali Sebagai Destinasi Wisata Favorit (2018)” Bali merupakan destinasi wisata nomor satu bagi Australia dengan jumlah kunjungan turis mencapai satu juta kunjungan per tahun membuat warga Australia jatuh cinta

dengan pulau yang mendapat julukan *Land Of God's* ini, dalam jurnal tersebut dijelaskan upaya maupun bentuk diplomasi yang dilakukan oleh Australia dengan Bali, seperti mulai dari aktor pemerintah, *Non-Government* , Media, dan masyarakat Australia di Bali menjadikan sarana Australia dalam menjalankan diplomasinya dengan Indonesia. seperti yang sudah diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan asing yang datang ke Bali didominasi oleh warga Negara Australia, letak geografis Indonesia dan Australia menjadikan pemicu jumlah kunjungan wisatawan Australia diatas rata rata dari pada jumlah wisatawan mancanegara dari Negara lain.

Jurnal ini juga membahas mengenai kepentingan nasional Australia dari segi keamanan, ekonomi, geopolitik, dan kebijakan *Good International Citizenship*. Kekosongan pada jurnal kali ini dengan penelitian yang akan di buat nantinya adalah terletak pada waktu penelitian yang akan dibuat, yang mana pada pada jurnal tersebut waktu penelitiannya hanya mencakup di tahun 2018 saja, sedangkan penelitian yang akan di buat nantinya lebih berfokus pada waktu pasca pandemi Covid-19 yang mana pada penelitian yang akan di buat nantinya berfokus pada strategi- strategi yang di keluarkan Kemenparekraf sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan ke Bali pasca Covid-19. Penulis merasa relate dengan jurnal terebut sebagai bahan untuk di jadikan tinjauan literatur dalam melakukan penelitian kali ini yang mana sama sama membahas Australia sebagai pemasok utama wisatawan asing yang masuk ke Indonesia khususnya Bali. Kekosongan kedua terletak pada strategi Kemenparekraf dalam meningkatkan pariwisata Indonesia, yang mana pada penelitian yang akan di buat nantinya berfokus pada tiga strategi dari Kemenparekraf dalam meningkatkan kunjungan

wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 melalui beberapa strategi antara lain dibukanya kembali penerbangan *direct* Australia ke Bali dan kebijakan *Travel Pattern* yang di buat Kemenparekraf dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca Covid-19 (Kristy, Harini, and Haqqi 2020).

Pada literatur terakhir yaitu literatur ke enam dengan judul “Kebijakan *Travel Warning* Australia Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Australia Ke Bali Periode 2002-2015” kali ini membahas mengenai kebijakan *travel warning* Australia dan pengaruhnya terhadap minat kunjungan wisatawan Australia ke Bali, kebijakan *travel warning* sendiri dibuat untuk membatasi jumlah wisatawan Australia yang masuk ke Indonesia, akan tetapi dengan dibuatnya kebijakan tersebut jumlah wisatawan Australia yang masuk ke Indonesia khususnya Bali bukannya semakin menurun malah semakin bertambah, dalam jurnal tersebut juga dijelaskan alasan diberlakukannya kebijakan *travel warning* tersebut dan pengaruhnya terhadap sektor pariwisata Bali saat kebijakan tersebut dibuat.

Travel warning merupakan kebijakan berupa pernyataan resmi pemerintah untuk memperingati warganya terkait resiko dari melakukan perjalanan ke suatu tempat atau negara yang dianggap berbahaya, Australia menganggap Indonesia tidak aman karena banyaknya tindakan terrorisme seperti yang terjadi di Bali atau yang lebih dikenal dengan Bom Bali, jurnal ini juga menjelaskan pengaruh dari kebijakan *travel warning* tersebut bagi sektor pariwisatanya. Lagi-lagi peneliti merasa relate dengan jurnal tersebut dan menjadikan penelitian tersebut sebagai tinjauan peneliti kali ini, karena jurnal tersebut berfokus pada Australia yang tetap ingin memasuki Bali meki kebijakan *travel warning* telah di berlakukan, dan

wisatawan Australia selalu menduduki posisi terdepan dalam memasuki kawasan Indonesia terlebih di Bali. Kekosongan pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan di buat nantinya terletak pada waktu penelitian yang mana pada penelitian terdahulu berfokus pada kebijakan *Travel Warning* yang mana meski kebijakan tersebut sudah diberlakukan wisatawan Australia tetap saja mau berkunjung ke Bali. Sedangkan pada penelitian yang akan di buat nantinya yang mana, berfokus pada strategi waktu tahun yang di tuju yang mana penelitian yang akan di buat nantinya berfokus pada tahun pasca pandemi Covid-19 yang terjadi di tahun 2019-2020 dan berfokus pada strategi- strategi Kemenparekraf dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 yang mana seperti yang sudah kita tahu bahwa wisatawan negeri Kangguru tersebut berada pada peringkat teratas wisatawan asing yang memasuki Indonesia (Ramadanti 2016).

