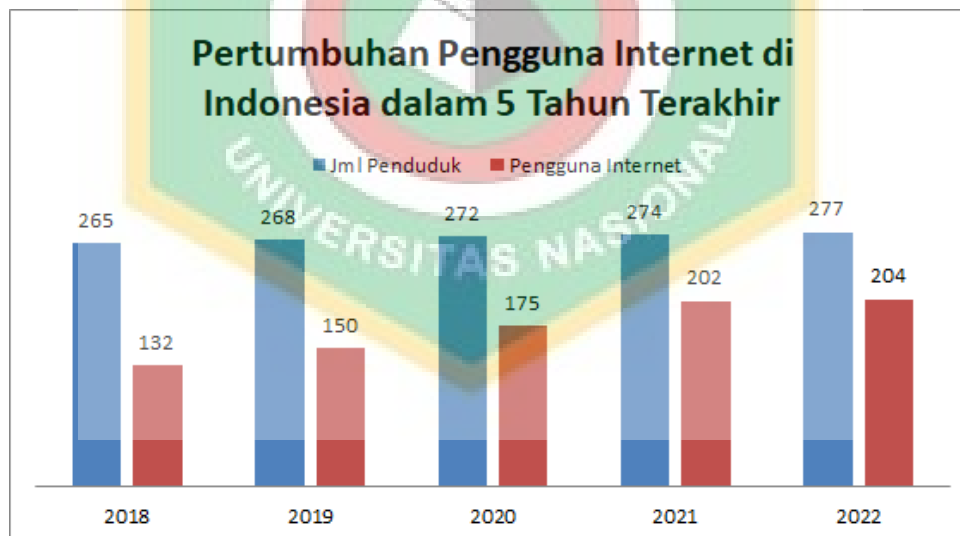


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia global di mana teknologi baru semakin dekat untuk tersedia, itu sudah menjadi kebutuhan tersendiri bagi lingkungan. Dengan berbagai teknologi yang dapat digunakan dalam berbagai cara untuk orang-orang di seluruh dunia. Hal ini menunjukkan semakin banyak orang yang menggunakan internet. Menurut informasi yang diperoleh dari Hootsuite, jumlah pengguna internet yang ke luar dari industri internet telah meningkat selama lima tahun terakhir.¹ Kini akses website semakin mudah dan mendukung berbagai aktivitas sosial, yang menandakan bahwa internet mulai merambah berbagai negara di berbagai belahan dunia melalui berbagai metode penetrasi internet. Dengan tingkat penetrasi internet yang bervariasi, internet mulai menyebar ke sejumlah negara di dunia.



Gambar 1. Grafik pertumbuhan pengguna Internet Indonesia dalam 5 tahun terakhir

¹ Dwi Andi Riyanto We are Social's Hootsuite: Digital Report for Indonesia in 2022. Pada 2 Januari 2023, diakses pada <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Saat ini untuk mengakses website dan mendukung berbagai kegiatan sosial, kebutuhan masyarakat terhadap internet semakin meningkat. Berbagai negara mulai terhubung ke jaringan internet dalam beberapa tahun terakhir, dengan tingkat penetrasi internet yang berbeda-beda di setiap negara. Dengan tingkat penetrasi internet yang bervariasi, internet mulai menyebar ke sejumlah negara di dunia. Sehingga lebih mudah untuk mengakses website dan mengikuti berbagai kegiatan sosial.

Informasi yang mengarah kepada diplomasi, sebelumnya diplomasi berjalan dengan tradisional. Diplomasi tradisional yang dimaksud adalah diplomasi yang hanya melibatkan pemerintah negara negara, seperti pertemuan PBB dan pertemuan lainnya yang membahas permasalahan tertentu untuk bertujuan perdamaian. Dalam menjalani diplomasi tradisional pada saat ini dianggap tidak cukup membantu dalam menyampaikan pesan permasalahan ke negara-negara lain. Namun disisi lain dengan teknologi informasi yang mengikuti zaman, diplomasi modern menjadi media baru untuk penyampaian pesan.

