

ABSTRAK

Penyebaran COVID-19 telah berdampak negatif pada sektor pariwisata diseluruh dunia termasuk Indonesia dikarenakan adanya penurunan jumlah wisatawan. Di era *new normal*, Indonesia berupaya memulihkan kembali jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terutama dari Malaysia. Malaysia merupakan target utama pemasaran pariwisata Indonesia karena telah menyumbang kunjungan wisatawan mancanegara tertinggi ke Indonesia selama bertahun-tahun. Oleh karena itu, Indonesia melakukan strategi diplomasi pariwisata melalui Wonderful Indonesia untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Malaysia ke Indonesia di era *new normal*. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi pariwisata dari Li Fei yang terbagi menjadi tiga jalur berdasarkan aktor penggagasnya yaitu jalur resmi oleh pemerintah, jalur semi resmi oleh sektor swasta dan jalur tidak resmi oleh individu dan atau masyarakat sipil. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data *literature analysis* dan wawancara, serta teknik analisis studi naratif. Ditemukan bahwa strategi diplomasi pariwisata Indonesia melalui ketiga jalur memberikan kontribusi masing-masing dan saling berkaitan satu sama lain. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jalur resmi merupakan jalur yang paling efektif dikarenakan terbukti meningkatkan wisatawan Malaysia ke Indonesia di era *new normal*.

Kata kunci : Diplomasi Pariwisata, Malaysia, Wonderful Indonesia, New Normal, COVID-19

ABSTRACT

The spread of COVID-19 has harmed the global tourism sector, including in Indonesia, due to a decline in the number of tourists. In the new normal era, Indonesia is striving to restore international tourist arrivals, especially from Malaysia. Malaysia has been a key target for Indonesia's tourism marketing as it has consistently contributed the highest number of foreign tourists to Indonesia over the years. Therefore, Indonesia is conducting tourism diplomacy through Wonderful Indonesia to boost the return of Malaysian tourists to Indonesia in the new normal era. This research utilizes Li Fei's tourism diplomacy theory, which is divided into three levels based on the initiating actors: the official level by the government, the semi-official level by the private sector, and the unofficial level by individuals and/or civil society. This study uses a qualitative method, with data collection techniques including literature analysis, interviews, and narrative study analysis. It was found that Indonesia conducts tourism diplomacy through all three levels, with each level making its contribution and being interconnected. The study concludes that the official level is the most effective, as it has proven to increase the number of Malaysian tourists visiting Indonesia in the new normal era.

Keywords: *Tourism Diplomacy, Malaysia, Wonderful Indonesia, New Normal, COVID-19*