Tabel 2.1 Tinjauan Literatur

No	Judul	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1	CONTEXTUAL BRANDING “THOUGHTFUL INDONESIA” STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KONTEKSTUAL PARIWISATA DI	Ascharisa Mettasatya Afrilia, Yustikasari dan Ari Kurnia Rakhman	Persamaan penelitian kali ini yang dilakukan penulis adalah yang mana sama- sama membahas mengenai salah satu strategi dari Kemenparekraf	Perbedaan pada penelitian kali ini dengan penelitian sebelumnya adalah sasaran dari penggunaan <i>tagline</i> baru yang

	<p>MASA PANDEMI COVID-19</p>		<p>melalui <i>tagline</i> baru <i>Thoughtful Indonesia</i> dalam membangkitkan kembali sektor pariwisata Indonesia yang sempat terpuruk akibat pandemi Covid-19 yang sempat dirasakan oleh seluruh Negara diseluruh penjuru dunia tak terkecuali Indonesia. Persamaan kedua terletak pada goals penelitian yang dilakukakn yang mana sama sama membahas mengenai apakah peranan sebuah branding</p>	<p>dikeluarkan oleh Kemenparekraf yang mana penelitian yang akan dibuat nantinya berfokus pada penggunaan <i>tagline Thoughtful Indonesia</i> dalam meningkatkan pariwisata Bali ke Australia pasca pandemi Covid-19, sementara penelitian dalam jurnal tersebut berfokus pada penggunaan <i>tagline Thoughtful Indonesia</i></p>
--	---	--	---	---

			<p>dapat meningkatkan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19.</p>	<p>sebagai upaya strategi komunikasi pemasaran pasca Covid-19 dan <i>ingeneral</i> berfokus pada ke semua Negara di dunia. Perbedaan kedua terletak pada strategi yang- strategi lain yang di keluarkan Kemeparekraf sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 yang</p>
--	--	--	---	--

				dilakukan pada tahun 2020-2022
2	NEW NORMAL BAGI PARIWISATA BALI DI MASA PANDEMI COVID 19	Ida Bagus Gede Paramita , I Gede Gita Purnama Arsa Putra	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti penulis kali ini adalah terkait dampak yang ditimbulkan khususnya sektor pariwisata Bali dimasa pandemi Covid-19, dan dalam penelitian ini juga sama sama membahas mengenai jumlah wisatawan yang datang ke Bali sebelum terjadinya pandemi Covid-19	Perbedaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti kali ini adalah yang mana strategi dalam mempromosikan kembali sektor pariwisata Bali pasca pandemi Covid-19, penelitian terdahulu berfokus pada strategi yang lakukan Stakeholder dalam

			<p>dan sesudah terjadinya pandemi Covid-19 atau <i>New Normal</i>.</p>	<p>mempromosikan pariwisata Bali pasca pandemi Covid-19 dan penelitian yang diteliti kali berfokus pada strategi yang di keluarkan Kemenparekraf dalam upaya peningkatan wisatawan Australia ke Bali pasta pandemi Covid-19, yang mana seperti yang sudah kita tahu bahwa wisatawan Australia berada di puncak teratas wisatawan asing</p>
--	--	--	--	--

				<p>yang memasuki Indonesia, maka dari itu Kemenparekraf beroptimis untuk dapat meningkatkan kembali kunjungan wisatawan asing dari negeri Kanggur tersebut ke Bali melalui strategi-strategi yang di keluarkan. Goals pada penelitian yang akan di buat nantinya adalah seberapa berpengaruh ketiga strategi yang</p>
--	--	--	--	---

				dikeluarkan Kemenparekraf sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca Pandemi Covid- 19 yang terjadi di tahun 2020- 2022.
3	DIPLOMASI INDONESIA MELALUI KAMPANYE WONDERFUL INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PARIWISATA INDONESIA DI DUNIA INTERNASIONAL	Gusti Idriasih	Persamaan penelitian ini adalah sama sama membahas mengenai seberapa berpengaruhnya penggunaan <i>tagline</i> untuk mengkampanyekan sektor pariwisata Indonesia guna meningkatkan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dibuat adalah dari segi kampanye Indonesia mempromosikan sektor pariwisatanya, yang mana

