



## **Diplomasi Publik Indonesia dalam Meningkatkan Wisatawan Mancanegara ke Candi Borobudur**

Najwa Wahyu Atikah

Universitas Tanjungpura, Indonesia; email: najwahi19@student.untan.ac.id

Nurfitri Nugrahaningsih

Universitas Tanjungpura, Indonesia; email: nurfitri.nugrahaningsih@fisip.untan.ac.id

Hardi Alunaza

Universitas Tanjungpura, Indonesia; email: hardi.asd@fisip.untan.ac.id

Efriani

Universitas Tanjungpura, Indonesia; email: efriani@fisip.untan.ac.id

| Submit: 29-02-2024

| Accept: 11-07-2024

| Publish: 13-08-2024

### **Keywords**

*Borobudur Temple, Public Diplomacy, Quality Tourism, Strategy.*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to describe the phenomenon of the decline in tourists to Borobudur Temple in 2020-2022. The Indonesian government is trying to implement a public diplomacy strategy to increase foreign tourists to Borobudur Temple. This study uses a qualitative method with data collection through literature studies of several journals, articles, websites, books, and interviews which are the main sources in its references. The theoretical framework used is the Theory of Public Diplomacy. This study found that the use of Indonesian public diplomacy has the potential to support the success of increasing tourists to Borobudur Temple. Public diplomacy efforts to increase tourists to Borobudur Temple, namely by applying the momentum of the Covid-19 pandemic as a positive regulation for the tourism sector with quality tourism as a new perspective for the Indonesian tourism sector.*

### **Kata Kunci**

Candi Borobudur, Diplomasi Publik, Strategi, Wisatawan yang Berkualitas.

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan terjadinya fenomena penurunan wisatawan ke Candi Borobudur pada tahun 2020-2022. Pemerintah Indonesia mencoba untuk menerapkan strategi diplomasi publik untuk meningkatkan wisatawan mancanegara ke Candi Borobudur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui studi literatur terhadap sejumlah jurnal, artikel, website, buku dan wawancara yang menjadi sumber utama dalam rujukannya. Kerangka teoretik yang digunakan yaitu Teori Diplomasi Publik. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan bentuk diplomasi publik Indonesia memiliki potensi dalam mendukung keberhasilan bagi peningkatan wisatawan ke Candi Borobudur. Upaya diplomasi publik dalam meningkatkan wisatawan ke Candi Borobudur yakni dengan menerapkan momentum pandemi Covid-19 menjadi regulasi positif bagi sektor pariwisata dengan wisata berkualitas sebagai sudut pandang baru bagi sektor pariwisata Indonesia.

## PENDAHULUAN

Pariwisata mempunyai peranan penting yaitu meningkatkan pendapatan negara. Selain itu, pariwisata juga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan kebudayaan suatu daerah atau seni budaya dari suatu negara. Maka dari itu, Indonesia diberikan berbagai macam ras, seni, kepercayaan, agama dan kebudayaan yang beragam dan unik sehingga Indonesia dapat menjadi negara yang berpotensi berkembang dan maju dalam sektor pariwisata dengan menawarkan objek wisata unggulan dari tempat-tempat unik, bagus serta ditambah dengan tempat dengan kebudayaan masyarakatnya yang masih kental sehingga dapat menyumbangkan devisa yang banyak untuk perekonomian Indonesia (Satrio, 2021).

Pada awal 2020, adanya penyebaran wabah pandemi virus corona atau Covid-19 yang meresahkan masyarakat dunia beberapa tahun belakang ini memunculkan kekhawatiran dunia sebab angka kematian akibat virus tersebut kian bertambah seiring penyebaran virus tersebut di berbagai negara. Virus ini ditemukan di China, Wuhan di bulan desember 2019 dengan itu, WHO (Organisasi Kesehatan Dunia) pun menetapkan wabah ini sebagai wabah Covid-19 pada 11 Maret 2020. Virus Covid-19 atau lengkanya adalah Virus 2019 Novel Coronaviruss (2019nCoV) merupakan virus yang baru juga cepat menular ke manusia. Dikenal sebagai virus yang menginfeksi di sistem pernapasan manusia sehingga sampai 2021 ini, pandemi virus ini mulai akrab dikenal sebagai pandemi Covid-19 atau pandemi virus corona (Mulyadi, 2020).

Bidang pariwisata adalah salah satu bidang yang terkena dampak dari pandemi Covid-19. Melalui data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 ditemukan adanya penurunan jumlah wisatawan yang drastis dari sebelum adanya pandemi, baik dari sisi wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Data tersebut berisikan jumlah total dari pengunjung wisatawan mancanegara ke Indonesia dihitung dari tahun 2020 total kunjungan sebanyak 4,02 juta wisatawan, sedangkan pada tahun 2019 adanya total kunjungan yang menurun sebanyak 75,03% (Badan Pusat Statistik, 2020).

**Gambar 1. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman 2018-2020 (Ribu Kunjungan)**



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Data di atas menunjukkan pengunjung lokal menurun sekitar 61% banyaknya jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Jumlah penurunan wisatawan yang dinilai cukup signifikan akan berpengaruh terhadap ekonomi negara dikarenakan sektor pariwisata penting dalam upaya perekonomian negara, salah satunya meningkatkan pengunjung dan mendapatkan pendapatan negara serta devisa negara. Pandemi Covid-19 dinilai sangat mengancam orang-orang yang bekerja di sektor pariwisata sebanyak 13 juta pekerja di seluruh Indonesia dan 32,5 juta pekerja yang bekerja secara tidak langsung mengenai bidang pariwisata (BPS, 2020).

