

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemajuan teknologi dan perkembangan ilmu pengetahuan menjadi dasar dari lahirnya sektor industri di setiap negara. Lahirnya sektor industri tercipta dari ditemukannya mesin uap di tahun 1771 hingga adanya internet yang menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam menyebarkan segala informasi di era modernisasi. Era industri telah mencapai ditahap keempat yang ditandai dengan transformasi proses produksi barang dan jasa yang melibatkan banyak aspek di dalamnya. Aspek yang terlibat meliputi kebijakan di suatu negara dan tingkat intelektual masyarakat yang terikat di dalam perusahaan. Setiap perusahaan dan negara bekerjasama untuk menciptakan pekerja yang mendorong kegiatan bisnis dan menjalin investasi guna meningkatkan pendapatan ekonomi negara.

Manajemen yang berlaku di era revolusi industri ini sudah masuk ditahap ke 4 yang mendorong upaya pengusaha dan pemerintah menemukan terobosan baru. Peningkatan kebutuhan terhadap inovasi teknologi masih menjadi pilihan utama bagi pengusaha dalam mengurangi pengeluaran negara yang berlebihan. Pengusaha bersama dengan pemerintah berusaha melakukan terobosan baru yang memanfaatkan sektor lainnya disamping teknologi dalam menciptakan kondisi pertumbuhan ekonomi yang lebih bervariasi (Xhu, M, David, & Kim, 2018). Industri jasa termasuk dalam salah satu sektor industri yang terus berkembang di berbagai negara khususnya di Indonesia. Kegiatan bisnis yang terjalin dalam industri jasa menghasilkan banyak tenaga kerja terampil sehingga berdampak pada peningkatan konsumen. Peningkatan kebutuhan atas industri jasa tercatat sebagai salah satu industri yang mampu mencatatkan nilai tertinggi di tahun 2018 dibandingkan dengan industri manufaktur dan dengan potensi meningkat setiap tahunnya. (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019)

**Aldo Josua, 2021**

***DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK: STUDI KASUS PT. DAMAI INDAH GOLF PERIODE 2015 - 2018***

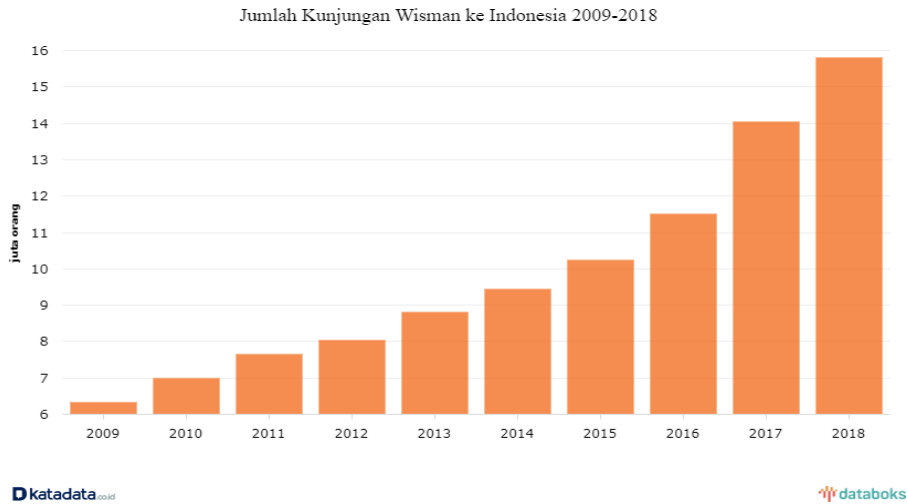
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.respository.upnvj.ac.id](http://www.respository.upnvj.ac.id) ]

Perkembangan industri jasa mengalami tren positif yang terlihat dari kontribusinya terhadap industri lain. Industri pariwisata adalah salah satu industri yang sebagian besar produk yang dihasilkan dalam bentuk pelayanan atau jasa. Perkembangannya sedang dalam masa transisi menuju industri yang madani dan berdampak besar bagi perekonomian di suatu negara. Indonesia memiliki harapan yang besar dalam meningkatkan kontribusi dari cabang industri pariwisata. Kekayaan alam dan laut yang dimiliki Indonesia merupakan salah satu nilai tambah dalam meningkatkan pasar pariwisata di dunia internasional. Di kawasan Asia Pasifik menjadi target pasar utama bagi pemerintah Indonesia dan mitra swasta dalam memperkenalkan keistimewaan pariwisata asli Indonesia. Presiden Joko Widodo memberikan komitmennya untuk terus mengupayakan perkembangan industri pariwisata Indonesia khusus di berbagai negara seperti Australia, Jepang, Korea Selatan, Tiongkok dan negara-negara lainnya di kawasan Asia Pasifik (Merdeka, 2018).