	<p>TAHUN 2011-2015</p>		<p>pariwisata Indonesia di kancah internasional.</p>	<p>penelitian terdahulu menggunakan <i>tagline</i> <i>Wonderful</i> <i>Indonesia</i> yang dilakukan Kemenparekraf dalam mempromosikan sektor pariwisata Indonesia. Sementara itu penelitian yang akan dibuat nantinya strategi Kemenparekraf menggunakan <i>tagline</i> baru yaitu <i>Thoughtful</i> <i>Indonesia</i> sebagai salah satu strategi</p>
--	-------------------------------	--	--	---

				<p>yang di keluarkan Kemenparekraf guna meingkatkan sektor pariwisata Indonesia pasca pandemi Covid- 19. Perbedaan lainnya juga muncul yang mana penelitian terdahulu berfokus pada sektor pariwisata yang terjadi di tahun 2011-2015, sementara penelitian yang akan dibuat berfokus pada</p>
--	--	--	--	--

				waktu pasca pandemi Covid- 19 yang mana terjadi pada tahun 2020- 2022. Perbedaan lainnya terletak pada tujuan penelitian yang mana pada penelitian yang di buat nantinya berfokus apakah ketiga strategi yang dikeluarkan Kemenparekraf sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-
--	--	--	--	---

				19 berhasil atau tidak melalui ketiga strategi yang sudah dibuat.
4	DIPLOMASI KEBUDAYAAN INDONESIA KE AUSTRALIA DALAM MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA DI BALI TAHUN 2021	Diana Andri Nurlaila1, (Setyasih Harini, S.IP., M.Si.(2), Untari Narulita M. D., S.IP., M.H.I.(3))	Persamaan penelitian kali ini dengan penelitian yang dibuat adalah sama-sama membahas mengenai diplomasi pariwisata Indonesia dengan Australia dalam meningkatkan jumlah wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19, yang mana Australia sebagai salah satu Negara yang	Adapun perbedaan dalam penelitian kali ini dengan penelitian yang akan diteliti nantinya yaitu terjadi pada strategi yang dikeluarkan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan jumlah wisatawan Australia ke Bali yang mana pada penelitian terdahulu

			<p>memiliki kunjungan wisatawan asing terbanyak yang memasuki Bali daripada Negara lain.</p>	<p>berfokus pada diplomasi budaya yang dilakukan pemerintah Indonesia ke Bali dalam meningkatkan wisatawan Australia ke Bali, sedangkan penelitian yang akan dibuat adalah lebih berfokus pada strategi yang dikeluarkan Kemenparekraf dalam meningkatkan sektor pariwisata Bali ke Australia seperti melalui</p>
--	--	--	--	---

				<p><i>Travel Pattern</i> , perubahan <i>tagline</i> <i>Thoughtful</i> <i>Indonesia</i>, dan dibukanya kembali penerbangan <i>direct</i> dari Australia ke Bali setelah dua tahun belakangan sempat lumpuh dimasa pandemi Covid-19 yang terjadi dalam rentan waktu tahun 2020- 2022.</p>
5	<p>KEPENTINGAN NASIONAL AUSTRALIA DENGAN</p>	<p>Nathalia Monica Kristy Setyasih</p>	<p>Persamaan jurnal kali ini dengan penelitian yang akan dibuat</p>	<p>Perbedaan jurnal kali ini dengan penelitian yang akan dibuat</p>

	<p>MENJADIKAN BALI SEBAGAI DESTINASI WISATA FAVORIT (2018)</p>	<p>Harini, S.IP., M.Si¹ Halifa Haqqi, S.IP., M.Si</p>	<p>nantinya sama- sama membahas Bali sebagai langkah diplomasi yang dilakukan Indonesia dengan Australia.</p>	<p>nantinya adalah tahun penelitian yang dibuat, yang mana jurnal ini membahas mengenai diplomasi yang dilakukan Indonesia dan Australia dengan menjadikan Bali sebagai destinasi wisata favorit Australia terjadi pada tahun 2018. Sementara penelitian yang akan dibuat nantinya berfokus pada strategi Indonesia dalam</p>
--	---	--	---	---

