

**UPAYA DIPLOMASI PUBLIK PROVINSI KEPULAUAN RIAU DALAM RANGKA  
MENJADIKAN PROVINSI KEPULAUAN RIAU SEBAGAI DESTINASI  
PARIWISATA INTERNASIONAL TAHUN 2016-2019**

Jaya Hermawan<sup>1</sup>, Oksep Adhayanto<sup>2</sup>, Dhani Akbar<sup>3</sup>

jayahermawanofficial@gmail.com

Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Maritim Raja Ali Haji

**Abstract**

*This research aims to understand the public diplomacy effort of Riau Islands Province in making Riau Islands Province as international tourism destination, within year 2016 to year 2019 timeframe. This research employ Ellen Huijgh's framework of public diplomacy evaluation. The research method used is qualitative, with data collected from library research as well as fieldwork by interviewing several informants related to research problem. The result shown that in term of creation of structure and strategy, the effort is well performed with the Tourism Office as main unit which achieved good result in its tasks and function. In system creation, the result was not done in a comprehensive manner since the system was put on partially. On to the image building aspects, was performed successfully, looking at various promotion and image branding programs. In the network building, there are problems related to coordination and different aims and purposes among stakeholders. As for the multi-actors development, there were problems related to burden sharing and role distribution which affected works of actors in developing dynamic system of cooperation. Thus it can be concluded that two out of five aspects were performed well. The public diplomacy effort proven to have good foundation but lack systematic aspects.*

*Keywords: Public Diplomacy, Local Government, Tourism, Branding*

**I. Pendahuluan**

Dalam hubungan internasional, setiap negara di dunia pasti melakukan diplomasi dengan negara lain untuk mencapai sebuah kepentingan nasional. Salah satu dari upaya diplomasi yang dijalankan oleh banyak negara di dunia adalah dengan memanfaatkan sektor pariwisata yang bertujuan untuk memberikan gambaran dan citra positif sebuah negara kepada dunia internasional. Upaya diplomasi untuk meningkatkan citra positif ini dikenal secara umum sebagai diplomasi publik (public diplomacy).

Pariwisata dianggap efektif dalam praktik diplomasi karena pelaksanaannya yang tanpa paksaan, dan keyakinan bahwa pariwisata lebih mudah diterima oleh masyarakat karena mengandung nilai-nilai yang universal seperti nilai budaya, tradisi, agama, estetika, bangunan-bangunan peninggalan sejarah maupun bangunan modern yang unik sehingga mampu menarik masyarakat dunia. Pariwisata menjadi salah satu kajian dalam Ilmu Hubungan Internasional karena bisa dilihat dari aktor, kegiatan, dan tujuan yang ingin dicapai dimana aktornya sebagai subyek atau obyek adalah negara atau non-negara. Pariwisata merupakan media yang dapat memberikan pengaruh pada perubahan budaya dalam hubungan internasional dimana terjadi pertukaran informasi di dalamnya.

Provinsi Kepulauan Riau (Kepri) memiliki letak geografis yang strategis, karena berbatasan dengan negara tetangga Singapura, Malaysia, Kamboja, dan Vietnam. Dengan letak lokasi yang strategis tersebut, Provinsi Kepulauan Riau juga memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata. Provinsi Kepulauan Riau memiliki sumber daya pariwisata yang berlimpah di antaranya sumber daya wisata alam, sejarah, budaya, dan keunggulan komparatif masing-masing daerah Kabupaten/Kota. Maka pembangunan di sektor pariwisata haruslah menjadi perhatian penting bagi pemerintah daerah untuk mengoptimalkan potensi pariwisata tersebut, sebagai peluang ekonomi baru dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan daerah.

Walaupun berada di wilayah perbatasan, dekat dengan Singapura dan Malaysia serta memiliki kunjungan wisatawan mancanegara terbesar kedua setelah Bali, dari sisi kebijakan pariwisata masih banyak mengalami kendala. Pertama masih terdapat beberapa kendala terkait pariwisata yang ada di Provinsi Kepulauan Riau, baik itu dari segi ketersediaan dan konektivitas infrastruktur yang belum memadai sebagai penunjang pariwisata yang berkualitas. Pengembangan destinasi pariwisata baru masih belum optimal. Masih belum bersinerginya kemitraan pemasaran antar mata rantai usaha pariwisata. Strategi komunikasi pemasara promosi wisata masih berjalan parsial. Sumber daya manusia pariwisata yang terbatas baik kualitas maupun kuantitas. Kemudian penyelenggaraan dan pemanfaatan penelitian yang masih belum optimal. Koordinasi dan sinkronisasi pembangunan lintas sektor dan regional yang belum efektif. Kurangnya perluasan dan penetrasi pasar bagi produk dan jasa kreatif di dalam dan luar negeri serta minimnya akses pembiayaan pelaku sektor ekonomi kreatif. Namun demikian perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan kesempatan untuk meningkatkan citra pariwisata Provinsi Kepulauan Riau sebagai salah satu upaya mendasar dalam mewujudkan Kepulauan Riau sebagai Destinasi Pariwisata Internasional.