Diplomasi modern dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat untuk menyampaikan informasi atau isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan, ekonomi, hak asasi manusia dan budaya. Saat menggunakan media sosial, para pemimpin dunia menggunakannya untuk berkomunikasi dengan baik. Melihat evolusi permasalahan dunia, dengan keberagaman diplomasi sebagai percakapan dan akomodasi antar negara. Namun diplomasi seringkali membutuhkan media untuk mendorong soft diplomacy, salah satunya adalah penggunaan alat budaya. Menurut Goff pada tahun 2013, diplomasi budaya ini berpihak pada soft power dan hard power, karena beroperasi dengan daya tarik dan bukan dengan paksaan. Saat ini,

globalisasi mendukung masyarakat informasi dan diplomasi jaringan, serta diplomasi budaya sebagai sarana komunikasi yang penting.²

Dalam suatu bangsa perlu melakukan suatu gerakan atau sebuah kebijakan dalam meningkatkan kualitas diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah dan sekelompok masyarakat. Negara menggunakan diplomasi bertujuan untuk mementingkan kepentingan domestik budaya di dunia internasional. Diplomasi budaya dapat dipahami sebagai suatu bangsa untuk mempertahankan kepentingan melalui bidang budaya.³ Pada umumnya diplomasi budaya dipandang sebagai bagain penting dalam meningkatkan persaingan yang ketat antar negara pada bidang tertentu, bertujuan untuk memajukan dan mempertahankan kepentingan nasionalnya.

Salah satu perkembangan pesat dalam hubungan internasional adalah munculnya diplomasi budaya. Karena dianggap mampu membangun kondisi yang diperlukan untuk menegaskan kepentingan nasional, diplomasi budaya merupakan salah satu jenis diplomasi yang digunakan oleh hampir setiap bangsa di dunia saat ini. Ketika suatu bangsa mampu memanfaatkan aset budayanya, maka bekerja dengan baik. Akibatnya, aset terpenting dalam hubungan internasional adalah kapasitas bangsa untuk memanfaatkan perangkat budaya.⁴ Maraknya diplomasi budaya merupakan salah satu perubahan pesat dalam hubungan internasional. Diplomasi budaya merupakan jenis diplomasi yang digunakan oleh hampir setiap bangsa di dunia saat ini karena dianggap mampu menciptakan kondisi yang diperlukan untuk menegaskan kepentingan nasional. Sebuah bangsa berkinerja baik ketika mampu

² Sophia Bernadette, Riska Septiana, & Indra Kusumawardhana. 2022. Music Matters: Diplomasi Budaya Indonesia terhadap Negara di Kawasan Pasifik Melalui 'the Symphony of Friendship' di Selandia Baru. Indonesian Perspective, Vol. No.2 (Juli-Desember 2022). Hlm 206

³ Ramly Nadjauddin. 2018. Pendoman Diplomasi Budaya, Jakarta: Kementrian Pendidikan Dan kebudayaan, hlm 11-17

⁴ Erik Pajtinka. 2014. Cultural diplomacy in theory and practice of contemporary international relations. Politické Vedy, 17(4), Hlm 96

memanfaatkan sumber daya budayanya. Akibatnya, kemampuan suatu bangsa untuk memanfaatkan perangkat budaya merupakan aset terpenting dalam hubungan internasional.

Sebagai negara yang memiliki penduduk terbesar 4 di dunia, Indonesia memiliki potensi besar terhadap masa depan, karena salah satu yang menjadi faktornya adalah sektor pariwisata yang merupakan sektor paling strategis dalam pembangunan industri kreatif. Industri kreatif memberikan peluang bagi Indonesia untuk mendorong pembangunan ekonomi inklusif di masa depan. Dengan menggunakan sektor pariwisata sebagai platform, Pemerintah Republik Indonesia yang lebih baik dalam mengumpulkan sumber devisa dan mengatasi masalah sosial ekonomi. Sektor pariwisata berkembang pesat, menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor utama perekonomian nasional. Selain itu, Peran sektor pariwisata dalam perekonomian juga dinilai penting, sebagai sumber devisa dan peluang ekonomi lainnya.⁵