				<p>meningkatkan pariwisata Bali pasca pandemi Covid-19 yang terjadi selama tahun 2020-2022 ke Australia melalui strategi-strategi yang di keluarkan Kemenparekraf dalam menjaring kembali wisatawan dari negeri Kangguru tersebut.</p>
6	<p>KEBIJAKAN TRAVEL WARNING AUSTRALIA DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT</p>	<p>Anandi Gita Ramadanti</p>	<p>Persaman jurnal kali ini dengan penelitian yang akan dibuat peneliti adalah sama- sama mengangkat Bali</p>	<p>Perbedaan jurnal kali ini dengan penelitian yang akan dibuat adalah terletak pada tahun penelitian yang</p>

	<p>KUNJUNGAN WISATAWAN AUSTRALIA KE BALI PERIODE 2002-2015</p>		<p>sebagai tujuan utama wisatawan Australia ke Indonesia, seperti yang sudah diketahui bahwa jumlah wisatawan Australia yang memasuki Indonesia khususnya Bali berada di urutan pertama wisatawan asing dari Negara lain.</p>	<p>mana jurnal tersebut terfokus pada kunjungan wisatawan Australia ke Bali dari tahun 2002-2015 yang mana tahun tersebut <i>travel warning</i> masih di berlakukan, sedangkan penelitian yang akan di buat nantinya terjadi pada pasca pandemi Covid-19 dari tahun 2020-2022. Perbedaan selanjutnya ada pada mengapa wisatawan Australia datang</p>
--	---	--	---	--

				<p>ke Bali, yang mana pada jurnal tersebut di jelaskan bahwa meskipun kebijakan <i>Travel Warning</i> di berlakukan wisatawan Australia tetap datang ke Bali, sedangkan penelitian yang akan di buat adalah berfokus pada strategi- strategi yang di keluarkan Kemenparekraf dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Australia ker</p>
--	--	--	--	---

				Bali pasca pandemi Covid-19.
--	--	--	--	------------------------------

2.2 Kerangka Teoritis/Konseptual

Dalam pembuatan sebuah karya ilmiah seperti skripsi ini diperlukannya sebuah kerangka teori. Yang mana kerangka teori ini mempunyai peran yang sangat penting karena bertujuan membantu peneliti agar dapat menganalisis dan memahami bagaimana permasalahan yang diangkat dalam skripsi dengan di dukung oleh teori yang dikemukakan oleh para ahli dan pakar dalam ruang lingkup hubungan internasional agar mendapatkan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

Penelitian kali ini akan mengeksplorasikan tentang bagaimana strategi yang dikelekuarkan Kemenpartekraf sebagai upaya peningkatan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19. Oleh karena itu, penelitian kali ini akan menggunakan kerangka teoritis/konseptual: Teori utama dalam penelitian kali ini menggunakan konsep teori Diplomasi kemudian di kembangkan menggunakan teori Diplomasi Pariwisata yang merupakan bagian dari Diplomasi Publik.

2.2.1 Diplomasi

Menurut KM Pinikkar dalam bukunya yang berjudul *“The Principle Of Diplomacy”* menjelaskan bahwa diplomasi dalam hubungannya dengan politik internasional merupakan seni dalam mengedepankan kepentingan suatu Negara dalam hubungannya dengan Negara lain, yang mana dalam hal ini merupakan

kepentingan nasional suatu Negara dalam dunia internasional, namun oleh sebagian pandangan diplomasi lebih menekankan terhadap negosiasi-negosiasi perjanjian atau sebagai posisi tawar menawar dengan Negara lain.

Diplomasi sangat erat kaitannya dengan penyelesaian permasalahan-permasalahan yang dilakukan dengan cara-cara damai, akan tetapi apabila cara damai tersebut dinilai gagal memperoleh tujuan yang diinginkan, maka diplomasi mengizinkan untuk menggunakan ancaman dalam mencapai tujuan perdamaian tersebut (Prayuda and Sundari 2019).

Geoffrey McDeermott (1973) menjelaskan bahwa diplomasi adalah pertimbangan dalam manajemen hubungan internasional. Masing-masing Negara, seberapapun kaliber dan ukurannya, selalu ingin memelihara atau mengembangkan posisinya dalam kancah internasional.

Kemudian diplomasi menurut Ellis Briggs (1968) mengatakan diplomasi adalah sebuah kegiatan urusan official Negara dengan cara mengirim seseorang anak mewakili pemerintah. Tujuan dari diplomasi itu sendiri untuk menciptakan persetujuan dalam kacamata kebijakan (Ridwan 2015).

Pada hakikatnya jika berbicara mengenai praktik diplomasi selalu berhubungan dengan negosiasi, yang mana negosiasi menurut Gary Goodpaster, merupakan proses konsensus yang digunakan para pihak untuk memperoleh kesepakatan diantara kedua belah pihak (Fellmeth and Horwitz 2021).