Disisi lain, disampaikan juga pernyataan dari Menteri Pariwisata yang menitikberatkan pada industri Golf merupakan bagian dari *sport tourism* yang diproyeksikan Kemenparekraf untuk mencapai angka sebesar 1,25 persen dari 20 juta wisman atau sekitar 250 ribu wisman, dengan devisa sebesar 250 juta dollar. Menurutnya, golf sebagai *sport tourism* memiliki keunggulan, yaitu bisa dilakukan sepanjang tahun karena tidak terlalu terkendala dengan cuaca. Untuk mengidentifikasi golf sebagai *sport tourism*, terdapat empat unsur yang diperhatikan, yaitu 4P (Product, Promotion, Price, Place). Untuk Indonesia, *product* sudah bagus, *price competitiveness* terbaik, *place* juga sangat bagus. Apalagi, dengan pembuktian dari *travel* ditambah *leisure* yang menyatakan Jawa, Bali, Lombok sebagai *The Best Islands in the World*. Indonesia memiliki banyak sekali padang golf yang indah, yang sangat dapat dimanfaatkan untuk menjaring wisatawan mancanegara. *Event sport tourism* memang strategi yang tepat untuk mendatangkan wisman dalam jumlah massif menurut Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran I Kementerian Pariwisata, I Gde Pitana yang didampingi oleh Kabid Area I Kemenparekraf (Liputan 6, 2018).

**Grafik 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2009 - 2018**



*Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2019*

Berdasarkan Grafik 1.1 di atas terlihat bahwa peningkatan wisatawan mancanegara ke Indonesia secara keseluruhan memiliki tren yang positif. Pertumbuhan wisatawan mancanegara yang diharapkan oleh Pemerintah Indonesia tercatat menyentuh 14% peningkatan per tahun nya secara rata-rata nasional. Dalam tahun 2015 – 2018 terkumpul jumlah wisatawan mancanegara secara akumulasi berjumlah lebih dari 51 juta orang (Databoks, 2019).

Olahraga golf termasuk kedalam olahraga pariwisata yang terbukti memiliki konektivitas yang luas sebagai media bagi para investor asing dan sarana penyebaran informasi budaya dalam negeri menjadi tantangan yang didapatkan oleh salah satu pelaku industri golf yaitu PT. Damai Indah Golf. Perusahaan yang bergerak di bidang industri golf tersebut sudah melakukan kerjasama dengan pemerintah yang bertujuan untuk menciptakan inovasi yang dapat meraih dua keuntungan sekaligus yaitu dari segi investasi maupun *branding* budaya asli Indonesia ke dunia Internasional. Pemerintah Indonesia yang secara khusus dibawah naungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di tahun 2015-2018 telah membuat rancangan strategi yang didalamnya terdapat beberapa program kegiatan. Program tersebut ialah Program Pengembangan Destinasi Pariwisata yang memiliki sasaran untuk meningkatkan investasi di sector

Aldo Josua, 2021

**DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK:  
STUDI KASUS PT. DAMAI INDAH GOLF PERIODE 2015 - 2018**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.respository.upnvj.ac.id](http://www.respository.upnvj.ac.id) ]

pariwisata. Fokus target pasar di beberapa negara yang menghasilkan banyaknya wisatawan mancanegara ke Indonesia seperti dari Malaysia, Australia, Singapura, Tiongkok, Jepang, Korea Selatan, Filipina, Taiwan, Thailand, dan India. Negara-negara tersebut merupakan bagian dari kawasan Asia Pasifik yang menjadi target pasar kawasan. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2015)

Studi hubungan internasional melihat bahwa dengan adanya pergeseran arus globalisasi yang membawa kondisi yang harus dilalui suatu negara ke negara lain dalam mencapai kepentingannya melewati kerjasama internasional. Peran negara dan aktor non negara seperti organisasi internasional atau perusahaan asing yang bergerak dalam sektor bisnis mulai menunjukkan kontribusi. Bentuk kerjasama internasional yang terjalin antar negara meliputi kerjasama ekonomi, politik hingga kebudayaan. Faktor kebudayaan menjadi sorotan dan mengalami perkembangan pesat sehingga mudah untuk diaplikasikan. Kebudayaan yang beragam menciptakan kolaborasi antar pemegang kepentingan yang melibatkan industri sebagai penggerak bisnis dan penunjang pembentukan *image* suatu negara.