Negara Indonesia merupakan negara kesatuan yang memiliki sumber daya alam yang sangat luas dan memiliki beragam suku, kepercayaan, ras, seni, dan budaya. Indonesia terkenal sebagai negara yang memiliki budaya yang kental pada tradisional, seringkali kebudayaan Indonesia mendahulukan adat istiadat yang ada sebagai keunikan di setiap daerah pada bagian Indonesia. Indonesia juga menjadi negara yang memanfaatkan seluruh kebudayaan sebagai bentuk negara kesatuan nasional dan memperkenalkan budaya kepada mancanegara. Dalam mengembangkan kebudayaan suatu negara, membutuhkan masyarakat dalam negara tersebut disetiap perubahan.

Sebagai negara berkembang, negara Indonesia memiliki tujuan nasional yang sama dengan negara berkembang lainnya yaitu memajukan sektor-sektor yang berpengaruh terhadap negara, salah satunya adalah industri pariwisata. Sektor pariwisata dapat dilihat sebagai mesin

⁵ Wicaksono, Baghas Budi. 2022. "Pengaruh Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar Terhadap Perkembangan Pariwisata di Indonesia." Universitas Buddhi Dharma : Journal Economic And Strategy (JES), Vol. 3, No 1. Hlm 14

pembangunan ekonomi tanpa banyak investasi, dengan mengandalkan keindahan dan kekayaan alam yang dimiliki. Wisata alam dan budaya menjadi salah satu aset utama pengembangan pariwisata, yang melekat dari Indonesia. Dalam pertumbuhan perekonomian setiap negara sangat penting untuk kepentingan nasional, terutama negara maju yang memiliki sumber daya alam seperti Indonesia ini banyak sudah sering menjadi tujuan para wisatawan untuk berkunjung.

Oleh karena itu, Indonesia memiliki peluang besar untuk menarik lebih banyak kunjungan mancanegara dari sektor pariwisata. Seringkali berasal dari negara maju atau negara yang membawa pengaruh tinggi dalam berkerjasama dan bertukar pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata merupakan sektor industri yang mempengaruhi ekonomi sebuah khususnya negara berkembang, sehingga mendorong perubahan ekonomi.⁶ Diplomasi suatu yang penting untuk meningkatkan *people to people contact* dan menghasilkan opini yang positif pada publik atau masyarakat di negara lain melalui interaksi dengan kelompok kepentingan. Maka, diplomasi membutuhkan keterampilan komunikasi lintas budaya yang berkaitan dengan perubahan sikap masyarakat asing. Sehingga dari perubahan tersebut dapat mempengaruhi masyarakat internasional.⁷

Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Menurut World Travel and Tourism Council (WTTC), total kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB domestik tahun 2014 pada tahun 2015 terhadap dampak ekonomi perjalanan dan pariwisata di Indonesia sebesar 9,3% dari total PDB atau sebesar Rp 946,1 juta. adalah sebuah tanda. Angka itu meningkat dibandingkan 9,2% dari total PDB tahun lalu atau 886,7 triliun. Pada tahun 2015, sektor pariwisata menyumbang sekitar US\$1.012,7 triliun terhadap total PDB, tumbuh 7%. Tenaga kerja yang diserap dari

⁶ Helmi Aliansyah, & Wawan Hermawan. 2019. Peran Sektor Pariwisata pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Bina Ekonomi, Vol 23(1), hlm 39-.43

⁷ Sukawarsini Djelantik. 2008, .Diplomasi antara teori dan Praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm 187

sektor pariwisata juga meningkat secara signifikan. Menurut WTTC, total kontribusi sektor pariwisata terhadap lapangan kerja pada tahun 2014 adalah 9,8 juta (8,4% dari total lapangan kerja). Kontribusi ini diharapkan meningkat sebesar 3,3% pada tahun 2015 atau menampung 10,1 juta tenaga kerja di sektor pariwisata. Kontribusi ini dapat lebih ditingkatkan dengan mempertimbangkan faktor daya saing tujuan wisata seperti sumber daya wisata alam, budaya, sejarah dan harga.⁸

