

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Perkembangan sektor pariwisata Indonesia mengalami momentum pada tahun 2015 – 2018 yang dimana dimanfaatkan oleh pemerintah Indonesia dan pelaku industri pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia periode 2015 - 2019 menjadi aktor utama yang berperan sebagai pembentuk kebijakan dan pengawas segala program dan kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku industri pariwisata. Rancangan startegis menjadi acuan bagi Kementerian Pariwisata dalam mengembangkan sektor yang berpengaruh besar dalam memperoleh perekonomian nasional dan citra positif pariwisata Indonesia. Deputi Pemasaran Pariwisata menetapkan target pasar utama selama periode 2015 – 2019 di kawasan Asia Pasifik. Salah satu sektor yang berpengaruh dan mengalami pertumbuhan paling cepat secara global yakni sektor pariwisata olahraga yang dimana menjadi salah satu pilihan Kementerian Pariwisata dan dibentuknya program khusus di berbagai daerah destinasi wisata yang potensial. Perkembangan pariwisata olahraga memiliki daya saing tinggi terlihat dari cabang olahraga seperti golf, balap sepeda, lari marathon, dan momentum perhelatan besar kompetisi olahraga Asian Games.

Sepanjang tahun 2015 – 2018 peningkatan wisatawan rata - rata dinilai meningkat dan diikuti dengan perolehan devisa negara yang diukur dari pendapatan domestik bruto Indonesia pertahun nya melalui kontribusi pariwisata olahraga. Permasalahan timbul pada tahun 2016 yang secara nasional perkembangan pariwisataolahraga dan berdampak pada pelaku industri golf yang salah satunya dari PT. Damai Indah Golf. Berbagai upaya dilakukan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia dilakukan karena momentum kebangkitan pariwisata masih sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan

perekonomian nasional dan proses pembentukan citra positif pariwisata olahraga Indonesia di dunia internasional. Diplomasi publik menjadi bagian dari upaya yang dilakukan Kementerian Pariwisata dan *stakeholder* lainnya yang memanfaatkan media sebagai sarana penyebaran informasi dan kegiatan promosi pariwisata ke wisatawan mancanegara secara khusus pada wisata olahraga golf

**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) ]

Upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia mengalami hasil yang sesuai dengan target. Apabila ditinjau dari dimensi diplomasi publik yakni *daily communication*, *strategic communication*, dan *development of lasting relationship* melalui pemikiran Joseph Nye terhadap setiap kegiatan promosi yang dilakukan sudah termasuk tahap berhasil menarik perhatian masyarakat Internasional untuk berwisata olahraga ke Indonesia. Kontribusi penuh dilakukan juga oleh PT. Damai Indah Golf melalui rangkaian *event* kompetisi bertaraf internasional yang disiarkan dan diberitakan di dalam media cetak serta media online. Pengembangan produk wisata olahraga juga sudah didukung dengan mempertimbangkan sisi *supply* dan sisi *demand* dengan tujuan atraksi wisata yang memberikan dampak positif pada perjalanan wisatawan asing ke Indonesia secara rutin.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, penulis menyampaikan saran kepada Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Perihal upaya yang telah dilakukan Kementerian Pariwisata Indonesia dan *stakeholder* lainnya sebagai pelaku industri serta masyarakat Indonesia dalam pengembangan pariwisata olahraga sebaiknya terus mempertahankan dan ditambahkan kerjasama dengan media ternama di Asia terkait program tv ataupun liputan langsung ke daerah – daerah wisata olahraga. Disamping itu, saran untuk pelaku industri yakni PT. Damai Indah Golf untuk terus mempertahankan media online setiap bulan nya dan menambah kegiatan pameran kebudayaan asli Indonesia pada saat *event* kompetisi bertaraf internasional berlangsung serta paket wisata yang melengkapi perjalanan wisata wisatawan.