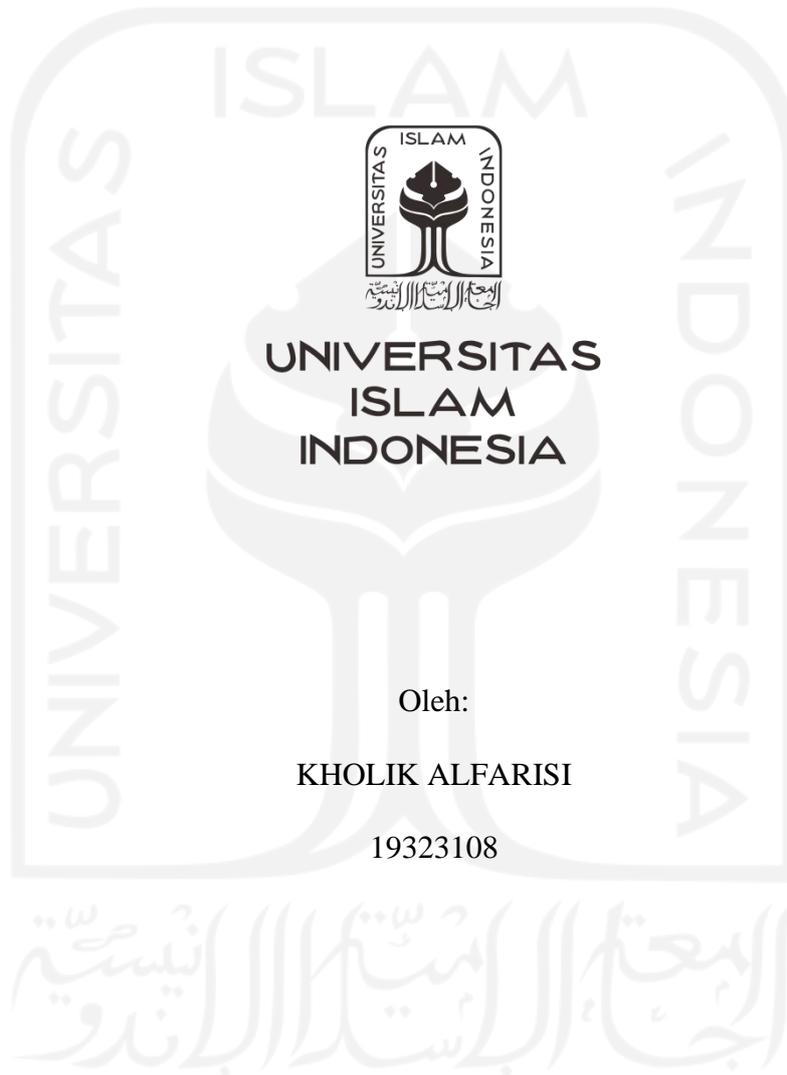


**STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK ARAB SAUDI UNTUK
MENINGKATKAN PARIWISATA DALAM MEMINIMALISIR
KETERGANTUNGAN EKSPOR MINYAK BAGI PENDAPATAN
NEGARA PERIODE 2020 – 2021**



Oleh:

KHOLIK ALFARISI

19323108

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2023

**STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK ARAB SAUDI UNTUK
MENINGKATKAN PARIWISATA DALAM MEMINIMALISIR
KETERGANTUNGAN EKSPOR MINYAK BAGI PENDAPATAN
NEGARA PERIODE 2020 – 2021**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi Sebagian dari syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

KHOLIK ALFARISI

19323108

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI DIPLOMASI ARAB SAUDI UUNTUK MENINGKATKAN PARIWISATA DALAM MEMINIMALISIR KETERGANTUNGAN EKSPOR MINYAK BAGI PENDAPATAN NEGARA PERIODE 2020-2021

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan
Internasional Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

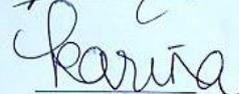
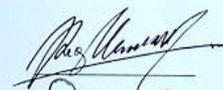
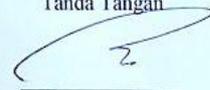
Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam
memperoleh derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Dewan Penguji

Tanda Tangan

- 1 Hasbi Aswar, S.I.P., M.A., Ph.D.
- 2 Rizki Dian Nursita, S.I.P., M.H.I.
- 3 Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.



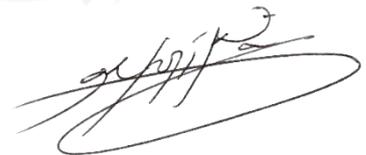
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kholik Alfarisi
No. Mahasiswa : 19323108
Dosen Pembimbng : Hasbi Aswar, S.IP., M.A., Ph.D.
Program Studi : Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Strategi Diplomasi Publik Arab Saudi Untuk Meningkatkan Pariwisata Dalam Meminimalisir Ketergantungan Ekspor Minyak Bagi Pendapatan Negara Periode 2020-2021

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertai, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan paraphrase diindikasikan dengan jelas. Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan mahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme. Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

Yogyakarta, 30 Mei 2022

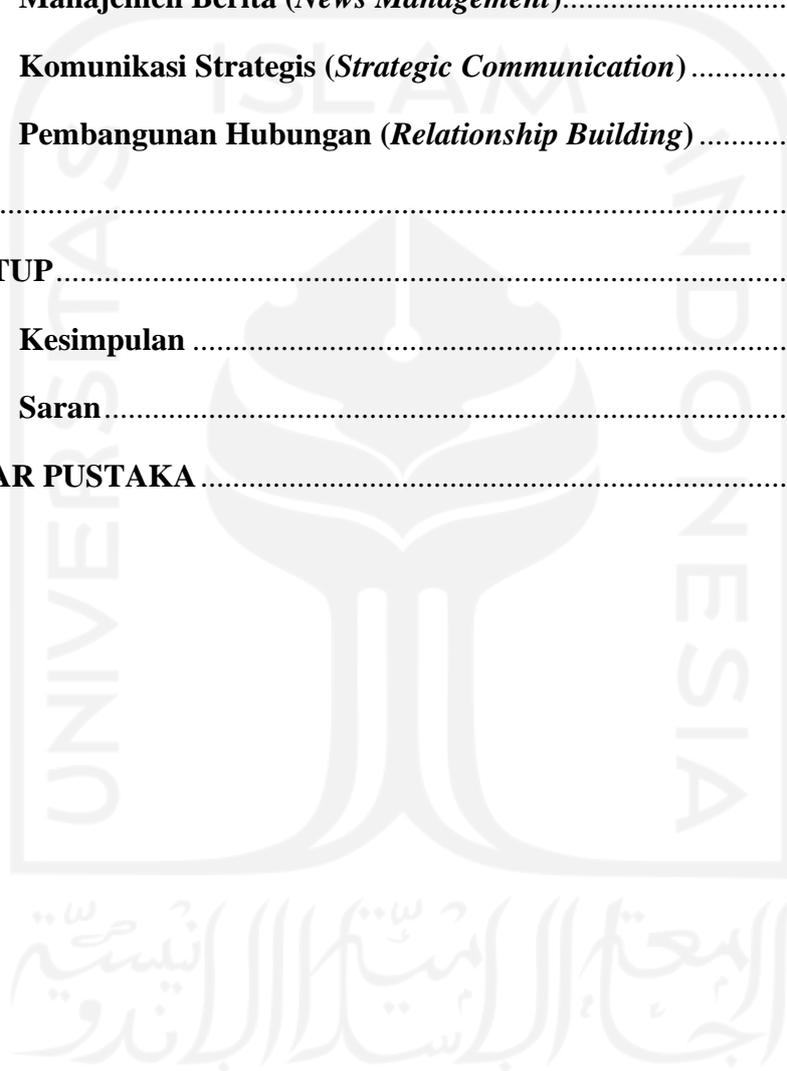


Kholik Alfarisi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	3
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK	4
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR GRAFIK	8
DAFTAR TABEL	9
ABSTRAK	10
BAB 1 PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Cakupan penelitian	16
1.5 Tinjauan Pustaka	17
1.6 Kerangka Pemikiran	20
1.7 Argumen Sementara	23
1.8 Metode Penelitian	25
1.8.1 <i>Jenis Penelitian</i>	25
1.8.2 <i>Subjek dan Objek Penelitian</i>	25
1.8.3 <i>Metode Pengumpulan Data</i>	25
1.8.4 <i>Proses Penelitian</i>	26
1.9 Sistematika Pembahasan	26
BAB 2	28
PROBLEMATIKA DAN KEBIJAKAN EKONOMI ARAB SAUDI	28
2.1 Permasalahan Ekonomi Arab Saudi	30
2.2 Visi 2030 Arab Saudi	35

2.3	Strategi Kebijakan Pariwisata Arab Saudi.....	39
2.4	Opini Publik Terhadap Arab Saudi	42
BAB 3		45
STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK ARAB SAUDI UNTUK MENINGKATKAN PARIWISATA		45
3.1	Manajemen Berita (<i>News Management</i>).....	46
3.2	Komunikasi Strategis (<i>Strategic Communication</i>)	50
3.3	Pembangunan Hubungan (<i>Relationship Building</i>)	54
BAB 4		59
PENUTUP.....		59
4.1	Kesimpulan	59
4.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Slogan Pariwisata Arab Saudi..... 50

Gambar 2. Lionel Messi sebagai tokoh ambassador pariwisata Arab Saudi.... 51



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Penurunan Harga Minyak Arab Saudi sejak 2014.....	29
Grafik 2. Data Minyak Arab Saudi yang mengalami penurunan pada 13 tahun terakhir.....	31
Grafik 3. Pendapatan sektor Pariwisata Arab Saudi.....	39



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tiga dimensi dari strategi diplomasi publik..... 62



ABSTRAK

Arab Saudi merupakan negara yang dikenal dengan kondisi geografis wilayahnya yang dipenuhi dengan padang pasir, dengan kondisi geografis yang seperti itu Arab Saudi ternyata memiliki potensi sumber daya alam yang sangat baik terutama pada minyak bumi. Namun seiring berjalannya waktu produksi minyak yang dihasilkan Arab Saudi semakin berkurang kapasitasnya, dengan demikian untuk mengurangi ketergantungan pada minyak Arab Saudi menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor alternatif sekaligus untuk meminimalisir ketergantungan pada sektor minyak untuk pendapatan negara. Solusi pemerintah Saudi untuk keluar dari permasalahan ini yaitu dengan melakukan pendekatan melalui diplomasi publik, tiga strategi diplomasi publik yang digunakan bertujuan untuk merealisasikan serta meningkatkan sektor pariwisata Arab Saudi terutama dalam membantu pendapatan negara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori diplomasi public. Dalam mengkaji serta memudahkan keberlangsungan dari penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif, data-data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan literatur seperti jurnal dan buku.