Namun beberapa waktu yang lalu, dunia internasional dibuat gaduh terhadap fenomena penyakit yang membutuhkan pemulihan yang serius, penyakit itu dinamakan covid-19. Pada tahun 2020 mulai menyebar luas hingga keseluruhan negara termasuk Indonesia, penyakit ini diperlukan penanganan yang khusus, sehingga setiap negara memutuskan untuk menjalankan pemeriksaan lebih terhadap perjalanan dua negara untuk mengurangi penularan covid-19. Hingga tahun 2021 setiap negara mulai menata kembali sektor-sektor yang berdampak pandemi, untuk negara Indonesia masih siaga 1 yang artinya penyakit covid-19 masih diperlukan penanganan dari sektor pariwisata.

Melalui daya tarik mulai budaya, alam, dan wisata, industri pariwisata di suatu daerah berpotensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, pengembangan adalah prosedur dan metode untuk pertumbuhan bisnis. Pengembangan daerah kecil bertujuan untuk menunjukkan kekuatan dari desa, agar pembangunan daerah sesuai dengan daya tarik yang ingin ditunjukkan. Perlu pengetahuan yang mendetail tentang karakteristik, kekuatan, dan kelemahan desa. Setiap tempat wisata yang ramai pengunjung membuat lingkungan, keamanan, dan kebersihan menjadi diperhatikan. Peraturan kesehatan harus dipatuhi di semua lokasi dan kegiatan, terutama di masa pandemi Covid-19, dengan peraturan tersebut berfungsi

⁸ Direktorat Jendral Anggaran. 2016. Efektivitas Alokasi Anggaran Kementerian Pariwisata terhadap Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara. Diakses <https://anggaran.kemenkeu.go.id/in/post/efektivitas-alokasi-anggaran-kementerian-pariwisata-terhadap-kunjungan-wisatawan-mancanegara-dan-wisatawan-nusantara>. Pada 31 Januari 2023

untuk mendukung industri pariwisata dalam melakukan kegiatan yang mengarah pada pengembangan suatu destinasi karena pariwisata merupakan kegiatan yang melibatkan banyak orang. Maraknya pariwisata ke Bali telah membawa dampak positif, termasuk penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat Bali. Berbagai usaha telah berusaha untuk mempercantik kawasan dengan memulai pengembangan pariwisata sesuai dengan pemanfaatan kawasan sebagai hasil dari berkembangnya daya tarik wisata alam di Bali.⁹

Sejak tahun 2020 tepatnya pada bulan Februari jumlah wisman yang masuk ke Indonesia turun signifikan, hingga terendah yaitu hanya sebanyak 158.000 wisman pada bulan April. Secara keseluruhan, jumlah wisman yang masuk ke Indonesia tahun 2020 sebanyak 4,052 juta orang, meningkat dari tahun 2019 yang mencapai sekitar 75% selama setahun penuh. Ini terbukti dengan adanya penutupan akses penerbangan internasional, sehingga mempengaruhi pendapatan pemerintah di sektor pariwisata.¹⁰ Dalam forum tersebut, Sandiaga Salahuddin Uno, Menteri Pembangunan Sub Destinasi dan Infrastruktur Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif (Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif Republik Indonesia) mengatakan, "Dampak pandemi terhadap pariwisata dan ekonomi telah dahsyat, dan dampak wisata outbound sangat dahsyat. Penurunannya mencapai 75%, sedangkan pariwisata domestik sekitar 30%. Dari 34 juta orang yang bekerja di industri pariwisata dan kreatif, lebih dari 2 juta orang kehilangan pekerjaan."¹¹ Artinya, sektor pariwisata merupakan salah satu bidang kepentingan nasional.