Industri pariwisata olahraga belakangan ini menjadi tujuan utama bagi setiap negara dalam mengembangkan potensi sumber daya yang dimilikinya guna menciptakan citra positif dan keunggulan dalam mempromosikan produk aslinya. Tingkat keinginan masyarakat internasional untuk memenuhi keinginannya menjadi penyebab berkembangnya pariwisata olahraga yang dapat menghasilkan keuntungan dalam segi kesehatan dan hiburan. Cabang olahraga yang dapat dikategorikan ke dalam industri pariwisata olahraga salah satunya bersumber dari olahraga golf yang menyajikan konsep pengadaan lapangan buatan manusia dikombinasikan dengan keadaan alami sumber daya alam yang dimiliki setiap negara. Cabang olahraga golf sudah masuk ke dalam ranah bisnis oleh pemegang kepentingan yang biasa disebut ke dalam industri golf. (Irawan & Marwanto, 2008)

Hubungan erat antara industri golf dengan studi hubungan internasional terlihat dari adanya tujuan yang ingin dicapai dalam hal *branding image* suatu negara ke negara lainnya. Kepentingan nasional setiap negara sudah mengarah kepada hal-hal yang bersifat *soft diplomacy* dalam penerapannya. Industri golf juga menjadi sumber

Aldo Josua, 2021

**DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK:  
STUDI KASUS PT. DAMAI INDAH GOLF PERIODE 2015 - 2018**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional  
[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.respository.upnvj.ac.id](http://www.respository.upnvj.ac.id) ]

pendapatan devisa negara karena adanya pemasukan yang diperoleh dari jumlah wisatawan mancanegara dan investasi asing dari berbagai perusahaan asing yang menanamkan modal nya.

PT. Damai Indah Golf yang langsung dibawah garis koordinat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah melaksanakan banyak rangkaian *event* bertaraf internasional yaitu dimulai dari tahun 2015 dengan mengadakan Ciputra Golfpreneur Tournament serta Babak kualifikasi Faldo Series Asia dan juga *event* yang menjadi ajang pelatihan bagi atlet nasional yang akan bertanding pada Pekan Olahraga Nasional (PON). Selanjutnya diselenggarakan juga pada tahun 2016 yaitu *event* Ciputra World Junior Golf Championship. Seiring dengan komitmen penuh yang akan dilaksanakan oleh PT. Damai Indah Golf maka di tahun 2017 diadakan nya turnamen Indonesia Golf Tour yang berperan sebagai tuan rumah. Setelah berlangsungnya *event* Indonesia Golf Tour di tahun sebelumnya maka di tahun 2018 diadakan bersamaan dengan Ciputra Golfpreneur. (Damai Indah Golf, 2015)