Fisher dan Ury berpendapat bahwa negosiasi merupakan komunikasi antara dua arah yang telah dirancang untuk memperoleh kesepakatan ketika kedua belah pihak memiliki kepentingan yang sama atau tidak (Fahri 2021).

2.2.2 Diplomasi Pariwisata

Teori diplomasi pariwisata adalah proses mempromosikan sumber daya pariwisata dan memecahkan krisis sumber daya pariwisata atau masalah destinasi tertentu melalui negosiasi damai antara dua negara atau lebih atau antar negara melalui kekuatan pariwisata yang damai. Secara umum diplomasi pariwisata dipahami sebagai sebuah upaya untuk mempengaruhi publik internasional dalam mewujudkan kepentingan nasional suatu Negara.

Diplomasi pariwisata merupakan temuan dari Simon Anholt pada tahun 1996 yang mendefinisikan *brand* sebagai produk maupun *service* yang di nilai berdasarkan reputasi *branding* sebagai wujud rancangan, identitas, dan komunikasi yang manajemen reputasi *brand* tersebut (Nurlaila et al. 2021).

Simon Anholt mengatakandalam buku *Nation Branding in Modern History* (2018:222) bahwa *public diplomacy* adalah bagian dari *nation branding*. Dapat ditarik pengertian bahwa komunikasi menjadi point penting dari *nation branding* baik secara konvensional maupun secara digital. Artinya *nation branding* menjadi salah satu pertimbangan dalam negara, karena apabila negara tidak memiliki *brand* yang kuat dan memberikan perhatian yang cukup untuk membangun *nation branding* dapat memberikan efek negara tidak dianggap penting atau tidak memiliki legitimasi negara (Ii and Pustaka n.d.).

Sementara itu *Nation Branding* menurut Raymond Miller adalah sekumpulan teori dan penerapannya yang bertujuan untuk mengukur, membangun dan mengatur reputasi dari suatu Negara. Sesuai dengan definisinya tersebut bahwa *Nation Branding* berfungsi untuk membangun, mengembangkan, dan mempertahankan pencitraan (reputasi) yang baik tentang suatu Negara (Anugerah 2013).

Jay Wang (2006) melihat diplomasi publik sebagai suatu usaha untuk mempertinggi mutu komunikasi antara negara dengan masyarakat. Dampak yang ditimbulkan meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan dalam pelaksanaannya tidak lagi dimonopoli oleh pemerintah. Sementara itu, Jan Mellisen (2006) mendefinisikan diplomasi publik sebagai usaha untuk mempengaruhi orang atau organisasi lain di luar negaranya dengan cara positif sehingga mengubah cara pandang orang tersebut terhadap suatu negara. Berdasarkan semua definisi itu, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri. Karenanya, diplomasi publik merupakan salah satu instrumen *soft power* (Hennida 2009).

Mark Leonard juga menjelaskan dalam bukunya yang berjudul "*Public Diplomacy*" bahwa diplomasi publik merupakan suatu cara untuk membangun hubungan dengan Negara lain melalui pemahamannya terhadap kebutuhan, budaya, dan masyarakat serta untuk memperbaiki misspersepsi dalam masyarakat intrnasional (Ryan, Cooper, and Tauer 2013a).

2.2.3 Pariwisata

Sesuai dengan pembahasan penulis kali ini yang mana penulis membahas diplomasi pariwisata dalam judul utama penelitian kali ini, maka pariwisata dapat didefinisikan menurut para ahli sebagaimana menurut Cooper (1993), Pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga ataupun kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan ditempat tujuan.

Sementara menurut *World Tourism Organization*. Menyepakati bahwa peristiwa telah menjadi fenomena sosial ekonomi yang sangat penting dalam perkembangan kehidupan dan pergaulan global antar bangsa-bangsa didunia. Yang mana pariwisata menjadi esensial bagi kehidupan, karena terkait langsung dengan dampaknya pada perkembangan ekonomi, sosial budaya, dan pendidikan baik dalam lingkup nasional maupun internasional (nel arianty 2014).

Menurut Pitana & Gayatri (2005) menyatakan jika ada tiga skateholder utama yang dianggap berperan penting dalam pengembangan destinasi pariwisata yaitu pemerintah, pelaku usaha/swasta, dan masyarakat (Simanjourang, Hakim, and Sunarti 2020)

Dilihat dari penjelasan di atas bahwa pariwisata dapat di simpulkan sebagai kegiatan seseorang atau kelompok yang di lakukan di waktu tertentu dengan tujuan bertamasya atau menggunjungi tempat atau objek wisata dan menikmati fasilitas yang di sediakan di tempat wisata tersebut, tetapi dengan tujuan hanya untuk berwisata saya, tidak untuk menetap lama dan mencari penghasilan dari kunjungan tersebut.