Data BPS Kabupaten Magelang menunjukkan kunjungan wisatawan domestik ke situs cagar budaya pada tahun 2021 hanya sebanyak 422.930, turun 56,20% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 965.699. Angka ini juga turun 88,72% dibandingkan tahun 2019 sebesar 3,75 juta.

Sedangkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Candi Borobudur tahun lalu hanya 674 orang. Hal ini menunjukkan penurunan yang drastis, yaitu mencapai 97,86% dibandingkan dengan angka tahun 2020 sebesar 31.551. Jumlah wisatawan tahun 2021 juga turun 99,72% dibandingkan tahun 2019. Pada saat itu, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Candi Borobudur mencapai 242.082 orang. Penurunan jumlah pengunjung Borobudur tidak terlepas dari pandemi Covid-19 yang masih berlangsung (Data Indonesia, 2022).

Banyak obyek wisata pada saat itu harus terpaksa ditutup selama pandemi untuk membatasi mobilitas manusia alih-alih tertular virus Covid-19. Pasca turunnya angka pada pengunjung wisatawan candi borobudur, Indonesia tentu kehilangan berbagai macam hal khususnya pendapatan masyarakat, citra positif negara dan sebagainya. Penelitian ini ditulis menggunakan Teori Diplomasi Publik untuk menjelaskan bagaimana upaya Indonesia dalam mengembalikan pengunjung wisatawan lokal maupun mancanegara ke objek wisata candi Borobudur. Dalam menangani masalah pada sektor pariwisata yang diakibatkan oleh pandemi, dibutuhkan strategi untuk pelaku pariwisata dan sektor ekonomi kreatif agar terus bertahan di tengah pandemi saat itu sehingga diharuskan mempunyai kemampuan dalam beradaptasi, melakukan inovasi, dan kolaborasi. Maka dari itu, masyarakat bisa perlahan berubah dan bersama-sama menjadi lebih baik dengan tren pariwisata yang modern (Kemenparekraf/Baparekraf, 2022). Upaya melancarkan strategi tersebut, perlu kolaborasi yang baik melalui kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk memulihkan keadaan pariwisata Indonesia. Hingga tahun 2022, bidang pariwisata telah hadir sejalan dengan bermacam-macam usaha yang telah dilakukan sampai dapat memberikan hasil pada peningkatan wisatawan (UNWTO, 2022).

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa pemulihan pariwisata tidak mungkin hanya bergantung pada pemerintah saja. Oleh sebab itu, perlu diadakannya kerja sama dengan masyarakat, dunia usaha dan khususnya media untuk meningkatkan citra pariwisata Indonesia di mata internasional. Hal ini dilakukan pemerintah untuk menarik lebih banyak wisatawan berkunjung ke Indonesia, khususnya Candi Borobudur. Untuk itu, Pemerintah Indonesia berupaya bersama menyelenggarakan event lokal dan internasional di kawasan Candi Borobudur yang bertujuan untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi terkait strategi pemasaran pariwisata Indonesia di luar negeri.

Indonesia mempunyai kekayaan alam, budaya, serta destinasi yang luar biasa sehingga dapat memberikan pengaruh positif terhadap upaya penguatan pariwisata, sehingga membuat masyarakat di seluruh dunia ingin mengetahui lebih jauh tentang pariwisata Indonesia, termasuk peninggalan sejarahnya yaitu Candi Borobudur. Diplomasi publik dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa di era globalisasi saat ini peran masyarakat sipil dalam pengambilan keputusan akan sangat berarti bagi hubungan keduanya. Hal ini akan memberikan dampak penting terhadap hubungan kedua negara, yaitu dampak terhadap industri pariwisata Indonesia (Rahmaniah, 2023)

Tulisan ini menarik karena adanya penurunan minat pengunjung pariwisata Indonesia khususnya di kawasan Candi Borobudur yang sebenarnya penurunan pengunjung tersebut bukan hanya efek dari pandemi Covid-19 tetapi berbagai kebijakan pemerintah yang membatasi pengunjung untuk tidak berkunjung ke Candi Borobudur demi menjaga kelestarian candi tersebut, tetapi dalam kasus ini minat pariwisata Indonesia menjadi menurun yang mengakibatkan hilangnya pasokan masyarakat sekitar. Maka dari itu, penulis melihat bahwa adanya upaya Indonesia dalam mengembalikan minat pengunjung dengan membawa pemikiran baru, mengajak masyarakat untuk bersama-sama mengembalikan minat pengunjung wisatawan melalui diplomasi publik karena melalui diplomasi publik, upaya diplomasi juga tidak hanya pemerintah saja yang dapat berpartisipasi, tetapi masyarakat sekitar juga dapat melakukannya (Ramadhanty et al., 2019).