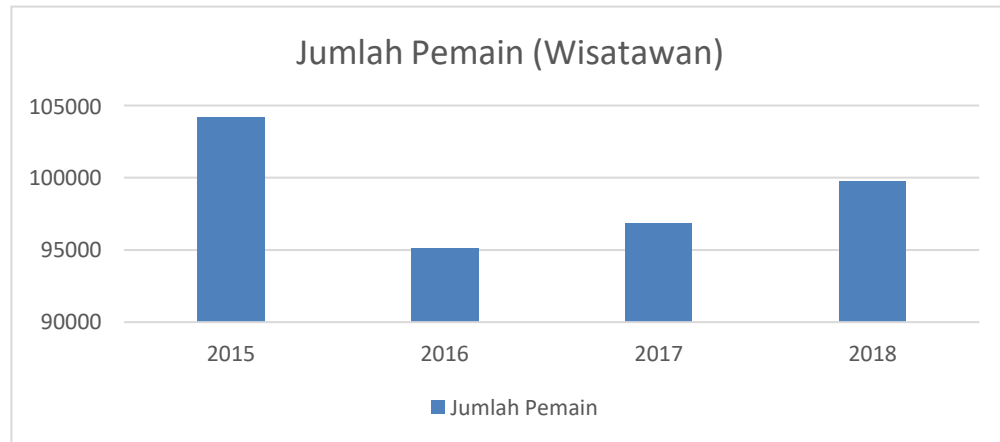
Proses berlangsungnya *event* yang dilaksanakan PT. Damai Indah Golf setiap tahun yang dimulai dari 2015 – 2018 memiliki perbedaan dalam hal jumlah pendapatan perusahaan dan wisman yang berkunjung. Ketimpangan terlihat dari banyaknya *event* internasional yang diselenggarakan tidak berbanding lurus dengan wisman atau tamu yang ingin bermain di PT. Damai Indah Golf. Permasalahan itu menjadi fokus penelitian penulis dalam menganalisa kemungkinan adanya upaya yang tidak tepat sasaran dan mengarah kepada hambatan yang dihadapi perusahaan dalam membantu program Pemerintah Indonesia dengan mengembangkan *nation branding* lewat industri golf. Permasalahan umum yang diteliti oleh penulis menunjukkan bahwa stigma masyarakat asli Indonesia yang kurang tanggap mengenai perkembangan pariwisata olahraga golf karena dianggap hanya dinikmati untuk beberapa kalangan masyarakat. Sedangkan realita nya industri pariwisata golf Indonesia mulai dikenal oleh masyarakat internasional dan diakui oleh negara-negara lainnya beserta asosiasi internasional yang khusus menaungi hal-hal yang berhubungan dengan industri golf

Penulis menentukan periodisasi yang dimulai dari tahun 2015 - 2018 dilatarbelakangi oleh strategi kementerian pariwisata pada tahun 2015 - 2019. Melihat kepada pencapaian yang telah dilakukan oleh Kementerian Pariwisata di periode 2010 - 2014 sebelumnya juga menjadi landasan dari strategi yang diterapkan dan menjadi evaluasi di periode 2015 - 2019 terkait efektivitas pada pemanfaatan situasi internal dan eksternal. Berbagai sasaran yang telah dicapai oleh Kementerian Pariwisata tahun 2010 - 2014 yaitu dalam kinerja pembangunan pariwisata menghasilkan 4% kontribusi terhadap PDB, menyerap 10,13 juta tenaga kerja, menghasilkan 10 miliar dolar AS devisa nasional. Ini karena industri pariwisata memiliki kemampuan menarik hingga 9,4 juta turis asing (turis) untuk berkunjung. Diantara 2011 dan 2014, Kementerian Pariwisata telah berpartisipasi dalam 360 kegiatan promosi luar negeri, 174 pertukaran perjalanan, 56 delegasi penjualan dan 130 festival Indonesia yang berpusat di pasar, seperti Agen Perjalanan Internasional Berlin (ITB), Floria Dedi Venlo Holland, ini adalah pameran perjalanan yang diadakan di salah satu pusat perbelanjaan di Tiongkok. Selain itu melalui upaya peningkatan jumlah wisatawan mancanegara Otoritas Pariwisata Indonesia (VITO) telah didirikan di banyak negara / wilayah. Kegiatan penyelenggaraan *event support* seperti ASEAN Jazz Festival, Singkarak Concert Tour, Toba Lake Music Festival dan 171 *event* lainnya telah berhasil diselenggarakan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2015).

Rumusan kebijakan yang dibuat oleh Kementerian Pariwisata Indonesia 2015 - 2019 memuat konsep yang meliputi pembinaan destinasi pariwisata yang terwujud dalam pengelolaan industri pariwisata. Kesenambungan antara program kerja sudah dilakukan oleh PT. Damai Indah golf di tahun 2015- 2018 yang tertuang di *Annual Report* Damai Indah golf dan Rencana Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia tahun 2015 - 2019 menjadi dasar analisa penulis. Kontribusi penuh yang dilakukan oleh industri pariwisata olahraga menjadi salah satu fokus penting yang dibuat oleh Kementerian Pariwisata karena adanya pertumbuhan positif dalam mempromosikan kebudayaan Indonesia dan pendapatan nasional. Kementerian Pariwisata memiliki tujuan dalam mencapai *nation branding* Indonesia di kancah internasional. PT. Damai

Indah Golf memiliki kesamaan visi yang dituju dalam mempromosikan industri golf dari Indonesia ke Kawasan Asia Pasifik.