*Soft Power* merupakan sebuah konsep yang dikembangkan oleh Joseph Nye dari Harvard University untuk menjelaskan bahwa kemampuan untuk menarik dan berkooperasi bukan dengan paksaan (*hard power*), menggunakan kekuatan maupun menggunakan uang sebagai alat melakukan persuasi. *Soft power* adalah kemampuan untuk membentuk persepsi orang lain melalui kemampuan dan daya tarik yang kita punya. Ciri-ciri *soft power* adalah dilakukan tanpa paksaan. Baru-baru ini, istilah juga telah digunakan dalam mengubah dan mempengaruhi opini sosial dan publik melalui saluran yang relatif kurang transparan dan proses lobi melalui organisasi politik dan non-politik yang kuat. Joseph Nye memperkenalkan istilah ini dalam bukunya yang terbit tahun 1980, *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. Dalam buku ini, ia menulis “*when one country gets other countries to want what it wants-might be called co-optive or soft power in contrast with the hard or command power of ordering others to do what it wants.*” Atau singkatnya *Soft power diplomacy* ini berlawanan dengan *hard power diplomacy* yang cenderung menggunakan aksi dan kekerasan untuk mempengaruhi pihak yang dituju sesuai dengan yang kita inginkan. Dalam bukunya, Nye berpendapat bahwa *soft power* adalah saluran diplomasi yang lebih sulit bagi pemerintah untuk dikendalikan daripada *hard power*, karena banyak sumber daya kritis yang berada di luar kendali pemerintah dan *soft power* cenderung “bekerja secara tidak langsung dengan membentuk lingkungan untuk mengikuti kebijakan dan kadang-kadang memakan waktu bertahun-tahun untuk mencapai hasil yang diinginkan. Nye juga mengklaim bahwa *soft power* tidak bertentangan dengan teori hubungan internasional realisme.

Diplomasi Publik adalah proses komunikasi pemerintah terhadap publik internasional yang bertujuan untuk memberikan pemahaman ataupun informasi mengenai sebuah negara, budaya, kepentingan nasional ataupun kebijakan negara tersebut. Diplomasi publik tidak hanya tertuju pada publik internasional tetapi juga dituju kepada publik domestik karena didalam proses diplomasinya tidak hanya di luar negeri tetapi juga di dalam negeri. Maka, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, informasi serta mempengaruhi publik di luar negeri.

Diplomasi publik mensyaratkan kemampuan komunikasi antar budaya karena terkait dengan perubahan sikap masyarakat, saling pengertian dalam melihat persoalan-persoalan politik luar negeri. Pada era informasi, pendapat masyarakat dapat secara efektif mempengaruhi tindakan pemerintah.

Dengan demikian, karakteristik dunia seperti ini membutuhkan manajemen informasi untuk menyatukan masalah-masalah domestik dan internasional. Diplomasi publik sendiri terbentuk karena keadaan dunia yang sudah tidak lagi setegang masa perang dunia. Pada zaman yang sudah lebih tenang ini, pemerintah dituntut untuk tetap dapat menjalin hubungan yang baik dengan pihak luar, dengan cara yang lebih lunak dan mengedepankan prinsip perdamaian dunia.

Dalam penelitian ini menggunakan teori yang ada dalam bab “The Public Diplomacy of Federated Entities: Examining the Quebec Model” Ellen Huijgh menjelaskan model evaluasi terhadap pelaksanaan Diplomasi Publik oleh aktor non-negara yang memiliki derajat otonomi tersendiri. Terdapat lima dimensi dalam melihat bagaimana aktor sub-negara ini menjalankan diplomasi publik, yaitu Penciptaan Struktur dan Strategi, Pembangunan Sistem, Pembangunan Citra, Pengembangan Jejaring, Pembangunan Model Multi Aktor.

Pada saat ini pariwisata menjadi faktor penting dalam mendukung maju nya sebuah Negara. Indonesia menjadi salah satu Negara yang sering di kunjungi oleh wisatawan mancanegara. Provinsi Kepulauan Riau yang letak geografisnya sangat strategis memiliki potensi pariwisata yang tidak kalah menarik dengan daerah lain. Berdasarkan hal tersebut, muncul lah pertanyaan yang dicoba untuk di jawab dalam penelitian ini adalah Bagaimana Upaya Diplomasi Publik oleh Provinsi Kepulauan Riau untuk mewujudkan Kepulauan Riau Sebagai Destinasi Pariwisata Internasional tahun 2016-2019? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Diplomasi Publik oleh Provinsi Kepulauan Riau untuk mewujudkan Kepulauan Riau Sebagai Destinasi Pariwisata Internasional tahun 2016-2019.