## KERANGKA KONSEPTUAL

Diplomasi publik telah muncul sebagai salah satu alternatif kebijakan luar negeri yang dapat dijalankan dan dikembangkan oleh negara-negara dengan kapasitas kekuasaan yang terbatas, seperti Indonesia. *Exercising Soft Power* dalam Kerangka Diplomasi Publik *Soft power* merupakan kemampuan untuk mendapatkan apa yang diminati dengan menarik perhatian atau mempengaruhi pihak luar untuk dapat menuju tujuan-tujuan negara-negara yang menggunakan *soft power* tersebut. Teori diplomasi publik, khususnya tujuan diplomasi publik yang dikemukakan oleh Wang Jie (2006) menjelaskan bahwa diplomasi publik merupakan sebuah konsep yang bersifat multidimensi dan mempunyai tiga tujuan utama, yaitu mempromosikan tujuan dan kebijakan suatu negara, bentuk komunikasi nilai dan sikap, serta sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan antara negara dan masyarakat, dengan catatan bahwa berdasarkan tiga poin tersebut, diplomasi publik turut menekankan pada pesan yang dapat disampaikan oleh siapapun. Oleh karena itu, Teori Diplomasi Publik dari perpektif Wang Jie (2006) pada penelitian ini, diarahkan untuk mengetahui strategi Diplomasi Indonesia dalam upayanya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur pada era pasca pandemi Covid-19 tahun 2022. Diplomasi publik sendiri mempunyai tujuan untuk membangun relasi yang harmonis dengan masyarakat internasional yang diharapkan hasilnya dapat berdampak positif bagi negara. Diplomasi publik merupakan suatu kegiatan yang dapat mempengaruhi masyarakat dan individu melalui sesuatu yang ditampilkan oleh suatu negara yang memanfaatkan *soft power*. Pada umumnya, diplomasi publik dibentuk agar dapat menghindari serta meminimalisir konflik yang terjadi antarnegara, dimana diplomasi publik ini memanfaatkan proses komunikasi dari beberapa aktor untuk mendapatkan pengertian mengenai negara, institusi, sikap, budaya, kepentingan nasional serta kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negaranya (Wang, 2006).

Diplomasi publik ditujukan agar memberikan berdampak luas kepada masyarakat internasional melalui keterlibatan publik. Pada prinsipnya, diplomasi publik dinilai dapat menjadi instrumen bagi perubahan persepsi masyarakat lain terhadap suatu negara. Upaya yang dilakukan diplomasi publik mengenai perkembangan kenaikan angka wisatawan pada pandemi Covid-19 didasarkan pada melakukan kebijakan baru di pasca pandemi Covid-19 dengan melakukan *Quality Tourism* sebagai strategi yang berpotensi ikut membantu perkembangan wisata di kawasan Candi Borobudur (Kemenparekraf, 2020). Diplomasi publik mempengaruhi upaya pemerintah untuk membangun opini publik di masyarakat Internasional atau di sektor lokal pariwisata Indonesia dalam rangka mewujudkan tujuan politik, ekonomi, dan budaya tertentu. Diplomasi publik melakukan resolusi agar dapat menciptakan hubungan yang positif di antara suatu negara atau organisasi internasional di luar negeri, sehingga memberikan dukungan penuh serta kerjasama yang dibutuhkan.

## METODE RISET

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan studi kasus. Menurut Creswell (2016), studi kasus yaitu adanya rancangan penelitian yang bisa dilakukan dalam berbagai macam bidang dimana peneliti dapat menganalisis suatu masalah secara menyeluruh, mengumpulkan informasi berupa data yang lengkap dengan memanfaatkan bermacam-macam prosedur pengumpulan data, diantaranya waktu yang sudah ditentukan. Kasus yang terjadi merupakan suatu kejadian, kegiatan, proses, dan program (Assyakurrohim et al., 2022). Lokasi penelitian ini yaitu Perpustakaan Universitas Tanjungpura, Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Perpustakaan Daerah Kota Pontianak, dan *Online Research*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan studi pustaka. Beberapa informan diantaranya adalah Ketua Balai Konservasi Borobudur/ sub koordinator Warisan Dunia Borobudur, Manager Administrasi PT Taman Wisata Candi Borobudur, dan VP of Commercial & Experience dari PT Taman Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Peneliti bertujuan agar dapat menunjukkan bagaimana tujuan penelitian yang telah didapatkan dan memaparkan data-data yang telah ditemukan

dan dimuat dalam bagian ini. Setelah melakukan berbagai macam teknik pengumpulan data tersebut, peneliti melakukan analisis data dari hasil yang telah diperoleh dan memaparkan penggambaran mengenai strategi diplomasi Indonesia dalam meningkatkan wisatawan ke Candi Borobudur pasca pandemi Covid-19.