**Grafik 1.2 Pertumbuhan Jumlah Pemain di PT. Damai Indah Golf Tbk**



*Sumber: Annual Report PT. Damai Indah Golf Tbk*

Unit pemerintahan Indonesia yang bergerak di bidang olahraga dan pariwisata secara terbuka melakukan kerjasama internal dengan perusahaan-perusahaan yang berskala mikro ataupun makro. Aktivitas kerjasama yang terjalin diwujudkan untuk mencari identitas pariwisata dalam negeri yang mampu bersaing dengan negara-negara barat dan negara-negara di Kawasan Asia Pasifik. Masih banyaknya kekurangan di dalam proses industrialisasi yang terjadi di Indonesia disebabkan karena kurangnya peralatan penunjang yang dapat dihasilkan secara mandiri. Faktor prestasi juga menjadi evaluasi bagi pemerintah Indonesia untuk melakukan kerjasama seluas-luasnya kepada perusahaan mikro ataupun makro guna mengedukasi masyarakat luas terhadap kehadiran industri pariwisata olahraga yang dapat dijadikan sebagai sentra bisnis yang menguntungkan.

Disamping sumber daya manusia dan peralatan penunjang yang dibutuhkan industri olahraga dalam negeri. Kekayaan sumber daya alam Indonesia menjadi garda terdepan dalam menunjukkan identitas industri olahraga dalam negeri. Unit pemerintahan Indonesia di bidang pariwisata turut ambil bagian dalam pengelolaan dan penyebaran informasi mengenai keindahan lokal yang berdampak pada banyaknya

Aldo Josua, 2021

**DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK: STUDI KASUS PT. DAMAI INDAH GOLF PERIODE 2015 - 2018**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.respository.upnvj.ac.id](http://www.respository.upnvj.ac.id) ]

wisatawan asing yang masuk ke Indonesia. Kolaborasi yang terjadi antara industri olahraga dan pariwisata menghasilkan adanya kesatuan yang dapat meningkatkan *nation branding* Indonesia (Priyono, 2012).

Keberagaman jenis olahraga yang diminati oleh masyarakat umum masih menjadi daya tarik utama bagi pelaku usaha yang bergerak dalam industri olahraga. Sepak bola, basket, badminton dan jenis olahraga lainnya yang sejenis dengan itu memang masih di posisi paling atas yang dapat diandalkan dalam peraih prestasi. Akan tetapi, kurangnya kontribusi jenis olahraga tersebut terhadap perkembangan pariwisata di Indonesia. Industri golf adalah jawaban dari beberapa jenis olahraga yang secara sekaligus mendapatkan keuntungan dari prestasi maupun *venue* yang disediakan. Pemerintah bersama dengan perusahaan yang bergerak di bidang industri golf melakukan kerjasama di bidang pariwisata olahraga. Pemerintah Indonesia bertugas membuat program yang bertujuan untuk penyebaran informasi secara luas mengenai keberagaman dan kemajemukan alam di Indonesia sehingga dikenal dan diapresiasi oleh seluruh negara khususnya kawasan Asia Pasifik. Salah satu program yang telah dibuat oleh Kementerian Pariwisata ialah Program Wonderful Indonesia Golf. Program tersebut memiliki tujuan untuk ajang promosi atas tingginya potensi wisata golf di Indonesia. Tempat diselenggarakannya ajang promosi tersebut diadakan di Korea Selatan sebagai negara mitra yang turut menyumbangkan wisatawan mancanegara ke Indonesia untuk berwisata golf. Arief Yahya selaku Menteri Pariwisata memberikan penjelasan mengenai apa tujuan yang ingin dicapai setelah terjadinya pertemuan tersebut yakni dengan menjalin kerjasama bisnis yang mendorong peningkatan investasi di Indonesia serta peningkatan wisatawan mancanegara dari Korea Selatan. Aktor yang terlibat disamping itu ialah operator golf local yang nantinya akan mempresentasikan potensi yang dimiliki oleh industri golf nasional yang ada di Indonesia. Keunggulan yang disampaikan oleh Kementerian Pariwisata terhadap industri wisata golf Indonesia terletak pada harga yang murah untuk bermain golf serta keindahan alam yang berada tepat disekitar lapangan golf (Kontan, 2016).