Kata Kunci: Arab Saudi, Diplomasi Publik, dan Pariwisata

ABSTRACT

Saudi Arabia is a country known for its geographical conditions which are filled with deserts, with such geographical conditions Saudi Arabia has excellent natural resource potential, especially petroleum. However, as time goes by, Saudi Arabia's oil production capacity decreases, thus reducing dependence on oil Saudi Arabia makes the tourism sector an alternative sector as well as minimizing dependence on the oil sector for state revenue. The solution for the Saudi government to get out of this problem is to take an approach through public diplomacy, the three strategies of public diplomacy used aim to realize and improve Saudi Arabia's tourism sector, especially in helping state revenues. The theory used in this study is the theory of public diplomacy. In reviewing and facilitating the continuation of this research the authors used qualitative methods, the data obtained by collecting literature such as journals and books.

Key Words: Saudi Arabia, Public Diplomacy, and Tourism

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Arab Saudi merupakan negara yang sudah sangat terkenal di mata masyarakat dunia terkhusus bagi masyarakat muslim diseluruh dunia, negara tersebut merupakan hamparan wilayah yang dikenal dengan kondisi geografis dipenuhi padang pasir. Hal demikian bukan berarti membuat Saudi kehilangan potensi sumber daya alam dan perekonomiannya, terbukti bahwasannya Arab Saudi menjadi sentra peribadatan umat Islam diseluruh dunia dengan dua kota suci yang berada disana yaitu Mekkah dan Madinah (Anwar, 2020). Kekayaan sumber daya alam dan energi yang dimiliki Arab Saudi menjadi sumber penghasilan utama bagi negara, hal tersebut menjadi bukti perkembangan dan kemajuan Saudi dibidang ekonomi (Anna Zakiah Derajat, 2021).

Perkembangan konsep terkait teori-teori dari Studi Hubungan Internasional sangat berpengaruh terhadap tatanan dan aktivitas global, adanya konsep diplomasi publik tentu membuat Arab Saudi memperbaiki citra negaranya ke masyarakat global (Melisen, 2005). Hal ini juga menjadi cara bagi pemerintah Saudi dalam mengenalkan ke masyarakat internasional bahwa Saudi merupakan negara yang modern dan mampu bersaing dengan negara-negara lain terkhusus negara-negara Barat, karena selama ini Arab Saudi sudah sangat lama dikenal oleh masyarakat Barat sebagai negara yang tertutup, konservatif, dan tidak modern (Wahyuddin, 2018). Setelah memperbaiki citra negaranya, proses selanjutnya tentu mengembangkan sektor-sektor seperti pada sektor ekonomi.

Pesatnya peningkatan pendapatan negara yang dialami Arab Saudi dimulai pada saat memasuki tahun 1970-an di masa pemerintahan Raja Faisal, pada tahun tersebut merupakan fase dimana negara tersebut memperluas hubungan kerjasama serta memperlebar sayap eksistensinya dibidang ekonomi dengan negara-negara lain terutama negara maju seperti Amerika Serikat dan negara-negara maju lainnya (Nadia, 2020). Tidak hanya negara maju, negara berkembang seperti negara-negara di wilayah Asia Tenggara juga menjadi sasaran bagi Arab Saudi dalam menjalin hubungan kerjasama di sektor ekonomi (Nurzaman, 2008).

Fenomena berlangsungnya ekspor-impor pada kegiatan dan aktivitas hubungan internasional di sektor perekonomian tentu sangat menjadi fokus utama bagi pemerintah Arab Saudi dalam meningkatkan pendapatan perekonomian negaranya, terlebih lagi negara tersebut merupakan negara yang sangat terkenal dengan kekayaan alamnya yang berupa minyak (Djelantik, 2010). Kekayaan minyak yang dimiliki Arab Saudi telah dimanfaatkan dengan sangat baik yang mana proses pemanfaatan tersebut dilakukan untuk mendapatkan keuntungan melalui kegiatan ekspor kepada negara-negara lain, hal ini dapat dilihat bahwa penghasilan yang diperoleh pemerintah Arab Saudi dari ekspor minyak sangat penting bagi keberlangsungan dan kemajuan perekonomian negara, sehingga aktivitas tersebut (ekspor minyak) menjadi titik pusat utama dalam menopang pendapatan ekonomi negara (Nurzaman, 2008).

Sampai saat ini Arab Saudi terkenal sebagai negara ekonomi minyak, minyak bumi yang terkandung di tanah Saudi menjadi berkah tersendiri bagi pendapatan perekonomian negara. Lonjakan harga minyak di tahun 1970 membuat pendapatan Saudi sangat meledak dan menjadi meningkat pesat, hal

tersebut membuktikan bahwa minyak memberikan perubahan bagi masyarakat Saudi dan pendapatan negara menjadi negara yang luar biasa makmur (Nurzaman, 2008). Memasuki era globalisasi, kesadaran pemerintah Arab Saudi terkait pendapatan negara bahwa tidak bisa digantungkan pada sektor minyak saja melainkan sektor-sektor lain juga perlu dilibatkan (Pradhipta, 2014). Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah Saudi dalam menanggapi hal tersebut adalah mengeluarkan kebijakan tentang meliberalisasi sektor perekonomian yang diatur didalam Saudi Vision tentang reformasi ekonomi Arab Saudi (Citra Nur Hikmah, 2019).

Aktivitas ekspor minyak menjadi ladang dan sumber utama bagi pendapatan negara (Fitria, 2018), namun dengan demikian pemerintah Arab Saudi juga harus memikirkan bagaimana pendapatan negara didapat dari sektor lain seperti halnya pada sektor pariwisata, sektor budaya, dan sektor-sektor lainnya (Anna Zakiah Derajat, 2021). Ketergantungan pada satu sektor saja sangat tidak menjamin peningkatan yang terus menerus bagi pendapatan Arab Saudi kedepannya, apalagi lambat laun semakin lama energi pada minyak bumi yang dihasilkan Arab Saudi akan semakin berkurang.

Perkembangan media dan teknologi di era globalisasi memiliki pengaruh terhadap tatanan dan struktur konsep diplomasi, yang mana dari model tradisional sehingga berkembang menjadi konsep non-tradisional (Shania Indah Permata Sari, 2021). Konsep non-tradisional dianggap lebih efektif terutama dalam menjalin hubungan diplomatik dan kerjasama antar negara di era modernisasi seperti pada saat ini. Hal tersebut dikatakan lebih efektif karena pada pendekatan non-tradisional sangat memudahkan para aktor seperti dalam berdiplomasi di berbagai

macam sektor, perkembangan tersebut lalu melahirkan adanya kemunculan dari konsep diplomasi publik (Hennida, 2012). Tidak hanya di sektor ekonomi, tuntutan modernisasi juga direspon baik oleh pemerintah Arab Saudi dalam melakukan pendekatan melalui diplomasi publik di bidang pariwisata salah satunya.

Hasil pendapatan yang diperoleh dari sektor pariwisata menjadi alternatif dalam membantu pendapatan ekonomi negara setelah hasil dari ekspor minyak, banyaknya turis mancanegara yang melaksanakan ibadah haji dan umrah di tiap tahunnya tentu termasuk bagian dari sumber pendapatan pemerintah Saudi di sektor pariwisata (Sianturi, 2017). Hubungan kerjasama Arab Saudi dengan negara lain terkhusus dengan negara-negara muslim pada umumnya dalam pemberian kuota haji dapat dikategorikan ke dalam pendekatan diplomasi publik dari sektor pariwisata (Fadhilla Ilham Mulkin, 2021). Tidak hanya kegiatan haji dan umrah, kunjungan ke tempat-tempat wisata alam maupun tempat wisata lainnya juga menjadi satu bagian dibidang pariwisata.

Pada proses pelaksanaannya dalam meningkatkan pendapatan negara di berbagai macam sektor bukanlah hal yang mudah, melainkan perlu memikirkan bagaimana dampak dan keuntungan kedepannya dalam mengambil keputusan yang dipilih. Selain manfaat dan keuntungan, dampak buruk dan kerugian yang didapat juga perlu diketahui secara matang dimana hal tersebut dapat dipertimbangkan dengan cara melihat kapan saja kondisi yang tepat dalam mengambil keputusan tersebut. Disamping itu pada pengambilan keputusan juga harus memikirkan apakah pendapatan dari sektor pariwisata dapat seperti pendapatan dari hasil ekspor minyak, dengan demikian semua itu tentu harus

diketahui mengapa pemerintah Arab Saudi mengambil tindakan dan keputusan tersebut.