## II. Metode Penelitian

Penelitian ini lebih banyak menggunakan teknik pengumpulan data wawancara terutama dengan pihak-pihak yang bersinggungan langsung dengan sektor pariwisata, yaitu Dinas Pariwisata Kepulauan Riau. Wawancara tersebut nantinya didukung dengan literatur atau studi dokumen. Menurut Sugiyono, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dari pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian dan memberikan informasi bagi proses penelitian. Kredibilitas dari hasil penelitian kualitatif ini semakin tinggi jika menggunakan studi dokumen ini dalam metode penelitian kualitatifnya.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif. Miles dan Huberman dalam bukunya “Quantitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook” menjelaskan bahwa secara umum, proses analisis data kualitatif melibatkan empat proses penting. Keempat proses dalam analisis data kualitatif ini dapat dilakukan secara berulang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Proses-proses tersebut terdiri dari:

1. Pengumpulan data, dimana data yang berkaitan dengan konsep diplomasi publik dan kebijakan terkait pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dikumpulkan dengan memanfaatkan beberapa sumber berbeda seperti hasil wawancara, dokumen tertulis, serta sumber pustaka lainnya untuk kemudian diuji kebenaran data dan informasinya;
2. Reduksi data, yaitu memilih, menyederhanakan, dan mengabstrakkan data dan informasi yang sekiranya dapat berguna untuk membahas dan menganalisis kebijakan terkait pariwisata Provinsi Kepulauan Riau sebagai implementasi dari konsep diplomasi publik;
3. Penyajian data, dalam proses ini data dan informasi yang telah diperoleh dan dipilih disajikan untuk kemudian digunakan dalam melakukan analisis topik pada penelitian ini;
4. Verifikasi serta penarikan kesimpulan, merupakan tahapan menarik kesimpulan setelah analisis data telah dilakukan untuk memberikan verifikasi apakah konsep diplomasi publik dalam kebijakan terkait peningkatan pariwisata Provinsi Kepulauan Riau ini telah diimplementasikan secara benar.

### III. Hasil dan Pembahasan

Provinsi Kepulauan Riau terletak berbatasan dengan negara tetangga Singapura, Malaysia, Vietnam, Kamboja dan juga di lalui rute pelayaran Internasional yaitu, Selat Malaka yang memberikan akses pelayanan pasar keseluruh dunia. Selain letak lokasi yang strategis tersebut, Kepulauan Riau juga memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata, memiliki sumberdaya pariwisata yang berlimpah di antaranya sumberdaya wisata alam, sejarah, budaya, dan keunggulan komparatif masing-masing daerah Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Kepulauan Riau, maka pembangunan sektor pariwisata haruslah menjadi perhatian penting dan strategis bagi pemerintah daerah untuk mengoptimalkan potensi pariwisata tersebut sebagai peluang ekonomi baru dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan daerah. Kepulauan Riau merupakan Provinsi dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terbanyak kedua setelah Bali. Kunjungan wisatawan mancanegara didominasi oleh wisman berkebangsaan Singapura disusul oleh Malaysia, Tiongkok, India, Philipina, Korea Selatan, Jepang, Inggris, Australia, Amerika, dan lainnya.

Berdasarkan Undang-undang No 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah, Urusan Pemerintahan di bidang Pariwisata dibagi menjadi empat bagian. Pertama destinasi pariwisata yaitu Provinsi menjalankan urusan pengelolaan daya tarik wisata, kawasan strategis pariwisata, destinasi pariwisata, dan penetapan tanda daftar usaha pariwisata lintas daerah. Kedua pemasaran pariwisata yaitu pemasaran dalam dan luar negeri, daya tarik destinasi, dan kawasan strategis pariwisata Provinsi. Ketiga pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan hak kekayaan intelektual yaitu penyediaan sarana dan prasarana kota kreatif. Keempat pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif yaitu pelaksanaan peningkatan kapasitas sumberdaya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat lanjutan.

Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Kepulauan Riau Nomor 7 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. Berdasarkan peraturan Gubernur Kepulauan Riau Nomor 59 Tahun 2017 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Perangkat Daerah. Dinas Pariwisata mempunyai tugas yaitu membantu Gubernur melaksanakan urusan pemerintahan di bidang pariwisata yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang ditugaskan kepada daerah. Dinas pariwisata menyelenggarakan fungsi yaitu perumusan kebijakan pelaksanaan kebijakan Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan, pelaksanaan administrasi dinas di bidang sekretariat, bidang pengembangan destinasi dan industri pariwisata, pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kelembagaan pariwisata, dan pengembangan ekonomi kreatif

Dinas Pariwisata mempunyai tugas melaksanakan sebagian kewenangan desentralisasi, tugas dekonsentrasi dan tugas pembantuan di bidang Pariwisata sesuai dengan lingkup tugasnya. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, Dinas Pariwisata mempunyai fungsi pengelolaan kegiatan kesekretariatan meliputi keuangan, umum dan kepegawaian. Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pengembangan destinasi dan industri pariwisata, pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kelembagaan pariwisata, dan pengembangan ekonomi kreatif. Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan destinasi dan industri pariwisata, pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kelembagaan pariwisata, dan pengembangan ekonomi kreatif. Pelaksanaan kebijakan di bidang pembangunan dan perintisan daya tarik wisata dalam rangka pertumbuhan dan pengembangan destinasi pariwisata daerah serta peningkatan kualitas dan daya saing pariwisata.