Menurut buku yang di tulis oleh I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatmaja yang berjudul “Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata” menjelaskan bahwa menurut letak geografisnya kegiatan pariwisata dapat di bedakan menjadi lima macam seperti, pariwisata lokal yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkupnya lebih sempit dan terbatas hanya di tempat-tempat tertentu saja, seperti kepariwisataan di kota Denpasar dan Bandung. Kedua kepariwisataan regional yaitu kegiatan kepariwisataan yang di kelola atau di kembangkan oleh satu wilayah tertentu, dalam lingkup nasional dan dapat pula dalam lingkup internasional seperti

kepariwisataan di Bali. Ketiga ada kepariwisataan nasional, yang mana jenis pariwisata ini di kembangkan dalam suatu wilayah di suatu Negara, yang merupakan pelaku wisatanya tidak hanya dari warga negaranya sendiri tetapi juga dari orang asing yang mendiami Negara tersebut. Misalnya kepariwisataan yang ada dalam satu wilayah daerah-daerah di Indonesia. Keempat ada pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas Negara lebih dari dua atau tiga Negara dalam wilayah tersebut, seperti kepariwisataan ASEAN. Dan yang terakhir pariwisata internasional yang mana kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau di kembangkan oleh banyak Negara di dunia (Suwena and Widayatmaja 2010).

Sihite (2000) menjelaskan bahwa wisatawan dibagi menjadi dua golongan yaitu wisatawan domestik dan wisatawan internasional, yang mana wisatawan domestik adalah wisatawan dalam negeri yang mengunjungi objek wisata di negerinya sendiri, sedangkan wisatawan internasional adalah wisatawan yang mengunjungi atau keluar negaranya dalam melakukan kunjungan wisata (Swandewi, Sudana, and Indrawati 2014).

Indonesia menjadi salah satu Negara yang memiliki peluang untuk berdiplomasi dalam memanfaatkan aspek pariwisata. Hal ini di dukung dengan letak geografis Indonesia dan keanekaragaman flora dan fauna di dalamnya. Pariwisata merupakan bagian dari diplomasi publik yang mana secara umum dapat di pahami sebagai suatu upaya dalam mempengaruhi publik internasional dalam mencapai sebuah kepentingan negaranya, yang mana dengan tujuan untuk membuat citra positif suatu Negara ke Negara lain (Nurlaila et al. 2021).

Adapun diplomasi pariwisata yang dilakukan Indonesia dengan Australia melalui penerapan diplomasi pariwisata guna meningkatkan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 melalui strategi *Thoughtful Indonesia* yang mana 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 dari berbagai elemen Negara terutama dalam aspek komunikasi sehingga dapat bersaing dengan Negara lain. Dalam hal ini diplomasi publik juga diterapkan Indonesia dalam meningkatkan sektor pariwisata Indonesia pasca pandemi Covid-19 melalui strategi implementasi dari penggunaan *tagline Thoughtful Indonesia* ke Australia.

2.2.4 Kondisi Pariwisata Internasional Pada Saat Pandemi Covid-19

Berbicara mengenai wabah pandemi Covid-19, salah satu sektor yang paling terdampak adalah dari segi sektor pariwisata. Yang mana, menurut data yang di keluarkan oleh UNWTO menjelaskan bahwa tahun 2020 merupakan tahun terburuk sepanjang sejarah pariwisata dunia akibat dari lonjakan kasus pandemi Covid-19 yang terus meningkat, UNWTO menjelaskan bahwa penurunan wisatawan internasional menurun sekitar 74% di bandingkan dengan kunjungan wisatawan internasional pada tahun 2019, Akibat dari lonjakan Covid-19 yang terus meningkat tercatat bahwa barometer pariwisata dunia di tahun 2020 menunjukkan penurunan yang mana sekitar satu milyar kedatangan di bandingkan dengan tahun 2019, sebagai akibat dari sistem lockdown atau pembatasan berskala besar yang serentak di diberlakukan di seluruh Negara di penjuru dunia (bisnis.com 2021).