Penelitian ini dapat menjadi prediksi bagaimana keputusan dan langkah baik yang harus diambil oleh pemerintah Saudi kedepannya terutama dalam membagi fokus terhadap ketergantungan pada ekspor minyak dengan sektor lain seperti di sektor pariwisata. Dengan demikian pada penelitian ini melihat bagaimana keberlanjutan dari nasib pendapatan Arab Saudi kedepannya terutama pada saat memasuki tahun 2020 – 2021. Keputusan yang terlalu bergantung pada ekspor minyak saja tidak memungkinkan dalam meningkatkan grafik perkembangan pendapatan negara secara cepat (Rikadi, 2007). Hal tersebut tentu menjadi tugas tersendiri dan fokus utama bagi pemerintah Saudi dalam memikirkan masa depan perekonomian dan pendapatan negara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah tercantum di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

“Bagaimana strategi diplomasi publik Arab Saudi dalam upaya meningkatkan sektor pariwisata untuk meminimalisir ketergantungan ekspor minyak bagi pendapatan negara periode 2020-2021?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah maka penulis memiliki tujuan penelitian ini sebagai berikut :

“Untuk mengetahui bagaimana strategi diplomasi publik Arab Saudi dalam upaya meningkatkan sektor pariwisata untuk meminimalisir ketergantungan ekspor minyak bagi pendapatan negara periode 2020-2021”.

1.4 Cakupan penelitian

Pada penelitian ini memiliki fokus terhadap prediksi dan analisis terkait pendapatan Arab Saudi dari sektor pariwisata. Dalam penentuan waktu yang diambil pada penelitian ini yakni berfokus di periode tahun 2020 sampai dengan 2021. Periode tersebut menjadi batasan waktu yang diambil pada pembahasan mengenai upaya-upaya pemerintah Arab Saudi dalam meminimalisir ketergantungan ekspor minyak dan peran dari sektor pariwisata bagi pendapatan negara, dalam kurun waktu tersebut (2020 – 2021) menjadi bagian dari tahun-tahun setelah terjadinya pandemi dari Covid-19 (*pasca pandemic*). Selain itu juga pada tahun tersebut menjadi tahun yang memiliki dampak besar bagi pendapatan negara diseluruh dunia termasuk Arab Saudi karena terkena dampak dari pandemi. Hal tersebut menjadi tahun acuan bagi periode tahun-tahun setelahnya dan kedepannya. Sektor Pariwisata menjadi harapan sekaligus sebagai alternatif dalam meminimalisir ketergantungan pendapatan negara dari ekspor minyak.

Selain itu di penulisan ini pada bagian kebijakan di sektor pariwisata Arab Saudi, kebijakan tentang visi 2030 Arab Saudi telah dikeluarkan sejak 2016 (Anna Zakiah Derajat, 2021). Namun pada penelitian ini penulis tidak menjelaskan terkait visi Saudi 2030 sejak 2016, melainkan hanya poin-poin terkait kebijakan ekonomi terkhusus pada sektor pariwisata dan implementasi dari kebijakan

tersebut di tahun 2020 dan 2021. Selain pada tahun 2020 dan 2021 juga menjadi tahun-tahun setelah terjadinya pandemic dari Covid-19, di tahun tersebut juga pemerintah Arab Saudi sedang gencar-gencarnya mengembangkan serta meningkatkan aktivitas ekonomi terutama pada pengembangan di sektor pariwisata (Anna Zakiah Derajat, 2021).

Atas pertimbangan tersebut maka peneliti hanya berfokus dan membahas tentang strategi diplomasi publik pemerintah Arab Saudi untuk meningkatkan pariwisata dalam meminimalisir ketergantungan ekspor minyak bagi pendapatan negara periode 2021 hingga 2021 dan juga peran serta peluang dari sektor pariwisata bagi pendapatan Arab Saudi kedepannya. Hal tersebut juga memfokuskan pada prediksi terkait topik ini yang nantinya menjadi bagian jawaban dari penelitian ini. Dengan adanya pembatasan masalah tentu menjadikan penelitian ini agar lebih spesifik dalam membahas instrumen-instrumen pembahasan, serta memudahkan dalam menjawab rumusan masalah yang ada. Maka dari itu penelitian ini berfokus untuk melihat peluang dari sektor pariwisata dan strategi diplomasi publik Arab Saudi sekaligus memprediksi pendapatan negara kedepannya di luar dari pendapatan ekspor minyak. Terdapat tiga strategi dari teori diplomasi publik (Leonard, 2002) yang digunakan yang pertama adalah manajemen berita (*news management*), yang kedua komunikasi strategis (*strategic communication*), lalu yang ketiga pembangunan hubungan (*relationship building*).

1.5 Tinjauan Pustaka

Literatur yang pertama digunakan adalah *Diversifikasi Pendapatan Untuk Stabil Masa Depan Ekonomi di Arab Saudi: Sebuah Gambaran Umum Industri*

Pariwisata yang ditulis oleh Ayman Sherbini, Yuhanis Abdul Aziz, Samsinar Md Sidin, dan Raja Nerina Raja Yusof (2016). Jurnal ini membahas mengenai strategi pemasaran dan implementasi dari sektor pariwisata Saudi yang tercantum pada pembahasan tentang pengembangan industri pariwisata pada visi Arab Saudi 2030, implikasi dari industri pariwisata untuk masa depan Saudi menjadi suatu bagian penting bagi pemerintah Saudi dan aktor lain seperti para pebisnis dalam proses pengembangan industri ini (pariwisata). Kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan menjadi salah satu fokus yang diperhatikan dalam mengembangkan industri pariwisata Saudi, hal-hal tersebut tentu menjadi bagian dari upaya pemerintah Saudi dalam diversifikasi pendapatan negaranya yang terlalu bergantung pada hasil pendapatan minyak. (Ayman Sherbini, 2016).

Literatur kedua adalah jurnal yang berjudul *Pengembangan Pariwisata di Arab Saudi* yang ditulis oleh Nadia Yusuf (2014). Fokus pembahasan pada jurnal ini adalah tentang mempromosikan sektor pariwisata sebagai industri yang meningkat di Arab Saudi, dengan begitu pembahasan terkait juga menjelaskan mengenai hasil untuk kedepannya dari keberhasilan dalam promosi pariwisata ini menjadi bagian dari langkah baik perkembangan dan kemajuan sekaligus menjadikan Arab Saudi sebagai negara yang menginspirasi negara-negara kawasan Timur Tengah pada umumnya dalam mengembangkan sektor pariwisatanya. Karena dalam hal ini Timur Tengah dianggap sebagai wilayah yang tidak berkembang dalam sektor pariwisata. Adanya potensi perkembangan dan kemajuan di sektor pariwisata merupakan suatu peluang bagi pemerintah Saudi dalam mengimplementasikan strategi pengembangan dan memajukan perekonomiannya dari segala sektor termasuk sektor pariwisata. (yusuf, 2014).

Literatur ketiga yang digunakan adalah jurnal dengan judul *Diplomasi Publik dan Perjuangan Kepemimpinan Regional: Kasus Arab Saudi* yang ditulis oleh Jens Heibach (2021). Dalam jurnal ini dijelaskan mengenai upaya-upaya yang dilakukan oleh para pemimpin kawasan wilayah regional terkhusus bagi Arab Saudi dalam lingkup kawasan regional Timur Tengah, strategi dan upaya tersebut dilakukan melalui instrumen-instrumen diplomasi publik. Dengan demikian hal yang dilakukan tersebut bertujuan untuk mempertahankan kekuasaan kepemimpinan regional, namun strategi dan upaya yang dilakukan oleh pemimpin dari negara lain dalam mengambil alih kekuasaan tersebut juga menggunakan instrumen yang sama yang mana juga dari diplomasi publik baik secara paksaan maupun secara persuasif. (Heibach, 2021).

Jurnal sebagai literatur ke empat adalah *Menuju Pemberdayaan Saudisasi Tenaga Kerja Sektor Pariwisata di Arab Saudi* yang ditulis oleh Profesor Sultan N. Abu Tayeh dan Dr Mairna H. Mustafa (2011). Jurnal ini menganalisis tentang ketergantungan Arab Saudi mengenai tenaga kerja impor (non-lokal) diberbagai sektor termasuk salah satunya sektor pariwisata, hal ini menjadi fokus bagi pemerintah dan pemilik bisnis pariwisata Saudi dalam melihat dampak potensi dari penerapan saudisasi atau memperkejakan masyarakat lokal di sektor pariwisata. Upaya penerapan dan pemberdayaan saudisasi menjadi hal yang penting bagi pemerintah dan pebisnis pariwisata Saudi terhadap angka pendapatan atau penghasilan yang didapat, sektor pariwisata saat ini sudah menjadi sektor yang dianggap penting bagi keseimbangan dan pendapatan negara Arab Saudi. (Mustafa, 2011).

Literatur selanjutnya adalah jurnal yang berjudul *Teori Basis Ekspor Masa Kini di Arab Saudi* yang ditulis oleh Siti Sutriah Nurzaman (2008). Jurnal ini membahas tentang bagaimana perkembangan perekonomian Arab Saudi di abad 20 hingga 21, spesifikasi dari perkembangan tersebut tentu membahas terkait aktivitas ekspor minyak Saudi. Pesatnya perkembangan tersebut yakni pada masa pemerintahan Raja Faisal, kondisi tersebut membuat negara-negara adidaya seperti Amerika Serikat untuk menganalisis perkembangan tersebut melalui teori basis ekspor pada masa kini. Selain itu dalam jurnal ini juga menjelaskan tentang angka pendapatan Saudi di tiap tahunnya tepatnya pada tahun-tahun memasuki abad ke 21, pembahasan lain juga mengenai perbandingan perekonomian Arab Saudi dengan negara-negara tetangga. (Nurzaman, 2008).