Misi Dinas Pariwisata yaitu Mendukung pelestarian dan pengembangan kebudayaan sebagai daya tarik wisata untuk terwujudnya visi Kepulauan Riau sebagai bunda tanah melayu yang sejahtera, berakhlak mulia, ramah lingkungan. Pengembangan destinasi pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat, Pengembangan pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggungjawab untuk meningkatkan kunjungan wisnus dan mancaegara, pengembangan industri pariwisata yang berdaya saing, kredibel, menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan

alam dan sosial budaya, pengembangan kelembagaan organisasi pemerintah, pemerintah daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien untuk mendorong terwujudnya pembangunan kepariwisataan berkelanjutan

Berdasarkan kebijakan yang ditetapkan program-program yang dilaksanakan Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau adalah sebagai berikut:

a. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata dan Industri Pariwisata;

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas daya tarik sehingga mampu mewujudkan Destinasi Pariwisata yang bersaing di pasar nasional dan internasional sehingga dapat memberi dampak positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat, dan program ini bertujuan untuk mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian daerah dan nasional.

b. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata;

Program ini bertujuan untuk mempromosikan dan mengkomunikasikan produk- produk pariwisata di Provinsi Kepulauan Riau baik di dalam maupun luar negeri, sehingga diharapkan memberikan pengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Yaitu dengan memaksimalkan kinerja pemasaran pariwisata daerah Kepulauan Riau dengan menggunakan media pemasaran secara efektif, efisien dan bertanggung jawab, serta yang instensif, inovatif, dan interaktif.

c. Program Pengembangan Industri Pariwisata;

Program ini bertujuan untuk mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian daerah dan nasional.

d. Program Pengembangan Kelembagaan Pariwisata;

Program ini bertujuan untuk meningkatkan peran aktif dari mitra-mitra pariwisata dan meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM Pelaku Pariwisata agar dapat memberikan nilai tambah pada kualitas daya tarik destinasi wisata. Program ini juga bertujuan mewujudkan kelembagaan kepariwisataan dan tata kelola pariwisata yang mampu mensinergikan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Pemasaran Pariwisata, dan Industri Pariwisata secara profesional, efektif dan efisien.

e. Program Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Program ini bertujuan untuk mempromosikan dan mengkomunikasikan produk- produk ekonomi kreatif di Provinsi Kepulauan Riau baik di dalam maupun luar negeri, meningkatkan kualitas dan kuantitas ekonomi kreatif yang mampu bersaing di pasar nasional dan internasional, mewujudkan ekonomi kreatif yang mampu menggerakkan perekonomian daerah dan nasional, meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM Pelaku ekonomi kreatif

Dalam upaya mencapai tujuan Dinas Pariwisata Kepulauan Riau, dijabarkan dalam bentuk program-program dan kegiatan-kegiatan terarah guna pengembangan sektor pariwisata Kepulauan Riau dengan sumber dana yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kepulauan Riau maupun Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Republik Indonesia.