Objek kajian dalam penelitian ini adalah bentuk strategi diplomasi publik Indonesia. Akumulasi data dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan berbagai informasi data terkait upaya yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan wisatawan ke Candi Borobudur strategi diplomasi publik yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia, yaitu penerapan *Quality Tourism* dan dilakukan berbagai program atau event yang menarik di destinasi wisata. Pengumpulan data dilaksanakan dengan jalan lain berupa menggali studi literatur dari buku, jurnal online dan website mengenai strategi yang telah dilakukan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan wisatawan ke Candi Borobudur pada waktu pandemi Covid-19 tahun 2020-2022. Penelitian ini diharapkan mampu menjawab masalah mengenai strategi diplomasi publik Indonesia melalui upayanya untuk meningkatkan wisatawan ke borobudur pasca pandemi Covid-19 tahun 2022. Beberapa literatur yang digunakan ini difokuskan kepada sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian penulis yaitu Strategi Diplomasi Indonesia dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Candi Borobudur Pasca Pandemi Covid-19 Tahun 2022.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Upaya untuk mewujudkan dan merealisasikan tujuan dari strategi meningkatkan wisatawan ke Candi Borobudur pada pasca pandemi Covid-19 yaitu menurut berbagai peraturan seperti UU Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 Republik Indonesia diatur dalam pengembangan pariwisata dibentuk dengan memperhatikan keunikan, keanekaragaman, dan keunikan budaya serta melalui penyelenggaraan pengembangan pariwisata. rencana Tepatnya, pada pasal nomor empat (4).

Selain itu, kajian ini mengacu pada PERMENPAREKRAF No. 14 Tahun 2016 kemudian direvisi, kemudian disesuaikan dengan standar Global Sustainable Tourism Council (GSTC) dan telah disahkan oleh United Nations World Tourism Organization (UNWTO) sebagai responnya. Perlawanan yang dihadapi pembangunan pariwisata saat ini, terutama penekanan Indonesia pada isu-isu kearifan lokal serta isu-isu kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan, membentuk langkah-langkah yang diharapkan dalam melawan penyebaran virus Covid-19, dari sumber tersebut diharapkan tradisi budaya dan kearifan lokal masyarakat multikultural dapat tetap terjaga, serta daya tarik lingkungan alam dan budaya destinasi wisata dapat dikelola secara holistik dan berkelanjutan.

### **Kebijakan Indonesia dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19**

Pariwisata menjadi salah satu industri yang terdampak pandemi Covid-19. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan pada tahun 2021 jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara turun signifikan. Data tersebut mencakup total kunjungan wisman ke Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 4,02 juta orang, turun 75,03% dibandingkan jumlah wisman tahun 2019. (Badan Pusat Statistik, 2020).

Gambar 2. Perkembangan Jumlah Wisatawan 2018-2020



Sumber: Badan Pusat Statistik, tahun 2021

Deputi Direktur Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur selaku perwakilan dari Kemenparekraf menjelaskan dalam laman [travel.detik.com](http://travel.detik.com), jumlah wisatawan lokal mengalami penurunan sebesar 61% dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Penurunan drastis jumlah wisatawan tersebut dinilai berdampak cukup besar terhadap perekonomian karena pariwisata sangat penting dalam meningkatkan pendapatan negara, lapangan kerja, dan devisa negara (Badan Pusat Statistik, 2020).

Strategi yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur, yaitu strategi pengembangan wilayah, dalam konteks pengembangan di Candi Borobudur khususnya setelah pandemi 2020. PT Taman Wisata Candi Borobudur menggunakan 4 (empat) pilar pengembangan yakni pilar konservasi, pilar spiritualitas, pilar edukasi dan pilar tourism. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh *Manager* dari GM of Borobudur PT Taman Wisata Candi Borobudur, Adepa Imarna melalui wawancara, mengatakan:

*“meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di Kawasan Wisata Candi Borobudur sedikit banyaknya merupakan pengaruh dari strategi pengembangan wilayah dari PT Taman Wisata Candi Borobudur atas patokan strategi dari Konsultan Pengembangan Wilayah yang terdiri dari 4 (empat) pilar yaitu yakni pilar konservasi, pilar spiritualitas, pilar edukasi dan pilar tourism. Pada strategi pada pilar pertama yakni konservasi untuk kegiatannya diadakan bersama dengan Dirjen Kebudayaan melalui museum dan cagar budaya Borobudur/ UPT Balai Konservasi Borobudur yang memang bertugas melaksanakan konservasi dan pelestarian Candi Borobudur dan Kawasan Cagar Budaya Borobudur. Lanjut pada pilar spritualitas, PT TWC mengembangkan strategi dengan melakukan kolaborasi bersama Kementerian Agama khususnya lembaga-lembaga agama umat Buddha sebagai contoh kegiatan beribadah dan kunjungan dari lembaga agama untuk melakukan peribadatan di Candi Borobudur. Berlanjut pada pilar edukasi, PT TWC melakukan kegiatan Pendidikan dengan kunjungan dan kerjasama dari berbagai lembaga Pendidikan seperti sekolah dan universitas baik itu merupakan kunjungan, maupun penelitian seperti penulisan tugas akhir atau penelitian penulisan ilmiah. Terakhir pada pilar tourism, dalam melakukan kegiatan yang berkaitan pada pariwisata tentunya PT TWC melakukan kegiatan bersama Dirjen Pariwisata serta lembaga pariwisata lainnya, hingga pada era pandemi PT TWC terus mengupayakan yang terbaik pada strategi meningkatkan wisatawan dengan mengembangkan keempat pilar tersebut melalui digital marketing pada sektor sarana/ prasarana yang bertujuan kepada informasi mengenai destinasi wisata ke sosial media.”*

Pelaksanaan 4 pilar strategi pengembangan di kawasan wisata Candi Borobudur merupakan empat indikator yang digunakan untuk tercapainya diplomasi publik. Upaya Pemerintah Indonesia dalam pengembangan pariwisata Indonesia pasca pandemi dalam bentuk *soft diplomacy* dalam bidang kebudayaan, ekonomi, politik dan sektor lainnya. Melalui perkembangan zaman dan seiring majunya teknologi, *soft diplomacy* seringkali dimanfaatkan negeri ini sebagai sarana untuk mengenalkan

potensi yang dimilikinya demi mewujudkan citra baik negara kepada masyarakat dunia. Strategi tersebutlah yang dimaksud sebagai diplomasi publik Indonesia dalam menciptakan citra nasional di sektor pariwisata di Kawasan Wisata Candi Borobudur pasca pandemi tahun 2019 hingga 2020.