Dalam hal ini setelah adanya literatur review yang telah dipaparkan, penulis menekankan bahwa pada penelitian ini belum ada yang membahas tentang topik terkait. Topik tersebut yakni mengenai strategi diplomasi publik terutama dari sektor pariwisata Arab Saudi dalam meminimalisir ketergantungan ekspor minyak bagi pendapatan negara periode 2020-2021.

1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam menganalisis data sekaligus menjawab rumusan masalah yang ada, penulis menggunakan konsep dari teori diplomasi publik yang dikenalkan dan dipopulerkan oleh Mark Leonard (2002).

Mark Leonard dalam buku *Public Diplomacy* menjelaskan bahwa diplomasi publik merupakan suatu cara untuk membangun hubungan dengan negara lain melalui pemahaman atas negara, budaya, dan masyarakat asing, serta

untuk memperbaiki salah persepsi dalam hubungan internasional. Leonard menyarankan agar pemerintah menjalankan diplomasi publik yang multidimensi untuk mencapai keberhasilan diplomasi publik. Terdapat tiga dimensi utama yaitu *news management* (manajemen berita), *strategic communication* (komunikasi strategis), dan *relationship building* (pembangunan hubungan). Pertama, *News Management* adalah kegiatan yang dilakukan oleh pelaku diplomasi publik dalam melakukan pemberitaan atau memberikan respon terhadap isu atau berita. Kedua, *Strategic Communication* merupakan upaya yang berfokus pada perubahan persepsi, itu sebabnya perlu dilakukan berbagai perencanaan untuk mengelola persepsi negara secara keseluruhan, meliputi objek pemberitaan dan pesan-pesan yang ingin disampaikan. Hal ini sangat dibutuhkan untuk mencapai hasil yang sesuai. Ketiga, *Relationship Building* merupakan upaya mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pihak-pihak tertentu melalui beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi, maupun pemberian akses ke saluran media (Leonard, 2002).

Melihat sejarah dari konsep teori ini (diplomasi publik) bahwa konsep dari teori diplomasi publik merupakan hasil dari teori Barat, dalam hal ini Arab Saudi menjadikan konsep dari diplomasi publik sebagai acuannya dalam upaya untuk menjalankan kepentingannya. Dengan begitu bisa dibilang bahwasannya Saudi mencontoh model dari konsep yang di implementasikan oleh Bangsa Barat dalam upaya memajukan dan memodernkan segala aspek dan instrument negara seperti halnya pada aspek perekonomian, tidak hanya itu saja Saudi juga berupaya dalam mengubah persepsi dan anggapan masyarakat global mengenai citra Saudi yang sudah lama dikenal sebagai negara konservatif yang tertutup dan tidak modern.

Jika dilihat latar belakang dari tokoh pada konsep teori ini (diplomasi publik), pada tahun dikeluarkannya teori ini (Leonard, 2002) juga merupakan tahun-tahun konflik bagi tempat kelahiran Mark yaitu Amerika Serikat. Seperti halnya pada perang Teluk dan juga kondisi konflik lainnya seperti pada kasus WTC atau yang lebih banyak dikenal dengan kasus 911. Dengan demikian adanya konsep dari diplomasi publik merupakan upaya Amerika dalam memperbaiki citra negaranya yang terkenal sebagai negara penjajah yang suka konflik dan perang.

Konsep dari teori ini dikategorikan sebagai jenis diplomasi non-tradisional, selain itu strategi dan cara kerja dari konsep teori ini adalah tergolong kedalam bagian instrumen-instrumen yang bersifat *soft power* (Leonard, 2002). Diplomasi publik dapat dipahami merupakan proses komunikasi antara pemerintah dan masyarakat (publik) yang bersifat mancanegara dengan tujuan memberikan pemahaman terkait negara, budaya, sikap, kepentingan nasional, dan kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh negaranya, mudahnya hal tersebut dapat dipahami bahwa diplomasi publik berfungsi untuk mempromosikan kepentingan domestik (nasional) dari suatu negara melalui kebijakan luar negerinya yang mana juga dimasukan pemahaman-pemahaman dan informasi dengan tujuan mempengaruhi masyarakat dari negara lain atau masyarakat global (Hennida, 2012). Pergeseran sekaligus perkembangan konsep diplomasi dari tradisional menjadi diplomasi yang lebih modern seperti halnya diplomasi publik ini membuktikan bahwa hal tersebut dipengaruhi oleh adanya perkembangan zaman dan globalisasi, perkembangan tersebut hidup berdampingan dengan kehidupan manusia yakni perkembangan-perkembangan berupa ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi (Melisen, 2005).

Sektor pariwisata tentu memiliki keterkaitan dengan sektor ekonomi, upaya pemerintah Saudi dalam mempromosikan budaya serta pariwisata negaranya kepada masyarakat global dapat dianalisis melalui tiga dimensi dari strategi diplomasi publik (Leonard, 2002). Dalam meningkatkan pariwisata di Arab Saudi, konsep dari teori ini sangat cocok untuk menganalisis upaya tersebut, hal-hal dan upaya yang dilakukan oleh pemerintah Arab Saudi dalam meningkatkan sektor pariwisata dapat berjalan dengan sesuai menggunakan pendekatan melalui diplomasi publik (Yoeti, 2008). Dikeluarkannya Saudi Vision 2030 dianggap merupakan sebuah bentuk perkembangan dan reformasi dari kebijakan terkait sektor-sektor tertentu di Arab Saudi, hal tersebut juga merupakan upaya dalam meliberalisasi aspek-aspek seperti pada sektor ekonomi, industri hiburan, pariwisata, pendidikan, dan beberapa sektor-sektor lainnya (Misliharira Shaumi Putri, 2021).

1.7 Argumen Sementara

Sektor pariwisata merupakan bagian dari salah satu sektor sumber pendapatan Arab Saudi, namun seperti apa yang diketahui bahwasannya Arab Saudi merupakan aktor yang paling dominan dalam aktivitas eksportir dan produksi minyak dunia, hasil pendapatan negara yang diperoleh dari produksi dan ekspor minyak merupakan sumber utama bagi pendapatan dari negara ini (Fitria, 2018). Upaya startegi diplomasi publik pemerintah Arab Saudi dalam meningkatkan sektor pariwisata merupakan bagian dari solusi dalam meminimalisir ketergantungan ekspor minyak bagi pendapatan negara, selain itu sektor ini juga bisa terbilang bersifat jangka panjang (Yoeti, 2008). Peran dari

sektor pariwisata menjadi sumber alternatif dan sumber tetap bagi Arab Saudi kedepannya, walaupun hasil dari sektor ini bisa dikatakan tidak sebanyak hasil pendapatan dari aktivitas ekspor minyak. Dengan demikian, melalui strategi diplomasi publik pada sektor pariwisata merupakan sebuah upaya dari pemerintah Arab Saudi dalam meminimalisir ketergantungan ekspor minyak bagi pendapatan negara. Selain itu juga dengan adanya konsep diplomasi publik tentu dapat memperbaiki citra Saudi yang telah lama dikenal sebagai negara yang tertutup, konservatif, dan tidak modern menjadi negara yang mampu bahkan dapat bersaing dengan negara-negara Barat dan juga sebagai negara yang modern.

Dalam mempermudah proses analisis dan proses mengkaji, penelitian ini menggunakan tiga dimensi dari strategi diplomasi publik (Leonard, 2002) yakni pertama manajemen berita (*news management*), komunikasi strategis (*strategic communication*), dan pembangunan hubungan (*relationship building*). Pada strategi yang pertama (manajemen berita) merupakan strategi tentang bagaimana aktor melakukan aktivitas pemberitaan seperti media lokal maupun luar dalam memberitakan dan membawa pesan serta kepentingan yang disampaikan, lalu pada strategi yang kedua (komunikasi strategis) merupakan strategi komunikasi yang bersifat kampanye politik seperti slogan atau tagline dari pariwisata Saudi yang mana berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan kepentingan di sektor pariwisata dan perekonomian Arab Saudi, dan di strategi yang terakhir (pembangunan hubungan) merupakan strategi yang menggunakan pendekatan seperti pembangunan hubungan terhadap individu-individu dan masyarakat global melalui program pendidikan (beasiswa dan pertukaran pelajar), acara pelatihan (*workshop*), dan festival kebudayaan (Leonard, 2002).

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian terdiri atas:

1.8.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, saya akan menggunakan metode kualitatif. Jenis metode kualitatif merupakan salah satu metode dalam mengkaji dan menganalisis suatu penulisan dengan cara mengumpulkan data-data yang ada seperti literatur jurnal atau buku, data tidak dapat diperoleh dengan prosedur berupa angka atau prosedur-prosedur pengukuran yang bersifat statistik, data yang telah terkumpul tentu berguna untuk menjawab rumusan-rumusan masalah yang ada (Rahmat, 2009).

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah Arab Saudi (negara), spesifiknya yakni pemerintah Arab Saudi yang berupaya dalam meningkatkan pariwisata negaranya dengan tujuan meminimalisir ketergantungan ekspor minyak bagi pendapatan negara. Dengan demikian, strategi diplomasi publik pemerintah Arab Saudi periode 2020-2021 menjadi objek pada penelitian ini.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis lebih dominan menggunakan pengumpulan data sekunder, dimana dapat dipahami penggunaan data sekunder adalah dengan melakukan pengumpulan data melalui publikasi literatur digital seperti berupa penulisan-penulisan terdahulu, jurnal artikel, dan juga buku. Teknik pengumpulan data seperti ini tentu sangat cocok dengan metode penelitian kualitatif.

1.8.4 Proses Penelitian

Proses pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yakni:

1. Mengumpulkan data melalui publikasi literatur digital seperti jurnal artikel dan buku.
2. Mengkaji, menyusun, dan menganalisis hasil data yang telah ditemukan.

Proses penyusunan terdiri dari beberapa komponen seperti menuliskan judul, latar belakang, rumusan masalah, skema pembahasan seperti metode dan tujuan penelitian, isi pembahasan hingga sampai tahap pelaporan (hasil akhir).

