

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia membentuk 10 Bali Baru untuk mengembangkan destinasi pariwisata lain di Indonesia sehingga dapat bersaing dengan Bali. Namun dalam perkembangannya, 10 Bali Baru kemudian dikerucutkan menjadi 5 Destinasi Super Prioritas agar pengembangan yang dilakukan dapat lebih terfokus. Riset ini bertujuan untuk melihat upaya diplomasi komersial yang dilakukan oleh Indonesia dalam menunjang pengembangan di 5 Destinasi Super Prioritas. 5 Destinasi Super Prioritas dicanangkan oleh pemerintah untuk mengembangkan destinasi wisata yang mencakup Danau Toba, Borobudur, Labuan Bajo, Mandalika, dan Likupang sehingga dapat menjadi destinasi pariwisata unggul yang unggul. Riset ini menggunakan konsep diplomasi komersial dari Okano-Heijmans yang diklasifikasikan menjadi bentuk promosi dan kerjasama. Metode riset yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang bersifat primer melalui wawancara dan sekunder yang bersumber dari buku, jurnal dan artikel resmi mengenai 5 Destinasi Super Prioritas. Dari riset ini ditemukan bahwa diplomasi komersial di 5 Destinasi Super Prioritas diselenggarakan pemerintah Indonesia melalui promosi dan kerjasama.

Kata Kunci : Diplomasi Komersial, 5 Destinasi Super Prioritas, Pariwisata

ABSTRACT

The Indonesian government formed 10 New Bali to develop other tourism destinations in Indonesia so that it can compete with Bali. But in its development, 10 New Bali then narrowed down to 5 Super Priority Destinations so that the carried out development could be more focused. This research aims to see the commercial diplomacy efforts carried out by Indonesia in supporting the development of 5 Super Priority Destinations. 5 Super Priority Destinations launched by the government to develop tourist destinations that include Toba Lake, Borobudur, Labuan Bajo, Mandalika, and Likupang so that they can become superior tourism destinations. This research used the concept of commercial diplomacy from Okano-Heijmans which is classified into forms of promotion and partnership. This research used is descriptive qualitative method with data collection techniques that are primary through interviews and secondary sourced from books, journals and official articles about the 5 Super Priority Destinations. From this research, it was found that commercial diplomacy in 5 Super Priority Destinations that was organized by the Indonesian government is applied through promotion and cooperation.

Keywords: Commercial Diplomacy, 5 Super Priority Destinations, Tourism