### **Rasionalitas Strategi Diplomasi Indonesia dalam Membentuk Nilai dan Sikap terhadap Masyarakat Lokal**

Terlepas adanya hambatan beserta potensi yang mencuat sebagai dampak dari pandemi Covid-19, krisis pariwisata pasca pandemi dijadikan sebagai waktu yang tepat bagi transformasi industri seperti dengan adanya strategi PT TWC dalam membentuk nilai dan sikap terhadap masyarakat lokal di bidang pariwisata. Hal ini disampaikan melalui wawancara terhadap Bapak Jamaludin Mawardi selaku *General Manager* PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko di Unit Borobudur, bahwa:

*“Adapun di antara pengunjung satu dan pengunjung lainnya mempunyai kesamaan dan perbedaannya masing-masing. Didalam masyarakat lokal tentunya kita (masyarakat lokal) paham akan kebiasaan sesama masyarakat, tetapi tidak dengan masyarakat luar atau mancanegara. Maka dari itu diperlukan untuk melakukan pendekatan kepada perilaku-perilaku yang sifatnya global dapat menjadi universal value bagi Perusahaan karena seperti contohnya menghadirkan pelayanan yang baik dengan ramah atau keramahan demi menarik pengunjung untuk senang apabila berkunjung dan diberikan pengarahan yang baik serta komunikatif dengan pengunjung. Selanjutnya berupa pelayanan yang cepat dan tanggap kepada seluruh pengunjung oleh semua staff dan karyawan yang melayani pengunjung secara langsung, hal tersebut dikarenakan agar pengunjung dapat memanfaatkan waktu dengan baik untuk berkunjung. Demikian merupakan pendekatan yang dilakukan oleh Perusahaan/ PT Taman Wisata Candi Borobudur dalam membentuk nilai dan sikap yang diterapkan kepada masyarakat. Hal tersebut juga berkaitan kepada pembahasan sebelumnya mengenai regulasi baru di Kawasan Wisata Candi Borobudur yaitu Quality Tourism atau konsep pariwisata berkualitas.”*

Konsep pariwisata berkualitas bertentangan dengan konsep pariwisata kuantitas. Dalam hal ini, pengelola destinasi pariwisata tidak lagi fokus pada bagaimana menarik wisatawan sebanyak-banyaknya (mass pariwisata), namun beralih pada bagaimana membuat wisatawan terkesan dan bertahan lebih lama di destinasi tersebut sehingga meningkatkan konsumsi (Gilmore, 2017).

Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) mendefinisikan pariwisata berkualitas dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020-2024. Hal ini dijelaskan bahwa kualitas suatu daerah tujuan wisata merupakan hasil suatu proses yang tampak seperti terpenuhinya seluruh kebutuhan, persyaratan dan harapan konsumen terhadap produk dan jasa wisata pada tingkat harga yang dapat diterima dan sesuai dengan kontrak yang diterima serta kondisi dasar dan faktor implisit seperti itu, seperti keselamatan, keamanan dan kebersihan. Berbicara mengenai pariwisata, terdapat beberapa aspek yang sangat penting, salah satunya adalah pariwisata yang berkualitas.

Wisata berkualitas atau *quality tourism* mengacu pada pariwisata yang berorientasi pada kualitas, namun bukan berarti kuantitas tidak menjadi ukuran penting dari pariwisata. Potensi Indonesia untuk memberdayakan pariwisata berkualitas meliputi wisata bahari, ekowisata, dan wisata budaya. Kawasan wisata Candi Borobudur merupakan destinasi wisata budaya yang perlu juga mendapatkan perhatian, tidak hanya dari masyarakat luar namun juga masyarakat lokal dapat mengembangkan destinasi wisata ini untuk kurun waktu yang lebih lama lagi sehingga pengunjung yang datang dapat berkunjung kembali (Kementerian Luar Negeri, 2022).

Pada hakikatnya, pariwisata berkualitas ialah wisata dengan fasilitas yang dapat menciptakan kepuasan, kenyamanan, kebahagiaan bagi masyarakat lokal maupun wisatawan mancanegara atau juga dapat untuk generasi saat ini, namun dapat juga untuk generasi yang akan datang. Melalui pariwisata yang berkualitas, aspek yang paling menonjol adalah wisatawan. Indikator wisatawan yang berkualitas adalah, *pertama*, daya beli yang tinggi dan jumlah konsumsi aktual yang besar di destinasi tersebut. *Kedua* adalah fokus pada kelestarian lingkungan. *Ketiga*, peduli terhadap perlindungan budaya lokal. Ketiga indikator ini dapat ditentukan dalam satu parameter (Kemenparekraf, 2020). Pariwisata berkualitas menuntut dari wisatawan berkualitas, sehingga wisatawan merasa puas setelah berkunjung dari suatu destinasi. Para wisatawan ini dapat merasakan dan memiliki pengalaman yang baik dari pengalaman berkualitas. Oleh sebab itu, wisatawan tidak akan berharap lagi kepada sesuatu yang biasa dimana tempat wisatawan tersebut sedang dalam kunjungan wisata (Gatra, 2020).