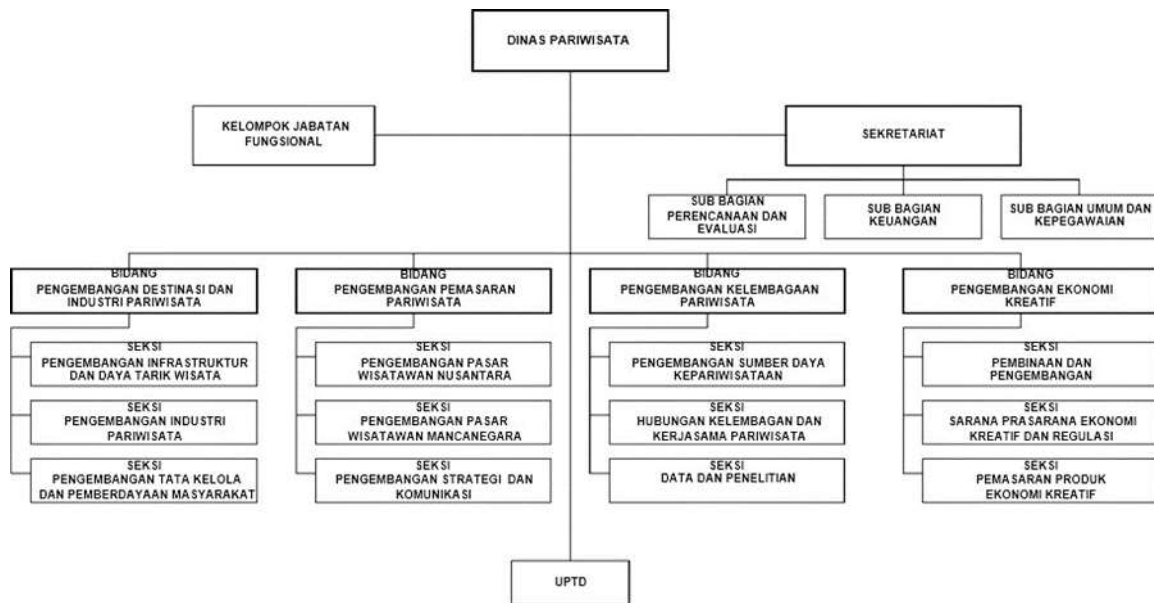
Dalam implementasi nya besaran anggaran yang di gunakan selama mewududkan program kerja yaitu: 2016 sebesar 17,681,027,271, - 4 (empat) sasaran strategis dan 5 (lima indikator). 2017 sebesar 20,172,755,764, - 3 (tiga) sasaran strategis dan 6 (enam indikator), 2018 sebesar 19,400,854.531, - 3 (tiga) sasaran strategis dan 6 (enam indikator), 2019 sebesar 22.245.978.531, - 3 (tiga) sasaran strategis dan 7 (tujuh indikator).



Tabel 1 Capaian Kinerja Dinas Pariwisata Kepulauan Riau 2016-2019

Tahun	2016	2017	2018	2019
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Kepulauan Riau (Juta Orang)	1,920,232	2,139,962	2,635,004	2,864,795
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kepulauan Riau (Juta Orang)	1,482,000	2,891,123	3,547,971	4,227,770
Persentase Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDRB Kepulauan Riau (%)	2,33	2,20	2,32	5,1
Rata rata lama tinggal wisatawan di kepulauan riau (Hari)	1,94	2,09	1,87	1,96
Total Pengeluaran Wisatawan di Kepulauan Riau (Milyar Rupiah)	NA	NA	14,299	19,625
Rata rata Tingkat Hunian Hotel di Kepulauan Riau (%)	48,19	52,66	53,75	50,87
Persentase Peningkatan Pelaku Ekonomi Kreatif Aktif (%)	NA	2,72	13,3	24,21

Dari hasil capaian kinerja Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dari 2016-2019 telah memenuhi 3 (tiga) sasaran strategis dan 7 (tujuh indikator) yang ditargetkan. Dari hasil capaian tersebut menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara maupun nusantara selalu meningkat setiap tahun nya. Kemudian informasi terkait hasil wawancara wisatawan nusantara dan mancanegara yang berasal dari negara tetangga masuk ke Kepulauan Riau mempunyai tujuan utama yaitu mengikuti event, menikmati hiburan malam dan berbelanja. Karena Kepulauan Riau masih mengandalkan event untuk memancing daya tarik kunjungan wisatawan dan Kepulauan Riau juga dikenal dengan wisata murah oleh para wisman yang datang berkunjung, harga barang dan biaya hidup yang murah menjadi ketertarikan tersendiri bagi wisman yang ingin melakukan kunjungan pariwisata, tanpa perlu mengeluarkan uang yang banyak para wisman sudah bisa menikmati destinasi yang ada di Kepulauan Riau.



Gambar 1 Struktur Organisasi

Sesuai dengan Rencana Strategis Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau sebenarnya Dinas Pariwisata sudah merupakan lembaga pelaksana diplomasi publik di bidang pariwisata, hal ini dapat di lihat dari tugas-tugas sebagai berikut:

- Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata mempunyai tugas penyiapan perumusan dan koordinasi pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan destinasi wisata budaya, alam, dan buatan, serta peningkatan daya saing industri pariwisata;
- Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam menyusun perencanaan dan melaksanakan kegiatan di bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata, yang meliputi Pengembangan Pasar Wisatawan Nusantara, Pasar Wisatawan Mancanegara dan Pengembangan Strategi dan Komunikasi pariwisata;
- Bidang Pengembangan Kelembagaan Pariwisata mempunyai tugas penyiapan perumusan kebijakan, koordinasi dan pelaksanaan kebijakan di bidang program pengembangan hubungan kelembagaan dan kerjasama kepariwisataan, pengembangan sumber daya manusia kepariwisataan, pengembangan sumber daya manusia aparatur serta data dan penelitian;
- Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif bertugas membantu kepala dinas dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.