3. Menuliskan hasil dari data yang diperoleh serta menjawab rumusan masalah pada penelitian ini.

1.9 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari tiga Bab, pada Bab I yaitu berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, cakupan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, argumen sementara, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Lalu pada Bab II berisi tentang pembahasan mengenai kajian dan sumber yang tentunya untuk menjawab rumusan masalah yang ada, selain itu Bab II dari penelitian ini juga membahas tentang permasalahan ekonomi Saudi terkait dampak yang berkepanjangan jika hanya bergantung pada satu sektor saja yaitu pada aktivitas eksportir minyak, dan membahas juga mengenai konsep strategi diplomasi publik dalam kasus untuk meningkatkan pariwisata Arab Saudi dalam meminimalisir ketergantungan ekspor minyak bagi pendapatan negara dengan rentang waktu periode 2020-2021. Pada Bab III penelitian ini mengkaji

keterkaitan variabel kasus dengan konsep teori yang mana nantinya akan menghasilkan sebuah analisis penelitian guna menjawab pertanyaan dari rumusan masalah penelitian, selain itu juga pada bab ini menganalisis kasus dari variabel terkait. Dan yang terakhir adalah Bab IV, Bab ini merupakan Bab akhir dari keseluruhan penelitian dengan menyampaikan hasil dari inti penelitian yang mencakup kesimpulan akhir.



BAB 2

PROBLEMATIKA DAN KEBIJAKAN EKONOMI ARAB SAUDI

Seperi apa yang sudah dikenal dan diakui oleh negara-negara dan masyarakat internasional, Arab Saudi merupakan negara yang pendapatan utama negaranya bersumber dari aktivitas di sektor minyak (Fajriyah, 2022). Minyak sudah dianggap menjadi sumber pokok dan sumber utama penghasil Saudi, pendapatan negara yang diperoleh dari sektor minyak merupakan pemasok utama angka dari pendapatan Saudi (Fajriyah, 2022). Namun seiring berjalannya waktu aktivitas dari produksi minyak Saudi semakin lama semakin berkurang, untuk mengantisipasi akan terjadinya hal tersebut maka pemerintah Saudi mengeluarkan kebijakan terkait Visi Saudi 2030 yang mana kebijakan ini guna meliberalisasi ekonomi negara dan mengurangi serta meminimalisir ketergantungan pada sektor minyak (Anna Zakiah Derajat, 2021).

Sebelum masuk ke inti dari permasalahan Saudi, Arab Saudi sudah lebih dahulu dikenal sebagai negara konservatif yang tertutup dan tidak modern. Reputasi yang kurang baik ini tentu tergolong juga sebagai bagian dari masalah bagi Saudi, upaya pemerintah Saudi dalam mengubah persepsi masyarakat global tentang Arab Saudi dilakukan melalui pendekatan dari konsep diplomasi publik. Strategi-strategi dan kebijakan pada konsep diplomasi publik yang dikeluarkan oleh pemerintah Saudi yaitu pada kebijakan tentang visi Saudi 2030, kebijakan ini menjadi batu loncatan bagi Saudi dalam memajukan serta menjadikan negaranya menjadi lebih modern. Hal lain juga guna memperbaiki citra Arab Saudi terhadap masyarakat global terutama bagi masyarakat Barat (Hidriyah, 2016).

Adanya Saudi Visi 2030 juga berguna untuk memfokuskan dan mengembangkan sektor-sektor lain selain dari sektor minyak dalam membantu perekonomian negara seperti halnya pada sektor pariwisata, cadangan-cadangan minyak Arab Saudi yang disimpan pada saat ini lebih banyak dibatasi dimana aktivitas dari ekspor minyak juga dikurangi dengan tujuan cadangan-cadangan tersebut digunakan untuk kebutuhan dalam negeri (Anna Zakiah Derajat, 2021). Dengan begitu semakin kesini pendapatan dari sektor minyak Saudi sedikit demi sedikit semakin menurun, adanya sektor lain seperti pada sektor pariwisata merupakan bagian dari sektor yang membantu pendapatan negara sekaligus menjadi sektor alternatif untuk pendapatan Saudi dalam meminimalisir ketergantungan pada sektor minyak (Hidriyah, 2016).

Sektor minyak memiliki kontribusi yang sangat besar bagi pendapatan Saudi, namun seperti apa yang sudah dibahas pada paragraf sebelumnya bahwa disusunnya kebijakan terkait Saudi Visi 2030 bertujuan untuk beralih dari sektor minyak ke sektor-sektor lainnya seperti pada sektor pariwisata (Hidriyah, 2016). Dilakukannya pengembangan terkait sektor pariwisata merupakan bagian dari pelaksanaan dalam pengimplementasian dari Visi Saudi 2030 oleh pemerintah Saudi, Pariwisata Saudi sudah dianggap menjadi sektor tetap dalam mengisi pendapatan negara yang mana pada sektor ini sangat cepat meningkat angka wisatawan asing pada tiap tahunnya terutama pada saat pelaksanaan ibadah Umrah dan juga Haji (Anna Zakiah Derajat, 2021). Dengan demikian sektor Pariwisata Saudi menjadi sektor kedua setelah sektor minyak yang memiliki kontribusi besar terhadap pendapatan Saudi, Selain itu juga sektor Pariwisata memiliki potensi

besar dalam peralihan dari sektor minyak di mana guna meminimalisir ketergantungan pada pendapatan negara di bidang minyak.

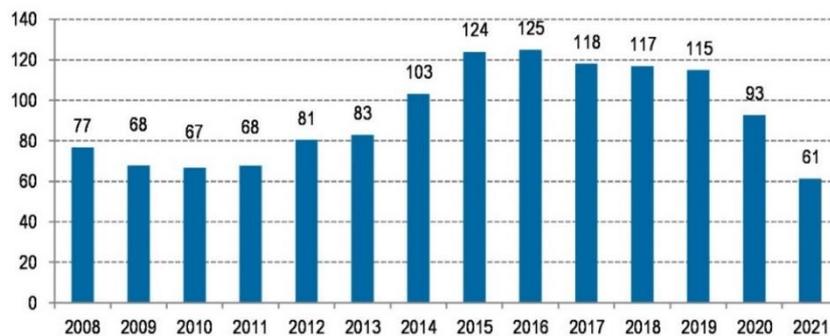
2.1 Permasalahan Ekonomi Arab Saudi

Proses aktivitas ekonomi Arab Saudi di abad ke-20 secara data dapat dikatakan hampir keseluruhan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, hal ini juga menjadi awal yang baik bagi kegiatan perekonomian Saudi dibidang eksportir minyak pada saat memasuki awal-awal abad ke-21. Turunnya angka perdagangan Saudi di sektor ekspor minyak pada lima tahun terakhir ini sejak 2017 hingga 2021 ini dikarenakan beberapa hal dan faktor permasalahan yang dialami oleh Saudi, di antaranya permasalahan utama bagi negara-negara penghasil minyak seperti halnya Arab Saudi adalah tentu akan terus berkurang minyak bumi yang dihasilkan tersebut (Hidriyah, 2016). Maka dari itu cadangan minyak bumi Saudi dari tahun ke tahun semakin berkurang, dengan demikian hal ini menjadi tugas bagi pemerintah Arab Saudi untuk mengurangi penjualan dari aktivitas ekspor minyak yang mana cadangan dari minyak yang dihasilkan tersebut juga diperlukan untuk kebutuhan nasionalnya (Faisol, 2018).



Grafik 1. Penurunan Harga Minyak Arab Saudi sejak 2014 (Omar, 2020).

Gambar diatas menunjukkan bahwa pada bulan Juni 2014 harga minyak Arab Saudi mulai mengalami penurunan, penurunan yang terus menerus ini tentu membuat pemerintah Saudi untuk melakukan pembaharuan dalam menghadapi keadaan tersebut. Pada bulan April tepatnya di tahun 2016 pemerintah Saudi mengeluarkan serta mengumumkan kebijakan terkait Visi Arab Saudi 2030, yang mana hal ini menjadi acuan sekaligus target bagi pemerintah Saudi untuk tahun-tahun kedepannya terutama di tahun 2030 mendatang untuk mengembangkan seluruh sektor diluar sektor minyak dimana sektor minyak tidak lagi menjadi sektor yang diutamakan dan untuk tidak bergantung ke sektor minyak karena pada sektor tersebut memiliki harga yang fluktuatif dan tentunya semakin berkurang dan dapat habis sewaktu-waktu (Citra Nur Hikmah, 2019). Dengan demikian hal tersebut membuat pemerintah Saudi sangat khawatir terhadap negaranya yang terlalu bergantung pada sektor minyak, sehingga hal ini menjadikan pemerintah Saudi untuk tidak mengandalkan sektor minyak sebagai sumber pendapatan negaranya (Anna Zakiah Derajat, 2021).



Source: Baker Hughes, J.P. Morgan estimates.

Grafik 2. Data Minyak Arab Saudi yang mengalami penurunan pada 13 tahun terakhir (Patterson, 2020).

Dapat dilihat bahwa pada 13 tahun terakhir naik turunnya data pendapatan negara yang diperoleh Arab Saudi di sektor minyak lebih didominasi dengan penurunan data, dimulai dari tahun 2019 hingga 2021 penurunan tersebut terbilang cukup parah. Dalam kurun waktu tersebut merupakan fase tahun-tahun dari pandemi Covid-19, tidak hanya Arab Saudi negara-negara penghasil minyak lainnya pun mengalami kondisi yang sama dimana pada fase tersebut semua aktivitas produksi dan perdagangan minyak bumi diseluruh dunia terhambat dikarenakan semua negara termasuk Arab Saudi fokus untuk mengatasi pandemi tersebut sehingga menghentikan sejenak aktivitas ekonomi di sektor minyaknya (Nugroho, 2020). Selain itu terhentinya aktivitas disektor minyak akibat adanya pandemi dari Covid-19 berpengaruh juga terhadap jumlah rata-rata Rig di seluruh dunia, termasuk salah satunya Arab Saudi juga mengalami penurunan pada jumlah rata-rata Rig pada kurun waktu tahun 2019 hingga tahun 2021 (Patterson, 2020).