Aldo Josua, 2021

**DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK:  
STUDI KASUS PT. DAMAI INDAH GOLF PERIODE 2015 - 2018**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.respository.upnvj.ac.id](http://www.respository.upnvj.ac.id) ]



Perusahaan yang bergerak dalam industri golf melakukan tugas nya yang berkaitan dengan penyedia jasa dan peralatan yang baik untuk digunakan secara umum ataupun professional. Keberadaan perusahaan yang bergerak dalam industri golf sudah tersebar luas di Indonesia. Beberapa *venue* yang disediakan oleh perusahaan sebagian besar memiliki konsep wisata alami di Indonesia. Konsep lapangan yang menggambarkan pesona Indonesia dan pelayanannya yang profesional merepresentasikan industri yang sehat dan inovatif. Urgensi penelitian ini menjelaskan bahwa secara tidak langsung industri pariwisata olahraga dapat menjadi lapangan kerja yang sangat menguntungkan dan menjadi suatu inovasi dalam mencari identitas negara. Khususnya industri golf yang mulai menunjukkan keberadaannya yang mampu meningkatkan devisa negara melalui tingginya wisatawan mancanegara yang ingin bermain di Indonesia. Kerjasama dengan berbagai *stakeholder* asing menjadi solusi atas kurangnya jumlah peralatan yang menunjang olahraga golf. Kompetisi yang dirancang dengan skala internasional oleh perusahaan golf yang diteliti menjadi bahan pembahasan atas kontribusinya terhadap program pemerintah di bidang wisata olahraga. (Rosiana, 2016)

## **1.2 Rumusan Masalah**

Tingginya pendapatan yang didapatkan dari industri pariwisata secara tidak langsung menjadi tanggung jawab besar bagi Pemerintah Indonesia dalam mempertahankannya. Keseimbangan yang harus dicapai oleh Pemerintah Indonesia dan mitra perusahaan yang terkait dapat dimanfaatkan dengan menempatkan budaya Indonesia sebagai garda terdepan untuk daya saing di kancah internasional khususnya di kawasan Asia. Industri pariwisata olahraga menjadi daya tarik tersendiri karena dianggap dapat menarik wisatawan mancanegara maupun nasional dengan mempromosikan budaya asli Indonesia dengan melewati sektor olahraga. PT. Damai Indah Golf adalah salah satu perusahaan swasta yang merupakan mitra pemerintah Indonesia yang berkomitmen untuk menyelenggarakan kompetisi bertaraf internasional dan promosi pariwisata golf yang bertujuan untuk memperkenalkan keindahan alam Indonesia serta identitas pariwisata olahraga golf di Indonesia.

Aldo Josua, 2021

**DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK:  
STUDI KASUS PT. DAMAI INDAH GOLF PERIODE 2015 - 2018**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.respository.upnvj.ac.id](http://www.respository.upnvj.ac.id) ]

Terjadinya peningkatan pada jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada grafik 1.1 dan terjadinya penurunan jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia untuk bermain golf pada tahun 2015 – 2018 yang terletak pada grafik 1.2. Permasalahan yang diangkat oleh penulis ialah ketimpangan pada jumlah wisatawan yang meliputi dua aktor tersebut karena tidak berbanding lurus diantara keduanya. Batasan masalah yang dijabarkan oleh penulis adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam membantu meningkatkan industri pariwisata yang mengalami penurunan seperti yang ditandai dengan cabang pariwisata olahraga golf pada tahun 2015 – 2018 di PT. Damai Indah Golf serta upaya yang dilakukan PT. Damai Indah Golf sebagai penyelenggara acara. Maka dari itu terlihat bahwa adanya gap pada periode yang terjadi dan menimbulkan pertanyaan masalah: “Bagaimana Diplomasi Publik Indonesia Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Olahraga di Asia Pasifik melalui PT. Damai Indah Golf Periode 2015 – 2018?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dibuat, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan industri pariwisata olahraga golf dengan kerangka diplomasi publik yang didukung oleh PT. Damai Indah Golf sebagai salah satu pelaku industri sehingga terciptanya *nation branding* Indonesia dan pertumbuhan perekonomian nasional.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru mengenai analisa pada industri pariwisata yang bergerak di sektor swasta yaitu PT. Damai Indah Golf terhadap sasaran strategis Kementerian Pariwisata Indonesia. Saran yang diberikan oleh mitra pemerintah melalui pengadaan kompetisi bertaraf internasional sebagai bentuk diplomasi publik yang bertujuan untuk meningkatkan *branding* Indonesia di kancah internasional lewat program pengembangan destinasi pariwisata.