Dalam Implementasinya Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata memegang komando sebagai garda terdepan untuk promosi yang merupakan inti dari Diplomasi Publik. Dinas Pariwisata sudah berfungsi sebagai unit khusus yang bertanggung jawab terhadap pembangunan citra pariwisata di Provinsi Kepulauan Riau. Strategi merupakan pernyataan- pernyataan yang menjelaskan bagaimana tujuan dan sasaran akan dicapai serta selanjutnya dijabarkan dalam serangkaian kebijakan. Strategi pada dasarnya lebih bersifat grand design (agenda), sebagai suatu cara atau pola yang dirancang untuk merespon isu strategis yang dihadapi dan/atau untuk mencapai visi, misi, tujuan sasaran instansi dan. Dengan kata lain, strategi merupakan suatu cara atau pola untuk mewujudkan tujuan atas misi yang ditetapkan. Strategi Dinas Pariwisata Kepulauan Riau selain dirancang untuk merespon isu strategis, juga dirancang dengan mengakomodir strategi pembangunan daerah sebagai suatu strategi pembangunan jangka menengah daerah Provinsi Kepulauan Riau sebagaimana tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) dan Rencana Strategis. Untuk membangun citra tersebut Dinas Pariwisata Kepulauan Riau memiliki bidang dalam melaksanakannya yakni bidang pemasaran pariwisata yang meliputi pengembangan pasar, sarana promosi dan promosi.

Sektor pariwisata merupakan salah satu cara untuk mencapai kesejahteraan masyarakat sehingga pembangunan pariwisata perlu direncanakan secara terarah dan bertahap dengan sasaran-sasaran yang jelas. Perencanaan yang jelas merupakan syarat mutlak dalam pengembangan pariwisata. Tanpa arah pengembangan yang jelas, maka pembangunan yang dilaksanakan dapat kehilangan fokus dan rentan terhadap kemungkinan munculnya dampak negatif yang tidak diinginkan. Mengingat pariwisata sangat multisektoral maka dalam perencanaannya perlu diintegrasikan dalam satu rencana wilayah yang komprehensif yang dalam pelaksanaannya juga membutuhkan komitmen dan dukungan dari semua pihak secara terus menerus. Pada pelaksanaan pengembangan pembangunan pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau berkoordinasi dan kerjasama secara horizontal bersama dinas terkait lingkup sektoral pembangunan. Selain itu pada pelaksanaan teknis pengembangan pembangunan pariwisata, Dinas Pariwisata berkoordinasi dan bekerjasama dengan seluruh stakeholder kepariwisataan untuk mewujudkan pembangunan pariwisata. Isu koordinasi dan kerja sama antara pusat dan daerah muncul sebagai konsekuensi dari implementasi otonomi daerah yang tidak dilandasi dengan prinsip-prinsip Good Governance.

Dengan adanya Undang-Undang Otonomi Daerah maka kewenangan pengembangan produk pariwisata berada di Daerah, sedangkan kewenangan pemasarannya berada di Pusat. Pengaturan kewenangan ini menimbulkan arogansi Daerah untuk menentukan arah pembangunan dan pengelolaan sumber daya dan wilayah administratifnya masing-masing, sehingga mengakibatkan pengembangan kegiatan kepariwisataan antara Pusat dan Daerah kurang terkoordinasi dengan baik. Begitu pula koordinasi antara pemerintah dan swasta. Hal ini dapat memicu kecenderungan orientasi pembangunan yang hanya mengejar peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) yang mendorong masing-masing daerah berkompetisi secara kurang sehat untuk menarik pasar wisatawan ke daerahnya dengan kebijakan- kebijakan tertentu yang tidak memberikan kenyamanan kunjungan wisatawan dan bahkan mengarah pada eksploitasi berlebihan terhadap objek wisata yang berdampak pada penurunan daya dukung dan kualitas objek tersebut. Begitu juga dengan apa yang terjadi di Kabupaten/Kota, setiap Kabupaten/Kota memiliki Dinas Pariwisata akan tetapi sebagai sebuah sistem setiap Kabupaten/Kota masih belum bersatu. Bisa di lihat dari Dinas Pariwisata Provinsi memiliki event sendiri dan juga setiap Kabupaten/Kota memiliki event tersendiri

Dalam mencapai target kunjungan wisata manca negara, usaha dan upaya tentunya dilakukan Dinas Pariwisata Kepulauan Riau, salah satunya yakni membangun citra. Citra itu sendiri adalah sebagai pembeda ataupun pembanding dengan merek-merek lainnya. Kegiatan komunikasi atau publikasi dalam rangka membesarkan, membangun, memperkenalkan dan menguatkan citra itulah disebut dengan Branding. Tanpa adanya kegiatan komunikasi atau publikasi, maka upaya pembangunan citra tersebut tidak berarti apa-apa bagi suatu produk. Terlebih pada produk wisata yang menggambarkan budaya, tradisi dan keindahan destinasi di Kepulauan Riau. Pada Tahun 2019 Kepulauan Riau memiliki 17 Destinasi Wisata Unggulan Daerah (DPUD) yang terbagi dari tujuh wilayah Kabupaten dan Kota. Pembagian Destinasi Wisata Unggulan Daerah didasarkan potensi dan keunikan/kekhasan masing-masing wilayah. Berdasarkan dari hasil wawancara bersama Dinas Pariwisata Kepulauan Riau, dapat disimpulkan bahwa keberadaan citra suatu destinasi melalui Branding sangatlah penting. Citra dapat mempengaruhi persepsi wisatawan khususnya wisatawan manca negara dan termotivasi untuk datang berkunjung ke destinasi yang ada di Kepulauan Riau.