Akibat dari lonjakan Covid-19 yang terus meningkat UNWTO memperkirakan bahwa penurunan kedatangan wisatawan internasional akan menyebabkan hilangnya pendapatan sebanyak 1,3 triliun dollar AS yang mana jumlah tersebut 11 kali lipat kerugian yang disebabkan oleh krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 2009, pasalnya pandemic Covid-19 telah menyerang hamper seluruh Negara di seluruh penjuru dunia dengan kawasan di Asia dan Pasifik yang paling mengalami dampak dari lonjakan Covid yang terus meningkat ini yang mana tercatat bahwa penurunan sektor pariwisata sebanyak 70% (bisnis.com 2021).

2.2.5 Kondisi Pariwisata Indonesia Pada Saat Pandemi Covid-19

Berbicara mengenai sektor pariwisata Indonesia tentunya tidak akan pernah habis dibahas, seperti yang sudah diketahui Indonesia merupakan Negara kepulauan yang sangat kaya akan keanekaragaman budaya, hayati, flora dan fauna di dalamnya. Akan tetapi, pada saat terjadinya pandemic Covid-19 sektor pariwisata Indonesia sempat mengalami keterpurukan akibat *lock down* yang diberlakukan oleh seluruh negara di penjuru dunia, adanya pembatasan sosial berskala besar ini memberikan dampak ke berbagai sektor tak terkecuali sektor pariwisata yang menjadi salah satu sektor yang paling terdampak akibat lonjakan Covid-19 yang terus meningkat. Saat ini diperkirakan 75 juta lapangan pekerjaan pada sektor pariwisata, kemudian dalam sektor pariwisata terancam akan kehilangan omset pendapatannya sebanyak 2,1 triliun US dollar (Utami and Kafabih 2021).

Berbicara soal penurunan sektor pariwisata Indonesia pada saat pandemi Covid-19, dilansir dari Badan Pusat Statistik tercatat bahwa jumlah kunjungan

wisatawan mancanegara yang memasuki Indonesia pada bulain Januari-Mei 2020 hanya sebesar 2,9 juta kunjungan atau menurun sekitar 53,36% dari tahun sebelumnya yang mencapai 6,3 juta kunjungan. Sementara itu akibat lonjakan Covid-19 dan *lockdown* yang diberlakukan di seluruh negara didunia tak terkecuali Indonesia, membuat mayarakat domestik atau masyarakat Indonesia enggan untuk melakukan kunjungan wisata ke negaranya sendiri hal ini juga membuat angka kunjungan wisatawan domestik menurun di bandingkan dengan tahun 2019, dan mempengaruhi juga UKM yang berpenghasillan dari para wisatawan yang berkunjung ke daerahnya, akibat dari lonjakan Covid-19 yng terus meningkat membuat para pelaku UKM gulung tikar (Utami and Kafabih 2021).

2.2.6 Kondisi Pariwisata Bali Pada Saat Pandemi Covid-19

Bali merupakan salah satu daerah yang paling terdampak khususnya dalam sektor pariwisata, seperti yang sudah diketahui bahwa mayoritas masyarakat Bali berpenghasilan dan bertahan hidup dari sektor pariwisata yang mereka punya. Akibat dari lonjakan Covid-19 yang terus meningkat membuat sebagaian besar masyarakat bali kehilangan mata pencaharian utamanya, tercatat bahwa sektor pariwisata telah memberikan kontribusi perekonomian terbesar Bali, yang mana pada tahun 2019, total devisa dari pariwisata Bali mencapai USD 9,386 juta atau setara dengan 53,65% PDRB Bali dan menyumbang sekitar 55,26% terhadap devisa perjaqlan nasional. Namun, pada saat terjadinya lonjakan Covid-19 sektor pariwisata Bali mengalami penurunan yag mana, pada triwulan tahun 2020, berdasarkan data yang di peroleh oleh Badan Pusat Statistik, jumlah wisatawan mancanegara yang memasuki Bali mengalami penurunan sebanyak 42,3% dari

1.819.644 wisatawan mancanegara pada tahun 2019 menjadi hanya sekitar 1.050.024 wisatawan mancanegara pada triwulan tahun 2020. Penurunan ini ini diperkirakan akan semakin besar pada triwulan kedua di tahun 2020, penurunan wisatawan mancanegara yang datang ke Bali disebabkan oleh *lockdown* yang diberlakukan Indonesia dan PSBB menjadi faktor utama penurunan kunjungan wisatawan ke Bali pada saat pandemi Covid-19 (Amrita, Handayani, and Erynayati 2021).