### **Quality Tourism sebagai Bentuk Diplomasi Publik Indonesia dalam Meningkatkan Wisatawan ke Candi Borobudur**

Pada era globalisasi saat ini, adanya upaya negara untuk melancarkan misi diplomasinya mengenai strategi untuk menghadirkan kembali wisatawan ke Candi Borobudur pasca pandemi Covid-19. Hal tersebut dilakukan negara dengan cara berdiplomasi kepada negara lain demi melancarkan strategi tersebut. Salah satu bentuk diplomasi dalam penelitian ini yaitu diplomasi publik. Dalam esensinya, diplomasi publik mengenai aktor yang terlibat tidak hanya negara melainkan ada beberapa aktor lainnya yang lebih dominan yang mengenai masyarakat (Brown, 2017).

Diplomasi publik sendiri mempunyai tujuan untuk membangun relasi yang harmonis dengan masyarakat Internasional yang diharapkan hasilnya dapat berdampak positif bagi negara. Diplomasi publik merupakan suatu usaha yang dapat mempengaruhi masyarakat dan individu melalui sesuatu yang direpresentasikan oleh suatu negara yang telah menggunakan *soft power*nya. Diplomasi publik dibentuk agar dapat menghindari serta meminimalisir konflik yang terjadi antarnegara, dimana diplomasi publik ini memanfaatkan proses komunikasi dari beberapa aktor untuk mendapatkan pengertian mengenai negara, institusi, sikap, budaya, kepentingan nasional serta kebijakan-kebijakan yang dilaksanakan oleh negaranya (Wang, 2006).

Pada umumnya, *Quality Tourism* memang mengutamakan kualitas yang didapatkan oleh pengunjung, namun bukan berarti kuantitas dari pengunjung tidak penting. Pariwisata berkualitas tentunya mempunyai tujuan sendiri kepada pihak wisatawan dengan jumlah biaya yang tinggi. Kemampuan Indonesia untuk meningkatkan serta melakukan upaya pengembangan untuk pariwisata berkualitas meliputi wisata bahari, ekowisata, dan wisata budaya. Sedangkan bagi wisata budaya, Indonesia memiliki beragam budaya dan keunikan lainnya yang tidak dimiliki oleh negara manapun (Rudatin Christina L, Annisa Wardhani, 2020).

Dorongan yang benar menghasilkan tata ulang strategi mengenai pariwisata dan ekonomi kreatif yang dikutip dari Kemenparekraf oleh Wishnutama Kusubandio selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Salah satunya yakni harus mendaur ulang konsep pariwisata dengan yang sebelumnya, melalui wisata kuantitas menjadi wisata berkualitas. Hal tersebut menjadi dasar bahwa dengan adanya kebijakan ini dapat mendorong kepentingan bangsa dalam mempromosikan kembali pariwisata Indonesia khususnya Kawasan Wisata Candi Borobudur dalam program pariwisata berkualitas pada dasarnya bukan hanya sekedar kualitas dan kuantitas saja melainkan pariwisata yang menciptakan kenyamanan, kepuasan, kebahagiaan, kesejahteraan dan keberlanjutan bagi masyarakat atau wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Dalam pariwisata berkualitas, manfaat yang dapat diwujudkan antara lain peningkatan loyalitas pelanggan, peningkatan kualitas hidup penduduk lokal, menghasilkan keuntungan bagi devisa negara, dan mendorong stabilitas pariwisata sebagai jaminan lapangan kerja (Kemenparekraf, 2020).

Diplomasi publik mempengaruhi upaya pemerintah untuk membangun opini publik di masyarakat Internasional atau di sektor lokal pariwisata Indonesia dalam rangka mewujudkan tujuan politik, ekonomi, dan budaya tertentu. Diplomasi publik melakukan resolusi agar dapat menciptakan hubungan yang positif di antara suatu negara atau organisasi internasional di luar negeri, sehingga memberikan dukungan penuh serta kerjasama yang dibutuhkan. Diplomasi publik juga melakukan upaya untuk mencapai tujuannya seperti pendidikan media. Dalam diplomasi publik, pariwisata merupakan salah satu sektor yang juga terpengaruh bagi upaya menaikkan angka wisatawan lokal dan mancanegara (Firdaus, 2023).

Hal ini disampaikan oleh Ibu Wiwit Kasiyati selaku Ketua Balai Konservasi Borobudur melalui wawancara yang peneliti lakukan. Dia dikatakan bahwa pentingnya *quality tourism* pada Kawasan Wisata Candi Borobudur untuk melestarikan kekayaan sejarah dan budaya nusantara sehingga tercipta layanan yang baik bagi wisatawan.