Di akhir tahun 2019 hingga memasuki awal tahun 2020 seperti apa yang kita lihat dan rasakan pada fase tersebut merupakan masa pandemi dari wabah corona virus (Covid-19), di masa tersebut tentu merupakan masa yang buruk bagi negara-negara di dunia termasuk Arab Saudi terhadap aktivitas nasional maupun internasional di mana roda ekonomi dunia seketika berhenti sesaat secara bersamaan (Sikki, 2020). Seperi halnya pada Arab Saudi di mana pandemi tersebut juga membuat Arab Saudi terhenti pada aktivitas perdagangan Minyak, terhentinya aktivitas dari produksi dan ekspor minyak ini sangat mempengaruhi pendapatan Saudi (Sikki, 2020). Musibah ini menuntut semua negara di dunia untuk berfokus menangani wabah pandemi tersebut terutama kesehatan dari masing-masing masyarakatnya, dalam hal ini pandemi menjadi fokus utama yang

harus ditangani bagi seluruh negara-negara di dunia tanpa melihat dan mengedepankan sektor-sektor lain terlebih dahulu dalam beberapa waktu seperti pada sektor perekonomian. Selain itu juga wabah ini berdampak pada acara-acara pertemuan antar petinggi dari setiap negara termasuk Saudi yang telah direncanakan sebelumnya baik pertemuan bilateral maupun multilateral yang mana hal ini terpaksa diubah menjadi pertemuan virtual (Nugroho, 2020).

Serangkaian kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh WHO dan juga dari setiap masing-masing negara di dunia terhadap wabah pandemi covid-19 seperti halnya kebijakan tentang dibatasinya akses bahkan penutupan akses di sebuah wilayah atau area (*Lockdown*) yaitu memiliki tujuan utama yakni untuk melindungi umat manusia dari adanya wabah tersebut (Haskar, 2021), pendapat ini juga didukung oleh para tokoh serta ahli kesehatan dan ekonomi internasional bahwasannya jika tujuan utama tersebut berhasil (melindungi manusia) maka tujuan lainnya seperti menjaga kestabilan ekonomi global pun juga akan ikut berhasil (Sikki, 2020).

Dengan begitu adanya kondisi yang seperti ini mendorong pemerintah Saudi untuk sementara waktu melakukan hal yang serupa dengan negara-negara lain yakni membuat kebijakan terkait pembatasan kuota pada pelaksanaan haji dan umrah bagi negara-negara terkait, dengan demikian hal ini juga menjadi bagian dari permasalahan ekonomi Saudi pada sektor pariwisata (Taufiqurrachman, 2021). Jangka waktu yang tidak terlalu lama bagi Arab Saudi untuk memulihkan kembali industri pariwisatanya, dimana pada awal fase *new normal* yakni memasuki bulan-bulan pada akhir tahun 2020 pemerintah Saudi kembali untuk

menormalisasi sektor-sektor yang menjadi lumbung pendapatan di sektor ekonomi seperti pada bidang pariwisata dan juga aktivitas ekspor minyak.

Sebelum menghadapi adanya permasalahan terkait pandemi covid-19, Arab Saudi telah mendapatkan berbagai permasalahan yang mencakup dengan negara-negara wilayah teluk salah satunya pada lima tahun sebelumnya. Kasus tersebut yaitu pada konflik antara Yaman dengan Iran yang terjadi pada akhir tahun 2014, pada kasus ini Saudi memberikan bantuan militer terhadap Yaman yang mana dengan didasari beberapa alasan dan kepentingan. Intervensi militer yang dilakukan Saudi tentu tidak lain bertujuan untuk mengamankan kepentingan politik dan ekonomi dengan Yaman, Pengamanan perbatasan Yaman yang dilakukan oleh militer Saudi merupakan sebuah upaya untuk mencegah masuknya pasukan-pasukan Iran terutama melindungi Yaman dan masyarakatnya atas adanya aksi agresi dari kelompok pemberontak Houthi (Rimapradesi, 2020).

Intervensi militer yang dilakukan oleh Saudi pada kasus antara Yaman dan Iran tentu sangat terlihat bahwa motif intervensi tersebut menunjukkan akan kepentingan ekonomi Saudi dalam mengamankan hubungan ekonominya dengan Yaman (Priambodo, 2017), dengan begitu Yaman memiliki peran penting bagi perekonomian Saudi dimana Negri Yaman merupakan akses utama bagi Saudi ke selat Bab el-Mandeb (akses Sanaa) yang menghubungkan Laut Merah ke Samudera Hindia yang mana sebagai pintu utama Saudi untuk mengekspor minyak (Sari, 2022). Dengan demikian pada kasus perang saudara antara Yaman dan Iran menjadi bagian masalah bagi Saudi karena hal ini dianggap dapat mengancam hubungan politik dan ekonomi antara Saudi dengan Yaman, Intervensi militer yang Saudi lakukan juga bertujuan untuk mengamankan

hubungan ekonominya yang telah dibangun dengan Yaman dan menahan upaya Iran untuk mencoba membangun hubungan ekonomi serta menahan hegemoni Iran dan perimbangan kekuatan di wilayah negara Teluk (Rimapradesi, 2020).

Hal ini juga menunjukkan bahwa konflik yang terjadi antara Iran dan Yaman sangat mengganggu Saudi karena Yaman merupakan negara yang sudah lama bermitra dan bekerjasama dengan Saudi di sektor minyak, Peran Iran disini dianggap mengusik sehingga aktivitas dagang Saudi di sektor minyak terhadap Yaman terganggu dan tentunya berkurang (Sari, 2022). Oleh karena itu pada sepuluh tahun terakhir ini Permasalahan ekonomi Saudi terjadi disebabkan oleh kondisi buruk yang terjadi dari aktivitas politik negara Teluk seperti konflik antara Yaman dan Iran, selain itu wabah pandemi covid-19 juga termasuk sebagai masalah Saudi yang mana tidak hanya pada sektor ekonomi saja begitu juga dengan semua negara-negara di dunia mengalami hal yang serupa. Diluar itu permasalahan minyak lebih dikhawatirkan dan menjadi fokus utama bagi pemerintah Saudi, kenaikan harga minyak yang terus melejit tentu juga membuat cadangan minyak semakin berkurang dan menimbulkan kekhawatiran dari berbagai negara akan terjadinya krisis harga dan krisis ekonomi global (Nosami Rikadi SE, 2008).

2.2 Visi 2030 Arab Saudi

Dalam menghadapi era 5.0 dan era digital persaingan antar negara-negara di dunia dalam menghadapi globalisasi dan modernisasi terkhusus dalam memajukan perekonomian masing-masing negara dalam menjalani aktivitas tersebut tergolong secara perlahan dan bertahap perkembangannya, terutama

dalam pemulihan ekonomi global pasca terjadinya pandemi covid-19 dan juga terkhusus untuk dua puluh negara-negara yang termasuk kedalam anggota G20 merupakan dua puluh negara yang terbilang maju dan mampu menjadi penyokong aktivitas perekonomian global (Astuti, 2020). Arab Saudi menjadi salah satu di antaranya dari negara keanggotaan G20, hal ini menunjukkan bahwa Saudi menjadi negara yang layak disebut sebagai negara maju dan terbilang bagus dalam perihal aspek ekonomi. Dengan begitu dengan dikeluarkannya kebijakan tentang Visi 2030 Arab Saudi diharapkan menjadi sumber baik bagi Saudi dalam mengembangkan dan memajukan aspek perekonomian secara jangka panjang.

Dikutip dari data yang dikeluarkan oleh World Bank, dinyatakan bahwa aktivitas dari pertumbuhan ekonomi Saudi dalam sektor penjualan minyak menurun menjadi kurang lebih 1,7% pada tahun 2019 (Misliharira Shaumi Putri, 2021). Hal tersebut menjadi tantangan ekonomi yang paling menakutkan bagi Saudi dimana ketika harga minyaknya jatuh hampir di setiap musim panas, Visi Saudi 2030 dirancang untuk mengubah dan mengembangkan ekonomi Saudi serta dirancang untuk mengurangi ketergantungan negara pada minyak yang tentunya dengan disokong oleh sektor-sektor lain seperti dari sektor swasta yang kuat (Wolff, 2020). Transformasi ini menyiratkan tingkat liberalisasi sosial pada masyarakat Saudi dan industri-industri lain selain aspek perminyakan dalam membantu meningkatkan pendapatan negara, seperti pada pertumbuhan industri hiburan dan pariwisata yang diharapkan menjadi alternatif dari lumbung penghasilan Saudi setelah industri perminyakan (Kinninmont, 2017).

Dalam mencapai kesuksesan pada Visi Saudi 2030 program awal yang dibangun sekaligus menjadi pupuk awal akan kelancara pada Visi Saudi 2030

adalah program transformasi pendidikan nasional di tahun 2020, tujuan lain sekaligus utama dari program yang dibawa oleh pemerintah Saudi ini adalah untuk membangun ekonomi Saudi yang berbasis pengetahuan (Alfuraih, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah Saudi sangat memperhatikan aspek pendidikan, pendidikan menjadi pondasi dasar dari kelancaran dan keberlangsungan dari Visi Saudi 2030. Pada implementasinya sektor ini (pendidikan) telah lama mengadakan program pertukaran pelajar. Hal ini tentu bertujuan untuk memudahkan aktivitas pasar yang mana pada program pendidikan ini diselipkan untuk mewajibkan penggunaan bahasa inggris, selain itu juga telah ditetapkan kebijakan terkait pasar dan bahasa di Arab Saudi yang dapat berkontribusi untuk mensukseskan jalannya Visi Saudi 2030 (Alzahrani, 2017). Tidak bisa terbantahkan bahwasannya bahasa internasional yang saat ini sangat penting untuk dikuasai adalah bahasa inggris, komunikasi yang dijalin terutama bagi para petinggi negara dalam menjalin hubungan dengan antar negara tentu menggunakan bahasa inggris (Juriana, 2017).