⁹ I Made Suidarma., & Ni Nyoman Afrita. 2021. Upaya Meningkatkan Sektor Pariwisata Melalui Pengembangan Chse (Cleanliness, Health, Safety, Environment) Dalam Kawasan Pantai Jimbaran. *Abdimas Universal*, 3(1), hlm 55

¹⁰ Kementerian Pariwisata dan Kreatif, 2021, diakses <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi> pada 24 Januari 2023

¹¹ Universitas Terbuka, 2021, *Pariwisata dan Industri Kreatif : Peluang dan Tantangan pada masa dan pasca Covid-19* diakses <https://www.ut.ac.id/berita/2021/08/pariwisata-dan-industri-kreatif-peluang-dan-tantangan-pada-masa-dan-pasca-covid-19> pada 12 Januari 2023

Dalam mendorong perubahan ekonomi dengan menggunakan perubahan diplomasi Indonesia pada digital ini bukan berarti merubah seluruhnya mengganti budaya yang sudah ada tetapi, menghidupkan kembali menjadi hal yang baru dan memperkuat soft power untuk budaya Indonesia. Dalam setiap perubahan dalam diplomasi budaya Indonesia perlu peranan masyarakat yang menginginkan perubahan, dengan begitu tidak hanya negara asing yang merasakan indahnya budaya Indonesia tetapi masyarakat Indonesia sendiri menjadi bangga akan kekayaan alam yang melimpah.

Kebudayaan Indonesia dikenal dan dicirikan sebagai negara yang kaya pada warisan budaya. Kebudayaan sendiri merupakan suatu kebiasaan hidup bersama sebagai suatu masyarakat dalam siklus globalisasi yang terus berubah dan globalisasi cenderung memiliki ciri khas tersendiri.¹² Kebudayaan juga sangat dekat dengan masyarakat, oleh karena itu, menurut Merville J. Herskovits dan Bronislaw Malinowski berpendapat bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri, yang disebut dengan determinisme kebudayaan.¹³ Begitu pula dengan Indonesia yang memanfaatkan zaman teknologi sebagai mendiplomasikan kebudayaannya melalui platform youtube, yang menjadi sarana untuk memperkenalkan budaya.

Sebagai masyarakat yang wajib mempromosikan atau memperkenalkan negaranya kepada negara lain, Indonesia memanfaatkan digital sebagai diplomasi melalui sebuah platform youtube. Pada tahun 2021 sebuah pertunjukan yang berisikan beragam kebudayaan Indonesia di perkenalkan dengan bertajuk Wonderland Indonesia, berawal dari sebuah konten creator bernama Alfi Reff, yang melihat melihat kota Bali yang sepi oleh wisatawan. Namun ditengah negara yang masih berduka atas pandemi covid-19 yang memberikan dampak buruk terhadap

¹² Muhammad Bahar Akkase Teng. 2017. "Filsafat kebudayaan dan sastra (dalam perspektif sejarah)". Jurnal ilmu budaya . Vol.5. Hlm. 71

¹³ Desy Karolina, & Randy. 2021. *Kebudayaan Indonesia*. Bojongsari: Eureka Media Aksara. Hlm 1

setiap sektor, terutama sektor pariwisata. Selain itu, Wonderland Indonesia mendapat dukungan dari Kementerian Pendidikan Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek).¹⁴

Sebagaimana seharusnya dalam mengembangkan dan menggunakan aset budaya (local knowledge/ local geniuceses) terhadap era globalisasi yang pada saat ini berkembang. Oleh karena itu, penting untuk memahami budaya lokal negeri ini dan mengembangkan karya-karya yang diharapkan dapat menjawab tantangan budaya di era global.¹⁵ Dengan menggunakan teknologi generasi muda lebih dimudahkan terhadap kebebasan mengakses untuk mencari informasi. Dengan begitu negara Indonesia memanfaatkan moment dengan fenomena memperkenalkan budaya Indonesia sebagai Wonderland Indonesia.

Anak bangsa menciptakan Wonderland Indonesia, sebuah video yang menampilkan keindahan Indonesia, negara yang tidak hanya luar biasa tetapi juga disebut sebagai "negara ajaib" karena banyaknya keajaiban yang jarang ditemui. Banyak segi budaya Indonesia yang diwakili di Indonesia Wonderland antara lain lagu daerah, pakaian adat, alat musik, dan rumah adat dari berbagai provinsi di Indonesia. Wonderland Indonesia pertama kali ditayangkan di YouTube pada 17 Agustus 2021, Namun, pada 25 Januari 2023, mencapai 46,5 juta pengguna dari seluruh dunia dan menjadi tren populer pertama di sana, terutama di kategori musik. Sebuah medley musik yang terdiri dari sembilan lagu daerah dan satu lagu nasional di Indonesia digabungkan menjadi satu.¹⁶