*“Edukasi melalui tour guide, video-video yang ditampilkan beserta program-program yang dijalankan kepada pengunjung di Kawasan wisata Candi Borobudur yakni agar masyarakat mengetahui bahwa Candi Borobudur yang merupakan peninggalan sejarah yang harus dilestarikan sedang menghadapi tantangan sustainable tourism, seperti halnya perilaku kurang baik di batu candi dengan menyelipkan benda tertentu di sela-sela batu candi, perilaku vandalisme, merusak relief, membuang sampah di candi, sehingga faktor lainnya seperti kontur tanah turun di batu candi.”*

*Quality tourism* juga dijelaskan oleh Manager PT Taman Wisata Candi Borobudur, Adepa Imarna melalui wawancara yang peneliti lakukan, yang mengatakan:

*“Quality Tourism diterapkan pada destinasi wisata Candi Borobudur bukanlah sebuah pure hambatan untuk meningkatkan wisatawan, memang secara angka kunjungan wisatawan menurun pada saat pandemic namun hal tersebut tidak bernilai bahwa hal tersebut menurunkan kualitas dari destinasi wisata candi ini tetapi meluncurkan sebuah perspektif baru dalam destinasi wisata Candi Borobudur itu sendiri bahwa dari sisi kualitasnya dapat meningkat. Kualitas yang diperoleh adalah bahwa wisatawan akan mendapatkan treatment terbaik selagi berwisata sekaligus menjaga kelestarian Candi Borobudur. Contohnya seperti menggunakan upanat/ alas kaki khusus, dan membatasi kapasitas pengunjung demi kepentingan konservasi candi Borobudur. Hal ini dilakukan agar Candi Borobudur sebagai warisan dunia terus dapat dilestarikan untuk waktu yang lama.”*

Paparan di atas menunjukkan bahwa begitu pentingnya *quality tourism* di Candi Borobudur agar wisatawan dapat meningkatkan kualitas wisata, serta kenyamanan dan keamanan dalam kawasan wisata, dan melestarikan kekayaan sejarah dan budaya nusantara. Diplomasi publik dapat dimanfaatkan sebagai alat yang mempengaruhi perspektif dan minat pada wisatawan dalam memilih tujuan wisata. Adanya citra positif yang diangkat dari kebijakan *Quality Tourism* dapat memberikan hubungan yang baik juga dengan masyarakat internasional sehingga hal tersebut dapat membantu meningkatkan angka kunjungan wisatawan yang sebelumnya turun dan memberikan kontribusi pariwisata dalam sektor ekonomi negara melalui keuntungan sektor pariwisata di Kawasan Wisata Candi Borobudur.

## KESIMPULAN

Tulisan ini dilatarbelakangi oleh adanya kasus pandemi Covid-19 dan penurunan pengunjung wisatawan di Indonesia, khususnya Kawasan Wisata Candi Borobudur. Pemerintah Indonesia pada akhirnya membuat kebijakan untuk menjalankan protokol kesehatan dan bahkan menutup sementara area destinasi wisata sehingga masyarakat terkena dampak ekonomi dan juga dengan adanya pandemi tersebut membuat pemerintah melalui perusahaan dan lembaga yang terkait harus menyelesaikan permasalahan, yaitu meningkatkan kembali wisatawan dan meningkatkan kualitas dari destinasi wisata itu sendiri. Indonesia sebagai negara yang terkena dampak dari pandemi Covid-19 dari berbagai sektor termasuk sektor pariwisata harus melakukan inisiatif dalam memperbaiki dan meningkatkan wisatawan namun tetap menjaga kualitas dari wisata ini. Hal ini tentu mempunyai peran khusus yang dijalankan melalui perusahaan, masyarakat dan hubungan diplomatik yang turut berperan dalam meningkatkan wisatawan di Kawasan Wisata Candi Borobudur.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya beberapa peran dari Pemerintah Indonesia dan pihak lain untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia, khususnya Kawasan Wisata Candi Borobudur pasca pandemi Covid-19. Peran Indonesia sebagai instrumen dalam memberikan penguatan kepada keamanan nasional mengenai kebijakannya dalam menanggulangi penyebaran virus Covid-19 pada pandemi tahun 2020-2022 lalu yang kemudian dilakukan pembatasan sosial sehingga adanya penutupan destinasi wisata yang mengakibatkan penurunan pengunjung di Kawasan Wisata Candi Borobudur. Namun Candi Borobudur dinobatkan kembali setelah pandemi menjadi destinasi wisata yang baik dalam menaikkan angka wisatawan sebagai penyelesaian permasalahan di sektor pariwisata ini. Peran Indonesia melalui kebijakannya yang dapat menjadikan pandemi Covid-19 sebagai momentum untuk melakukan regulasi positif bagi sektor pariwisata ke depannya dengan pandangan *quality tourism* sebagai sudut pandang baru bagi sektor pariwisata Indonesia.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tiga strategi pemerintah Indonesia dalam menangani kasus pandemi sekaligus meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia khususnya di Kawasan Wisata Candi Borobudur diantaranya: (1) Kebijakan Indonesia dalam meningkatkan kembali wisatawan adalah sebagai bentuk melancarkan promosi tujuan dan kebijakan nasional Indonesia di bidang pariwisata; (2) Rasional strategi diplomasi Indonesia dalam membentuk nilai dan sikap terhadap masyarakat lokal; (3) Strategi Indonesia dalam meningkatkan kepercayaan antarnegara dan masyarakat melalui Program *Quality Tourism* di kawasan Wisata Candi Borobudur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arida, INS & Sukma, N. (2016). Buku Ajar Pariwisata Berkelanjutan. Bali: Sustainpress.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>.
- Badan Pusat Statistik. (2022). "Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan." <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/3/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>.
- Brown, K. A. (2017). *Public Diplomacy and National Security in 2017*. Center for Strategic and International Studies, January, 1–16.
- Bungin, Burhan. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism and Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Predana Media.
- Cull, N.J. (2009). 'Public Diplomacy' before Gullion : *The Evolution of a Phrase*, <http://uscpublicdiplomacy.com/pdfs/gullion.pdf>, th , 2009 51-52 Diakses pada 10 April 2023
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Djelantik, S. (2004). *Diplomasi Publik*, *Jurnal Analisis CSIS* Vol.33 No.3 hal. 74
- Firdaus, A. (2023). Keberhasilan Diplomasi Publik Jepang Melalui Budaya Populer : Tantangan Terhadap Identitas Nasional Generasi Muda Indonesia. 1(2), 98–119.
- Hadi, Umar. (2007). "Diplomasi Publik Menjembatani Persepsi Domestik dan