Tidak hanya meliberalisasi pada aspek ekonomi saja, Visi Saudi 2030 hampir di antaranya meliberalisasi seluruh aspek aktifitas sosial politik di Arab Saudi (Wolff, 2020). Sektor lain diluar sektor ekonomi yang juga diperhatikan oleh Visi Saudi 2030 salah satunya adalah pada aspek kesehatan dan obat-obatan, model baru farmasi dan model apotek baru Saudi pada Visi 2030 ini mengeluarkan kebijakan barunya seperti tentang mitra kerjasama dengan rumah sakit internasional dan perusahaan kesehatan internasional serta penggunaan sistem asuransi kesehatan yang berlaku baik warga negara lokal maupun warga

negara asing terkhusus untuk semua pengunjung dari luar negeri yang melaksanakan ibadah haji dan umrah (Alomi, 2017).

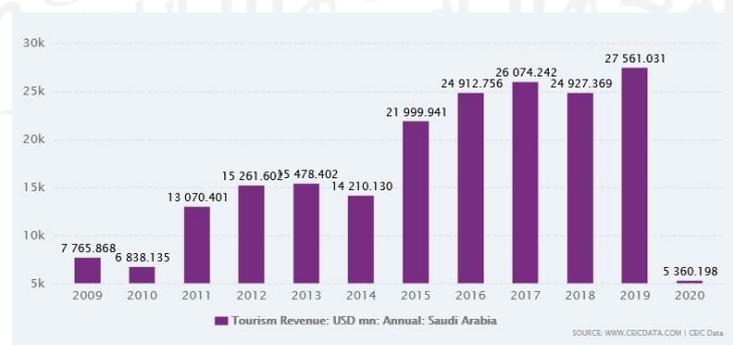
Selain itu hal-hal mengenai reformasi pemberdayaan dan hak-hak perempuan juga diperhatikan di dalam Visi Saudi 2030, rendahnya partisipasi dan pemberdayaan perempuan Arab Saudi dibidang pekerjaan dan pendidikan membuat Saudi dianggap sebagai negara yang tertinggal peradabannya di era modern seperti pada saat ini (Analieza Ilmiatun Mufiedah, 2020). Kontribusi perempuan Saudi dalam bidang pekerjaan dan pendidikan pada saat ini jauh lebih banyak dan lebih baik, agenda dari Visi Saudi 2030 merupakan aset besar bagi Saudi yang salah satunya untuk mengantar peran wanita Saudi dalam mengembangkan bakatnya serta bagaimana wanita dapat menginvestasikan kemampuan yang ia miliki (Rosida, 2018). Instrumen-instrumen kesetaraan gender yang dibawa oleh Visi 2030 menjadi harapan besar bagi perempuan Saudi agar tidak dibatasi baik dalam bidang ekonomi, pendidikan, pekerjaan, maupun dibidang politik (Nevy Rusmarina Dewi, 2020).

Dalam hal ini Visi Saudi 2030 memang lebih memfokuskan kepada sektor ekonomi, namun sektor-sektor lain diluar ekonomi juga tentunya ikut terseret seperti pada aktivitas sosial dan politik sehingga ikut diperhatikan ke dalam Visi 2030 tersebut. Dengan demikian poin-poin inti yang dikeluarkan oleh Visi Saudi 2030 pada aspek ekonomi yakni di antaranya membahas tentang peningkatan fungsi dan kapasitas pemerintah Arab Saudi, pemanfaatan tenaga kerja yang lebih besar dan tingkat ketenagakerjaan untuk Arab Saudi, peningkatan lingkungan bisnis, pertumbuhan budaya kewirausahaan dan mendukung pertumbuhan kecil usaha menengah, privatisasi industri terpilih dan investasi asing langsung,

membuka lingkungan sosial dalam menggunakan kembali dana investasi publik dan mengembangkan megaproyek, serta tentang pembiayaan di tahun 2030 (Wolff, 2020).

2.3 Strategi Kebijakan Pariwisata Arab Saudi

Dalam lima tahun belakang ini kondisi perekonomian Saudi dapat dikatakan tidak stabil terutama pada akhir tahun 2019 hingga memasuki awal dari tahun 2020, dimana pada tahun tersebut merupakan fase penurunan pendapatan Saudi di sektor ekonomi yang disebabkan karena adanya pandemi dari Covid-19 (Sutrisno, 2021). Pada sektor ekonomi Saudi aktivitas ekspor minyak menjadi penopang utama pendapatan negara, namun dalam meminimalisir ketergantungan tersebut alternatif terbaik Saudi dalam membantu perekonomian dan pendapatan negara adalah pada bidang pariwisata. Dalam hal ini aktivitas ekonomi Saudi baik dibidang minyak maupun pariwisata diperlukan adanya strategi dalam membangun dan meningkatkan pendapatan negara pada saat fase penurunan seperti pada masa pandemi Covid-19, dengan demikian hal tersebut dibuktikan dengan penurunan drastis angka wisatawan di Saudi yang diakibatkan *lockdown* di hampir kebanyakan negara pada umumnya (Kassem, 2021).



Grafik 3. Pendapatan sektor Pariwisata Arab Saudi (DATA, 2020)

Pada tahun 2020 pendapatan pariwisata Arab Saudi tercatat menurun hingga 5 juta USD, penurunan ini juga sekaligus menjadi rekor buruk bagi Saudi disbanding dengan penurunan pada enam tahun sebelumnya di tahun 2014 (DATA, 2020). Namun dapat dilihat bahwa peningkatan pendapatan pariwisata Saudi ditahun-tahun sebelumnya terhitung sangat cepat, sektor pariwisata Saudi terbilang cukup mudah dan cepat dalam meningkatkan angka pendapatan negara. Penurunan tersebut pada 2019 ke 2020 disebabkan karena adanya pandemi Covid-19 yang mana kebanyakan diantaranya pemerintah-pemerintah diseluruh dunia mengeluarkan kebijakan terkait dibatasinya masyarakat untuk keluar negeri dan berpergian (*Lockdown*) yang bertujuan untuk mengurangi adanya interaksi sosial dalam mengantisipasi penularan terkait pandemi tersebut (Kassem, 2021), kurang lebih dari setahun setelah pandemi pemerintah Saudi mengambil tindakan untuk menormalisasi dalam pemulihan pariwisatanya melalui strategi-strategi pada Visi Saudi 2030 (Wolff, 2020).

Strategi tersebut diantaranya seperti program pemerintah dalam memberikan visa untuk turis asing, dibukanya bioskop, dibangunnya taman hiburan terbesar di Arab Saudi (The Mukaab) serta kebijakan terbaru tentang diperbolehkannya staycation bagi wisatawan yang belum menikah (lawan jenis) (Haryanti, 2019). Dikeluarkannya kebijakan-kebijakan ini seperti pembangunan berkelanjutan serta kebijakan visa dapat terbilang bahwa kebijakan tersebut dapat dikategorikan pada strategi diplomasi publik pembangunan hubungan (*relationship building*) karena dianggap kebijakan tersebut bersifat jangka panjang (Leonard, 2002).

Arab Saudi sejak dahulu telah lama dikenal oleh masyarakat global sebagai pusat dari negara muslim di dunia, selain itu juga Saudi menjadi salah satu negara muslim yang tergolong sebagai negara maju. Dalam sektor pariwisata Saudi tentu sangat amat terlihat bahwa pasar pariwisata bagi negara ini adalah negara-negara muslim di dunia pada umumnya seperti Indonesia, Yaman, Mesir, Iran, dan lain sebagainya yang mana pusat peribadatan dalam pelaksanaan Haji dan Umrah yang dilaksanakan di Arab Saudi, hal ini tentu menjadi bagian salah satu strategi Saudi dalam meningkatkan pasar pariwisata negaranya melalui hubungannya dengan negara-negara Islam lainnya (Kassem, 2021).

Melihat perkembangan pariwisata Saudi pada lima tahun terakhir ini sejak 2017 hingga 2021, kota-kota dan spot pariwisata semakin banyak dan tentunya menjadi potensi yang baik bagi perkembangan sektor pariwisata Saudi. Seperti diantaranya dari sekian banyak tempat-tempat wisata yang sering menjadi spot incaran para wisatawan asing maupun lokal selain pelaksanaan haji dan umrah adalah ada wisata ke Kota Nabi Shaleh dan wisata kereta gantung di Kota Thaif, baru-baru ini wisata ke Kota Nabi Shaleh yang bertempat di Madinah ini sangat menarik wisatawan dalam melihat bukti sejarah Saudi pada masa lampau yang dahulu merupakan tempatnya kaum Nabi Shaleh yakni adalah Kaum Tsamud (Muhammad, 2019). Data menunjukkan bahwa setelah selesainya pandemi dari Covid-19 hingga 2021 ini rata-rata ada 29,5 juta wisatwan asing dan 32,5 wisatawan dalam negeri tiap tahunnya, jika ditotal keseluruhan dari para pengunjung dan wisatawan tersebut kurang lebih ada sekitar 62 juta wisatawan yang mengunjungi wisata-wisata sejarah sekaligus pada pelaksanaan Haji dan Umrah (Authority, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa negara-negara muslim di

dunia menjadi pasar bagi Saudi dalam menarik wisatawan dan meningkatkan angka pendapatan negaranya melalui sektor pariwisata.

