

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu ujung tombak perekonomian nasional. Dalam meningkatkan kemajuan pariwisata, berbagai kebijakan dijalankan pemerintah melalui berbagai promosi luar negeri. Salah satunya adalah Program 10 Bali Baru Indonesia tahun 2015. Program ini merupakan pengembangan destinasi pariwisata meliputi Danau Toba, Tanjung Kelayang, Tanjung Lesung, Kepulauan Seribu, Borobudur, Wakatobi, Bromo Tengger Semeru, Labuhan Bajo, serta Pulau Morota. Program ini bertujuan agar wisatawan dan lebih dikenal lagi oleh wisatawan asing, sehingga wisatawan asing tidak hanya mengenal dan berminat untuk ke Bali saja, Program 10 Bali Baru menjadikan Singapura sebagai negara yang menjadi mitra promosi kerjasama karena negara ini memiliki wisatawan yang datang ke Indonesia dalam jumlah besar serta sebagai negara transit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan jumlah wisatawan Singapura ke Indonesia melalui program 10 Bali Baru pada tahun 2016-2023. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi pariwisata dan strategi peningkatan sektor pariwisata. Kemudian metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan diplomasi ekonomi program 10 Bali Baru dijalankan dengan melibatkan aktor pemerintah dan swasta melalui kerjasama G to G (*government to government*) melalui pertemuan pada tingkat kementerian dan swasta dengan mengembangkan kerjasama promosi berkelanjutan, meliputi akomodasi, transportasi hingga layanan perhotelan, serta melalui pengiriman misi duta pariwisata. Diplomasi ekonomi program 10 Bali Baru mampu menjadi *nation branding* untuk mengembangkan destinasi pariwisata dan hingga tahun 2019 program 10 Bali Baru masih tetap berjalan dan menunjukkan perkembangan yang progresif.

Kata kunci : 10 Bali Baru, Diplomasi, Pariwisata, Indonesia-Singapura

**INDONESIA'S STRATEGY IN INCREASING THE NUMBER OF
SINGAPOREAN TOURISTS TO INDONESIA THROUGH THE 10 NEW
BALI IN 2016-2023 PROGRAM**

ABSTRACT

Tourism is one of the spearheads of the national economy. In increasing tourism progress, various policies are implemented by the government through various overseas promotions. One of them is the 10 New Indonesian Bali Program in 2015. This program is the development of tourism destinations including Lake Toba, Tanjung Kelayang, Tanjung Lesung, Headuan Seribu, Borobudur, Wakatobi, Bromo Tengger Semeru, Labuhan Bajo, and Morota Island. This program aims to make tourists better known by foreign tourists, so that foreign tourists not only know and are interested in going to Bali, the 10 New Balis Program makes Singapore a country that becomes a partner in promoting cooperation because this country has tourists who come to Indonesia in large numbers. large and as a transit country. This research aims to determine the strategies implemented by Indonesia in increasing the number of Singaporean tourists to Indonesia through the 10 New Balis program in 2016-2023. This research uses tourism diplomacy theory and strategies for improving the tourism sector. Then this research method uses descriptive qualitative with secondary data collection techniques. The results of this research show that the economic diplomacy of the 10 New Bali program was carried out by involving government and private actors through G to G (government to government) cooperation through meetings at the ministerial and private levels by developing sustainable promotional cooperation, including accommodation, transportation and hotel services, as well as through sending tourism ambassador missions. The economic diplomacy of the 10 New Balis program was able to become nation branding for developing tourism destinations and until 2019 the 10 New Balis program was still running and showing progressive development.

Keywords: 10 New Balis, Tourism Diplomacy, Indonesia-Singapore