- Internasional”[http://www.tabloiddiplomasi.org/previous\\_issue/55-desember-2007/535-diplomasi-publimentembatani-persepsi-domestik-dan-internasional.html](http://www.tabloiddiplomasi.org/previous_issue/55-desember-2007/535-diplomasi-publimentembatani-persepsi-domestik-dan-internasional.html).
- Haryono, Timbul, (2011) *Sendratari Mahakarya Borobudur*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia (KPG).
- Joesoef, Daoed, (2004), *Borobudur*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Kartika, W. (2006). *Diplomasi Kebudayaan*. Yogyakarta: Ombak.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). Official Website, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/5640/saatnya-kembangkan-potensi-pariwisata-indonesia/0/infografis>
- Kemenparekraf / Baparekraf Republik Indonesia. (2020). "Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2020." Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara. [https://www.kemenparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/old\\_a11/rekap%20wisman.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_a11/rekap%20wisman.pdf)
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2020. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2020>.
- Kompas.com. (2020). WHO Resmi Sebut Virus Corona Covid-19 sebagai Pandemi Global. 021. <https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global>.
- Mahmudan, A. (2022). Jumlah Pengunjung Candi Borobudur Anjlok Selama Pandemi", <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/jumlah-pengunjung-candi-borobudur-anjlok-selama-pandemi>.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Mulyadi, M. (2020). Partisipasi Masyarakat Dalam Penanganan Penyebaran Covid-19. *Info Singkat*, 12(8), 13-18.
- Nugrahaningsih, N., & Suwarso, W. A. (2021). Model Strategi Diplomasi Budaya di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh di Kota Singkawang. *Intermestic: Journal of International Studies*, 6(1), 100-120.
- PT. TWC. (2019). Annual Report 2019: World Class Heritage Management. Annual Report, Sleman: PT.TWC <https://corporate.borobudurpark.com/wp-content/uploads/2021/07/Laporan-Tahunan-2019>
- Rahmaniah, R. (2023). Diplomasi Publik Melalui ‘Wonderful Indonesia’ Dalam Upaya Promosi Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Amerika Serikat. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 4635–4645.
- Ramadhanty, R., Krisnando, G., Fatmawati Raya, J. R., Labu, P., & Selatan, J. (2019). Diplomasi Publik Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Pariwisata Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Era Presiden Joko Widodo Tahun. *Diplomacy and International Studies*, 1–12. [www.indonesia.travel](http://www.indonesia.travel)
- Rudatin Christina L, Annisa Wardhani, dan F. M. (2020). Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6. *Jurnal Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146.
- Salsabila, T. (2013). “First Track Diplomacy and Second Track Diplomacy”, [http://www.academia.edu/8216235/First\\_Track\\_Diplomacy\\_and\\_second\\_Track\\_Diplomacy](http://www.academia.edu/8216235/First_Track_Diplomacy_and_second_Track_Diplomacy).
- Satrio, M. A. (2021). Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka Branding ‘Wonderful Indonesia.’ *Indonesian Perspective*, 6(1), 65–85. <https://doi.org/10.14710/ip.v6i1.37513>
- Seta, M. A. (2014). November. Perspektif Hubungan Internasional. Pengantar Hubungan Internasional. Diakses dari <https://bit.ly/3AuGXTI>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Shoelhi, M. (2011). *Diplomasi: Praktek Komunikasi Internasional*, Bandung, Sembiosa Rekatama Media.

## **BIOGRAFI**

**Najwa Wahyu Atikah** merupakan mahasiswa S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura dengan konsentrasi pada Kajian Politik Global.

**Nurfitri Nugrahaningsih** merupakan dosen tetap S3 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura dengan Program Studi Ilmu Politik.

**Hardi Alunaza** merupakan dosen tetap S2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura dengan Program Studi Ilmu Hubungan Internasional.

**Efriani** merupakan dosen tetap S2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura dengan Program Studi Ilmu Antropologi Sosial.