Wonderland ini menjadi pemandangan yang patut disaksikan pada upacara ASEAN Para Games (APG) 2022 di SOLO City, yang dihadiri oleh Presiden Jokowi dan Wakil Wakil Kota

¹⁴ Ady Prawira riandi. 2021. "Alffy Rev Tak sangka Proyek Wonderland Kementerian Ristek." Diakses <https://www.kompas.com/hype/read/2021/09/20/182332666/alfy-rev-tak-sangka-proyek-wonderland-indonesia-didukung-kemendikbud>. pada 15 Desember 2022

¹⁵ Women, United. Nations Educational, & UNICEF. (2018). International technical guidance on sexuality education: an evidence-informed approach. UNESCO Publishing. Hlm 17

¹⁶ Ferdian Ahya Al Putra, Wonderland Indonesia dalam Diplomasi Budaya di Era Digital, 2021. Pada 24 Januari 2023, dapat dilihat di <https://kumparan.com/ferdian-ahya-al-p/wonderland-indonesia-dalam-lensa-diplomasi-budaya-di-era-digital-1wOZIM3yN4O>.

Gibran Rakabumi, dengan kapasitas 10.000 penonton. Pesta olahraga ini dirayakan oleh atlet dari 11 negara, dengan Indonesia keluar sebagai juara umum dengan total 426 medali, termasuk 175 emas, 113 perak, 107 perunggu.¹⁷

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, peneliti dapat meneliti mengenai Diplomasi Indonesia Melalui Youtube Wonderland Indonesia Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata. Maka pada penelitian ini lebih menjelaskan secara spesifik menelaah penelitian, dengan menggunakan tiga teori yaitu Soft Power, diplomasi budaya dan diplomasi digital. Hadirnya teknologi yang semakin maju sehingga memudahkan negara Indonesia, untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada dunia.

Budaya dalam hubungan internasional sering di perkenalkan hanya sebatas pada pertunjukan seni seperti perjalanan seni ke luar negeri dan pameran seni, namun budaya dapat menjadi permasalahan utama di hubungan internasional. Dalam kata lain seperti interaksi antar sesama manusia, perlu adanya pemahaman terhadap orang asing, sehingga berinteraksi dengan orang-orang dari negara lain, penting nya mengenal budaya negara lain. Dan memperkenalkan budaya dapat menjadi *nation branding* sebagai strategi diplomasi negara Indonesia.

Dengan ini peneliti dapat meneliti bertujuan untuk melihat bagaimana sebuah negara berkembang mendiplomasi dengan memperkenalkan budaya serta memposisikan kepada negara lain, demi pertumbuhan perekonomian negara dan kepentingan nasional. Dalam penelitian ini berfokus kepada peran platform youtube menjadi sarana atau media diplomasi dari sebuah budaya negara Indonesia, dan tujuan lain terhadap penelitian ini mencari tahu bagaimana peningkatan sektor pariwisata terhadap Wonderland Indonesia.

¹⁷ Diva Lufiana Putri. Klasemen ASEAN Para Games 2022, Indonesia Juara Umum diaskes. Pada 24 Januari 2023 Diakses <https://www.kompas.com/tren/read/2022/08/06/120300265/klasemen-asean-para-games-2022-indonesia-juara-umum?page=all>.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah atau data yang diuraikan, dapat diperoleh masalah sebagai berikut: Pertama, data Kemenparekaraf menunjukkan bahwa pada sektor pariwisata yang mengalami penurunan akibat pandemi, sedangkan sektor pariwisata merupakan sektor paling penting dalam meningkatkan pariwisata negara serta paling berpengaruh pada perekonomian negara. Kedua, mempromosikan kebudayaan Indonesia pada saat ini memanfaatkan media sosial penggunaan teknologi semakin berkembang, untuk peningkatan industri sektor pariwisata.