2.2.7 Kunjungan Wisatawan Australia Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19

Australia merupakan salah satu negara yang paling sering memasuki kawasan Indonesia khususnya Bali, yang mana seperti yang sudah diketahui bahwa letak geografis Indonesia dengan Australia terbilang tidak terlalu jauh, bahkan warga Perth sendiri yang merupakan negara bagian barat Australia lebih sering mengunjungi Bali ketimbang, Sydney yang merupakan ikon dari negara kangguru tersebut. Berdasarkan pengalaman saya pribadi yang memang lumayan sering mengunjungi Bali tidak sulit untuk menemukan warga Australia di Bali. Hampir di berbagai spot wisata dengan mudah menemukan wisatawan yang berasal dari negeri kangguru tersebut.

Berbicara pandemi Covid-19 justru berdampak juga pada sektor pariwisata Indonesia tak terkecuali Bali, yang mana, ketika diberlakukannya *lockdown* dan PSBB membuat warga negara Australia enggan untuk datang ke Indonesia khususnya Bali dalam kunjungan wisata, hal ini juga berdampak pada perekonomian Bali yang mana masyarakat Bali bergantung dari sektor pariwisata yang mereka punya akan tetapi pada saat terjadinya lonjakan Covid-19 pariwisata

mereka mengalami kelumpuhan, dan pemasok wisatawan mancanegara ke Bali yaitu Australia juga mengalami penurunan.

Setelah hampir dua tahun mengalami stagnasi, maka di tahun 2022 merupakan sebuah momentum dalam membangkitkan kembali sektor pariwisata Bali ke Australia, yang mana di tandai dengan kunjungan wisatawan Australia yang terus melonjak terhitung dari tahun 2022 saat ini, yang mana dengan dibukanya kembali penerbangan internasional langsung ke Bali (*direct flight*) pada tanggal 4 Maret 2022. Tercatat terdapat tiga maskapai yang melakukan pendaratan perdana di Bali, seperti, Jetstar Asia rute Singapore-Denpasar yang membawa 8 penumpang, Scott dengan rute Singapura- Denpasar dengan membawa 48 penumpang, dan maskapai Garuda Indonesia dengan rute Sydney-Denpasar dengan membawa 61 penumpang (Covid- and Tirtawati 2023).

Jika di lihat lebih dalam wisatawan yang memasuki Indonesia khususnya Bali di dominasi oleh wisatawan yang berasal dari Australia, kondisi tersebut tidak jauh berbeda dengan kondisi sebelum pandemi Covid-19, yang mana, berdasarkan data yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik menjabarkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara yang berasal dari Australia pada tahun 2019 sebanyak 1.241.128 kunjungan atau sekitar 19,87% dari total wisatawan mancanegara yang memasuki Bali. Sementara itu, sepanjang tahun 2022, BPS Provinsi Bali mencatat jumlah kunjungan wisatawan Australia yang memasuki Bali di tahun 2022 sebanyak 605,955 atau sekitar 28,11% dari total kunjungan wisatawan mancanegara yang memasuki Bali (Covid- and Tirtawati 2023).

2.2.8 Strategi Kemenparekraf dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19

Sektor pariwisata Indonesia tidak bisa di anggap remeh, karena Indonesia sendiri mempunyai berbagai macam budaya, flora, dan fauna yang sangat layak untuk di kunjungi. Akibat penyebaran virus Covid-19 ini sektor pariwisata Indonesia sempat mengalami kelumpuhan dikarenakan kebijakannuntuk membatasi diri diluar rumah di berlakukan guna memutus rantai penyebaran Covid-19. Di era *new normal* dan *next normal* kali ini pemerintah Indonesia melalui Kemenparekraf mengeluarkan beberapa strategi dalam meningkatkan wisatawan asing ke Indonesia kembali dengan mengeluarkan beberapa program seperti *Travel Pattern*, penerbangan *direct* dari Australia ke Bali yang selama dua tahun kemarin sempat vakum karena Covid-19, dan yang terakhir merubah slogan lama *Wonderful Indonesia* menjadi *Thoughtful Indonesia* dalam upaya peningkatan wisatawan baik domestik maupun internasional.

2.3. Asumsi Penelitian

Adapun yang menjadi asumsi dalam penelitian pada skripsi ini, dengan penulis menarik asumsi sebagai berikut:

“Melalui strategi Kemenparekraf seperti *Travel Pattern*, dibukanya kembali penerbangan *direct* Australia- Denpasar dan *Thoughtful Indonesia* menjadikan momentum Kemenparekraf dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan Australia ke Bali pasca pandemi Covid-19 yang selama dua tahun belakangan ini sempat lumpuh akibat penyebaran virus Covid-19 yang terus meningkat”

2.4 Kerangka Analisis