#### a. Branding Wonderful Riau Islands

Pariwisata di Kepulauan Riau memiliki Branding yakni Wonderful Riau Islands yang diluncurkan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia pada tahun 2017, yang sebelumnya bernama Worderful Kepri. Branding tersebut berubah karena akronim Kepulauan Riau dinilai agak sulit dikenal wisatawan manca negara. Upaya untuk membatinkan branding *Worderful Riau Islands* ini, pemerintah daerah dan pelaku wisata tentunya melakukan banyak terobosan. Misalnya, menciptakan pengalaman unik bagi wisatawan manca negara saat datang ke destinasi-destinasi di Kepulauan Riau. Tidak hanya itu, suguhan tarian, pesona bahari, budaya dan event- event lainnya juga diberikan.

Branding pariwisata Kepulauan Riau (Wonderful Riau Islands) masih belum terpublikasikan secara optimal pada berbagai negara pasar utama dan potensial pariwisata Kepulauan Riau, hal ini



juga ditimbulkan oleh tidak konsistennya branding pariwisata yang digunakan (baru memulai), sehingga product awareness dari masyarakat (calon wisatawan) pada negara-negara pasar utama dan potensial terhadap produk dan destinasi pariwisata Kepulauan Riau masih lemah bila dibandingkan dengan daerah-daerah lain di Indonesia dan negara-negara pesaing Indonesia.

#### b. Generasi Pesona Indonesia (GenPI)

Generasi Pesona Indonesia (GenPI) merupakan komunitas relawan pariwisata yang dibentuk oleh Kementerian Pariwisata (Kemenpar) Republik Indonesia sebagai daya upaya dalam promosi wisata go digital yang menjadi salah satu strategi pemasaran pariwisata di Indonesia. GenPI resmi diluncurkan pada tanggal 6 Agustus 2016 di Lembang Bandung, Jawa Barat. Hingga Oktober 2019, GenPI lengkap di 34 Provinsi dan 92 Kabupaten Kota serta regional.<sup>28</sup> GenPI merupakan turunan dari Generasi Wonderful Indonesia (GenWI) yang berperan seperti GenPI, namun lebih mempromosikan pariwisata Indonesia ke luar negeri. Kepulauan Riau memiliki GenPI Kepulauan Riau yang berpusat di Kota Batam, Serta dua Kota dan lima Kabupaten yaitu GenPI Tanjungpinang, GenPI Batam, GenPI Bintan, GenPI Karimun, GenPI Anambas, GenPI Natuna dan GenPI Lingga. Anggota yang tergabung dalam GenPI merupakan aktivis media sosial, fotografer, videografer, blogger atau para netizen yang tertarik akan dunia pariwisata yang turut berkontribusi memajukan pariwisata Indonesia khususnya di daerahnya masing-masing melalui berbagai aksi yang kebanyakan ada di media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, YouTube dan lainnya secara nasional. Selain memajukan pariwisata Indonesia dengan basis media sosial secara online, GenPI juga menggunakan media promosi secara offline, yaitu event berkonsep pasar di berbagai daerah di Indonesia dengan mengusung tema sesuai dengan potensi masing-masing daerah tersebut. Pasar GenPI di Kepulauan Riau terdapat di Pasar Mangrove Kampung Terih di Batam dan Pasar Warisan di Penyengat Tanjungpinang. Destinasi digital GenPI atau Pasar GenPI ini memiliki karakteristik unik, yaitu menggabungkan destinasi, makanan khas lokal, atraksi lokal dan spot swafoto yang instagramable. Berkegiatan di dunia nyata dengan harapan dapat membantu menyebarkan berbagai potensi wisata di dunia maya.