Dalam penelitian ini cenderung lebih kepada mempromosikan dan memperkenalkan kebudayaan Indonesia yang memanfaatkan platform youtube sebagai media diplomasi, di era digital yang telah merubah sebuah budaya saat beradaptasi dengan perkembangan generasi. Penelitian ini juga lebih memfokuskan kepada tahun 2020-2021, setiap negara mencoba memulihkan masalah sektor pariwisata dari dampak pandemi. Begitu pula dengan Indonesia yang mempromosikan pariwisata dengan cara memvisualisasikan keindahan alam Indonesia.

Oleh karena itu, terdapat masalah pokok pada pembahasan dalam penelitian ini adalah terletak pada pengaruh terhadap memperkenalkan budaya Indonesia dengan memanfaatkan platform, dalam era digital yang memanfaatkan segala sesuatu salah satunya menggali atau mencari informasi. Serta dalam perkembangan ekonomi berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat. Mempromosikan tidak hanya melalui sebuah tampilan atau suatu yang hanya bisa dipertunjukkan, namun bisa dijadikan sebuah jalur efektif untuk menaikkan perekonomian sektor-sektor negara melalui pariwisata. Berdasarkan masalah-masalah yang di paparkan oleh peneliti, telah ditemukan sebuah pertanyaan yang diajukan yaitu: Bagaimana Indonesia melakukan diplomasi budaya melalui Wonderland Indonesia dan pengaruh perkembangan sektor pariwisata terhadap perekonomian di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan secara ringkas dan deskriptif, bagaimana menjelaskan diplomasi budaya Indonesia melalui sebuah platform digital, sehingga dapat meningkatkan sektor industri yang bergerak dalam pariwisata. Dalam penelitian ini berfokus kepada peran platform youtube menjadi sarana atau media diplomasi dari sebuah budaya negara Indonesia, dan tujuan lain terhadap penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana peningkatan sektor pariwisata ke Wonderland Indonesia. Seperti yang terlihat beberapa dampak sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini menerapkan secara teoritis dan praktis yang dijelaskan di bawah ini:

1. Dalam menerapkan teoritis memberikan keuntungan kontribusi kepada pengembangan teori – teori yang digunakan yaitu soft power diplomasi budaya dan diplomasi sebagai bagian dari kekuatan suatu negara di dunia internasional dalam mempertahankan pelestarian budaya dan meningkatkan perekonomian.
2. Untuk kegunaan praktis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan gagasan yang lebih luas bagi peneliti. Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi pembaca untuk berinovasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan pendekatan tiga bagian, yaitu pendahuluan, tubuh, dan kesimpulan. Termasuk alat antarmuka, ringkasan dan pengantar. Untuk membagi isi bab-bab penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pengenalan dan prinsip dasar dari penelitian ini dijelaskan dalam bab pertama. Penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah penulis dalam bentuk pertanyaan

yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, tujuan peneliti, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan semuanya tercakup dalam bab ini dari studi.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Tinjauan literatur menjelaskan teori dan data yang mendukung penelitian ini di bab kedua. Bab ini lebih fokus menjelaskan deskripsi atau ulasan terkait diplomasi budaya Indonesia. Kerangka dalam penelitian ini digunakan secara bebas oleh peneliti tanpa membatasi makna dan tujuan yang menjadi acuan peneliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Selanjutnya bab ketiga memaparkan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penggunaan metode kualitatif. Dalam menggunakan metode penelitian melibatkan pendekatan, determinan penelitian, identifikasi informan, teknik penelitian data, teknik analisis dan aspek, dimensi dan parameter penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Selain itu, hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, serta dalam bab ini merupakan temuan-temuan yang peneliti temukan. Bab ini merupakan bagian penting dari penelitian.

BAB V DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI YOUTUBE WONDERLAND INDONESIA DALAM MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA

Pada bab lima ini adalah analisis dari hasil penemuan peneliti dalam penelitian ini.

BAB VI PENUTUP

Dan pada bab enam yang merupakan sebuah kesimpulan dan beberapa saran dari yang sudah di paparkan oleh penulis. Pada bagian akhir, yaitu merupakan bagian daftar pustakan dan lampiran-lampiran yang menguatkan data analisis.