#### **b. Manfaat Praktis**

Aldo Josua, 2021

**DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK: STUDI KASUS PT. DAMAI INDAH GOLF PERIODE 2015 - 2018**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.respository.upnvj.ac.id](http://www.respository.upnvj.ac.id) ]

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pemerintah dalam mengamati perkembangan industri pariwisata yang bekerjasama dengan sektor swasta. Bagi sivitas akademika khususnya Hubungan Internasional diharapkan dapat memberikan bahan kajian dalam melaksanakan tugas perkuliahan.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Pemahaman mengenai penjelasan singkat isi penelitian yang dilakukan penulis dijelaskan dalam beberapa bab dan sub-bab sesuai pedoman skripsi. Berikut penjelasan setiap bab dan sub-bab nya:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bagian bab pendahuluan penelitian yang dijabarkan oleh penulis berisi penjelasan mengenai hal-hal yang mendasari diangkatnya masalah yang akan diteliti. Masalah penelitian tersebut dijabarkan kedalam beberapa sub-bab seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian bab tinjauan pustaka yang dijabarkan oleh penulis berisi penjelasan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki manfaat dan sudut pandangan lain terkait dengan penelitian penulis. Terdiri dari beberapa sub-bab seperti penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan alur pemikiran dan argument utama. Kerangka pemikiran yang dipakai oleh penulis meliputi dimensi diplomasi publik menurut Joseph Nye dan konsep pariwisata.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bagian bab metode penelitian yang dijabarkan oleh penulis berisi penjelasan mengenai teknik yang dipakai dalam menyelesaikan penulisan. Beberapa sub-bab di dalam metode penelitian terdiri dari pendekatan penelitian, jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV: GAMBARAN UMUM SEKTOR PARIWISATA INDONESIA DAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK**

Aldo Josua, 2021

*DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA DI ASIA PASIFIK: STUDI KASUS PT. DAMAI INDAH GOLF PERIODE 2015 - 2018*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.respository.upnvj.ac.id](http://www.respository.upnvj.ac.id) ]

Bagian bab gambaran umum pariwisata Indonesia yang dijabarkan oleh penulis berisi, kondisi pariwisata Indonesia, potensi pariwisata Indonesia, dinamika industri pariwisata olahraga Indonesia, kebangkitan industri pariwisata Indonesia, hubungan diplomatik Indonesia di kawasan Asia Pasifik, potensi pasar wisatawan dari kawasan Asia Pasifik bagi pariwisata Indonesia dan industri pariwisata olahraga di Asia Pasifik.

## **BAB V: UPAYA DIPLOMASI PUBLIK YANG DILAKUKAN PEMERINTAH INDONESIA TERHADAP PERKEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA OLAHRAGA**

Bagian bab upaya diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Indonesia melalui kementerian pariwisata terhadap industri golf berisi hal-hal yang berhubungan dengan komitmen pemerintah sebagai pemangku kepentingan yang membuat regulasi serta penetapan sasaran yang dituju. Terdapat sub-bab di dalam bab ini yaitu upaya yang sudah dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dan PT. Damai Indah Golf dalam analisa dimensi publik yang tujuannya meningkatkan *nation branding* pariwisata olahraga golf Indonesia dan memperkuat perekonomian nasional di Kawasan Asia Pasifik periode 2015 – 2018 beserta keseluruhan dampak yang diperoleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata Indonesia dan *stakeholder* lainnya dengan termasuk analisisnya terhadap konsep pariwisata.

## **BAB VI: PENUTUP**

Bagian bab penutup menjelaskan bagian akhir dari penelitian yang sudah dirangkum dari hasil pembahasan. Sub-bab dalam bagian penutup terdiri dari kesimpulan dan saran yang membangun pariwisata olahraga di Indonesia khususnya pada Kementerian Pariwisata Indonesia dan pelaku industri olahraga golf yang salah satunya dari PT. Damai Indah Golf sebagai industri golf yang bertanggung jawab dalam hal pelaksanaan program kerjanya untuk meningkatkan *nation branding* Indonesia dan mendorong perkembangan perekonomian nasional.