#### c. Media Sosial

Dinas Pariwisata Kepulauan Riau dalam menjalin hubungan komunikasi publik untuk mempromosikan citra pariwisata menggunakan sarana komunikasi seperti koran, majalah dan radio serta televisi dan lebih banyak menggunakan media sosial. Adapun media sosial Dinas Pariwisata Kepulauan Riau yaitu, Instagram: Kepriofficialtourism, Facebook: Kepri Tourism, Twitter: Tourismkepri dan YouTube: Kepriprov travel. Selain itu, Dinas Pariwisata Kepulauan Riau juga memanfaatkan website [www.kepri-travel.kepriprov.go.id](http://www.kepri-travel.kepriprov.go.id) sebagai media informasi pariwisata daerah, berupa sejarah, kebudayaan, tempat-tempat wisata dan event-event bisa dimuat di dalam website bahkan juga video dan gambar-gambar tempat wisata. Dalam penggunaan website sebagai media informasi, website merupakan media informasi yang memiliki keunggulan dibandingkan media informasi lainnya. Dalam sektor pariwisata, wisatawan sebagai konsumen sangat membutuhkan informasi perihal daerah pariwisata yang akan dikunjungi. Namun penggunaan website [www.kepri-travel.kepriprov.go.id](http://www.kepri-travel.kepriprov.go.id) sebagai sarana informasi pariwisata di Kepulauan Riau kurang berperan sebagai media informasi pariwisata daerah. Karena masih banyak kekurangan di website Dinas Pariwisata Kepulauan Riau.

Dari wawancara yang dilakukan ditemukan bahwa berbagai kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Kepulauan Riau dalam mengelola website yakni belum adanya pegawai dalam struktur organisasi yang ditempatkan secara tetap memiliki keahlian di bidang teknologi informasi dan desain grafis, dan dalam pengoperasiannya belum maksimal karena masih terdapat bagian-bagian informasi yang belum banyak mengalami perubahan. Pemanfaatan saluran komunikasi ini terkesan belum dapat memberikan akses percepatan dalam memperoleh informasi tentang promosi pariwisata.

#### **IV. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan Diplomasi Publik untuk mewujudkan Kepulauan Riau Sebagai Destinasi Pariwisata Internasional dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dengan Penciptaan Struktur dan Strategi sudah berjalan dengan baik, hal dapat dilihat dengan adanya Dinas Pariwisata sebagai unit khusus yang sudah bertanggungjawab menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik. Kemudian pada pada Pembangunan Sistem masih belum berjalan dengan baik karena masih terhambat pada sistem yang masih berjalan sendiri-sendiri dan dalam peran nya masing-masing belum mampu berkordinasi dengan baik. Berikutnya untuk Pembangunan Citra yang sudah berjalan dengan baik hal ini dapat dilihat dari yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi dan membangun citra yang baik kepada publik. Selanjutnya untuk Pembangunan Jejaring masih belum berjalan dengan baik karena masih terdapat beberapa hambatan secara kordinasi serta perbedaan tujuan dan kepentingan, sehingga masih berjalan parsial. Kemudian pada Pembangunan Multi Aktor masih belum berjalan dengan baik, karena belum bisa berbagi peran antar aktor dan belum bisa memaksimalkan aktor yang ada sehingga sistem tidak dapat berkembang dan berjalan dinamis.

Jadi dari lima indikator pengukuran Diplomasi Publik yang ada, di tarik kesimpulan yaitu terdapat dua hal yang sudah berjalan dengan baik dan tiga hal yang masih belum berjalan dengan baik. Sehingga sudah memiliki landasan yang cukup baik untuk kebijakan Diplomasi Publik namun belum terselenggara dengan sistematis.

## V. Daftar Pustaka

- Airey, D. dan Tribe, J. (2005). *“An International Handbook of Tourism Education”*. Huijgh, E. (2019). *“Public Diplomacy at Home”*. Koninklijke Brill NV, Leiden
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: *The Foreign Policy Centre*. London: Elsevier.
- Melissen, Jan. (2005). *“The New Public Diplomacy; Soft Power in International Relations”*, New York: Palgrave Macmillan.
- Mazanec, J dan Wober, K. (2009). *“Analysing International City Tourism”*. New York: Springer Wien.
- Miles dan Huberman. (2015). *“Quantitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook”*, dalam Nanang Martono, *“Metode Penelitian Sosial: Konsep- Konsep Kunci”*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Muloeng, Lexy. J. (2000). *Metodologi Peneitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Nye, Joseph. S. (1990). *“Bound to Lead: The Changing Nature of American Power”* New York: *Basic Books*.
- Sugiyono. (2013). *“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.”* ALFABETA Bandung
- Nye, Joseph. S. (2008). *Public Diplomacy and Soft Power*. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, Vol 616, Issue 1, First Published March 1
- Richard, Perdue. R dan Lawrence. A. (1990). *“Resident Support for Tourism Development”* Annals of Tourism Research” volume 17, Issue 4. Elsevier.
- United Nation World Tourism Organization. (2019). *International Tourism Highlights*. Madrid. DOI: <https://doi.org/10.181119789284421152>
- Arifin, Yulian. F. (2017). *“Tourism Attraction and Infrastructure Evaluation in Loksado Tourism Area, Hulu Sungai Selatan Regency, South Kalimantan”* Journal of Indonesian Tourism and Development Studies, Vol 5, No.3