Kebijakan terkait visa juga menjadi bagian dari strategi Saudi dalam sektor pariwisata, dikatakan demikian karena visa merupakan bagian dari instrumen yang berkaitan dengan wisatawan asing yang tergolong kedalam sektor pariwisata (Aulaqi, 2014). Kebijakan visa ini yaitu kebijakan dan aturan yang dikeluarkan untuk para wisatawan asing dimana dengan jangka waktu enam puluh hari atau sekitar kurun waktu kurang lebih dua bulan untuk masa penggunaan visa, kebijakan ini membuat wisatawan-wisatawan asing untuk dapat tinggal lebih lama lagi di Saudi yang tentunya lebih leluasa dan puas dalam mengunjungi tempat-tempat serta berwisata di Saudi terutama dalam melaksanakan ibadah Haji dan Umrah (Firma Riza Aksamilani Soumena, 2022). Dalam hal ini, hal-hal tersebut seperti perkembangan potensi dari tempat-tempat wisata di Saudi serta kebijakan yang mengurus perihal visa merupakan bagian dari strategi kebijakan pariwisata Arab Saudi yang digolongkan ke dalam strategi pembangunan hubungan (*relationship building*) karena bersifat jangka panjang (Leonard, 2002).

2.4 Opini Publik Terhadap Arab Saudi

Jauh sebelum memasuki era modern, negara-negara bagian Timur pada umumnya dikenal oleh masyarakat global terutama bagi masyarakat Barat menganggap bahwa negara-negara Timur seperti Arab Saudi merupakan negara yang sangat tertutup dan tidak bebas. Dapat dikatakan demikian karena aturan-aturan dan kebijakan antara Arab Saudi dengan negara-negara Barat hampir

dikatakan jauh berbeda, terutama terkait hal-hal kebebasan dan prinsip terkait hak asasi manusia (HAM) memiliki pemahaman yang relatif berbeda (Iskatrinah, 2022). Kebanyakan dari masyarakat global diantaranya melihat bahwa Arab Saudi merupakan negara yang dikenal dengan negara dengan pelanggaran-pelanggaran hak asasi manusia, seperti halnya terkait aturan tentang hukuman mati seperti pancung dan juga hukuman rajam, lalu kasus-kasus penyiksaan terhadap buruh migran dan perbudakan, banyaknya diskriminasi ras terhadap kelompok-kelompok minoritas, serta aturan yang membatasi hak perempuan yakni aturan tentang tidak diperbolehkannya perempuan untuk menyetir atau mengemudi kendaraan (Minds, 2013). Dengan demikian sangat tidak heran jika masyarakat global terkhusus bagi masyarakat Barat pada umumnya menganggap bahwa image dari Arab Saudi merupakan negara konservatif yang tertutup, tidak modern, dan banyak pelanggaran-pelanggaran HAM di dalamnya (Minds, 2013).

Opini dari masyarakat global yang telah dijelaskan pada paragraph sebelumnya tentu juga akibat dari adanya aktivitas media-media dalam membawa berita atau informasi yang disampaikan (Kurnia, 2005), aktivitas dari media internasional sudah lama dikuasai oleh media dari negara-negara Barat, hal ini juga menambah power Barat dalam menguasai opini-opini masyarakat dunia (Azmi, 2013). Namun seiring perkembangan zaman dan memasuki era modern, globalisasi memiliki dampak dan pengaruh yang cukup besar bagi Arab Saudi, dampak tersebut ditunjukkan dengan adanya perubahan pada kebijakan-kebijakan serta aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah Saudi bahwa. Di bawah kepemimpinan Raja Salman saat ini Arab Saudi pada enam tahun terakhir sejak 2016 hingga 2021 terlihat bahwa kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan sangat

menunjukkan bahwa Saudi sedikit demi sedikit bertransformasi menjadi negara yang lebih liberal (Anna Zakiah Derajat, 2021). Bukti tersebut juga diperkuat dengan dikeluarkannya kebijakan Saudi Vision 2030 pada tahun 2016, salah satu tujuan dari dikeluarkannya Visi 2030 Arab Saudi adalah untuk meliberalisasi segala aspek dan sektor perekonomian Arab Saudi dan juga meliberalisasi aktivitas sosial dari masyarakat Arab Saudi (Kinninmont, 2017).

Proses transformasi Arab Saudi menjadi negara yang lebih liberal merupakan solusi untuk mengubah persepsi atau image buruk dari masyarakat global tentang Arab Saudi (Kinninmont, 2017), namun tentu saja walaupun proses tersebut (liberalisasi) sudah banyak ada perubahan tapi tetap saja beberapa dari masyarakat global bahkan terbilang relatif cukup banyak terutama bagi masyarakat Barat pada umumnya masih menganggap dan melihat bahwa Saudi merupakan negara yang memiliki sejarah kelam terutama pada konteks pelanggaran-pelanggaran hak asasi manusia. Anggapan tersebut juga tentu masih melekat dikarenakan adanya trauma tersendiri bagi para korban-korban tertentu pada kasus penyiksaan, diskriminasi, serta dibatasinya hak asasi bagi perempuan dan juga kekerasan terhadap perempuan (Minds, 2013). Hal ini sudah menjadi opini umum bagi masyarakat global dalam melihat negara Arab Saudi, dengan begitu opini buruk tersebut menjadi masalah bagi Arab Saudi yang mana tentunya menjadi tugas bagi pemerintah Arab Saudi untuk memperbaiki citra dari negaranya dengan cara seperti memodernisasi dan meliberalisasi pada aspek-aspek yang sudah dijelaskan sebelumnya (Rosana, 2011). Karena citra buruk negara tentu sangat mempengaruhi segala aspek dan sektor termasuk pada pertumbuhan pada sektor perekonomian negara (Easterly, 2002).

BAB 3

STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK ARAB SAUDI UNTUK MENINGKATKAN PARIWISATA

Dalam melihat aktivitas ekonomi dan pendapatan Arab Saudi pada lima tahun terakhir ini sejak 2017 hingga 2021 menunjukkan bahwa data statistik dari aktivitas ekonomi dan pendapatan negara lebih di dominasi dengan penurunan (data yang buruk) dibanding dengan keuntungan atau peningkatan angka pendapatan negara yang jauh di dominasi dengan kondisi yang buruk, terutama di fase tahun-tahun masa pandemi dari Covid-19 yang mana di fase tersebut sangat berpengaruh terhadap aktivitas ekonomi global termasuk diantaranya negara-negara terdampak seperti Arab Saudi (Dedi Junaedi, 2020).

Hal ini membuat Saudi untuk meliberalisasi sektor ekonominya yang mana dengan dikeluarkannya kebijakan tentang Visi Saudi 2030 yang bertujuan agar Saudi tidak dapat bergantung pada satu sektor saja atau pada penghasilan yang diperoleh dari aktivitas ekspor minyak saja, melainkan sektor lain juga sama pentingnya dalam membantu meningkatkan pendapatan negara terutama pada sektor pariwisata yang memiliki potensi besar dalam membantu pendapatan Saudi ketika hasil pendapatan negara dari bidang ekspor minyak sedang mengalami penurunan (Anna Zakiah Derajat, 2021).

Dengan demikian dalam memudahkan penelitian ini penulis menggunakan pendekatan dari tiga dimensi strategi diplomasi public dari Mark Leonard, terdapat tiga dimensi utama yaitu *news management* (manajemen berita), *strategic communication* (komunikasi strategis), dan *relationship building* (pembangunan

hubungan). Dalam kata lain hal ini dapat dipahami merupakan upaya dalam hubungan Kerjasama antar negara, upaya negara dalam mengiklankan sektor pariwisatanya, lalu upaya negara dalam hubungan dengan individu atau masyarakat global (Leonard, 2002).

3.1 Manajemen Berita (*News Management*)

Pada dimensi yang pertama ini merupakan startegi dari teori diplomasi publik yang berupa manajemen berita, dapat ditunjukkan bahwa strategi ini merupakan strategi tentang bagaimana aktor melakukan aktivitas pemberitaan seperti media-media lokal maupun media luar dalam membawa berita-berita atau informasi yang disampaikan kepada masyarakat global terkait kepentingan-kepentingan yang dibawa seperti contohnya dalam mempromosikan pariwisata Arab Saudi (Leonard, 2002)

Seperti apa yang sudah diketahui bahwasannya sektor pariwisata Arab Saudi memiliki potensi yang sangat besar dalam menopang dan menjadi sektor alternatif setelah pengahsilan utama (di bidang minyak) untuk membantu meningkatkan ekonomi dan pendapatan negara (Kinninmont, 2017), oleh karena itu strategi yang pertama ini merupakan bagian dari cara yang dilakukan oleh pemerintah Saudi untuk meningkatkan dan memajukan sektor pariwisatanya sekaligus menaikkan angka pendapatan perekonomian negaranya dengan cara mempromosikan pariwisatanya melalui media-media lokal dan juga media-media asing yang bekerjasama denga Arab Saudi, namun dalam proses implementasinya ada saja beberapa media yang tentunya tidak suka dengan Saudi yang mana Saudi harus dapat merespon dan mengcounter berita dari media tersebut.

Pada aktivitas media dan pemberitaan, media-media Saudi tentu tidak hanya memberitakan tentang hal-hal seperti isu politik dan agama saja namun media Saudi dalam melakukan pemberitaan sudah menjadi alat bagi Saudi dalam memperkenalkan dan memberitakan citra baik pariwisata Arab Saudi ke kancan internasional (Al-Rasheed, 2008). Media-media lokal Saudi yang aktif bergerak terutama dalam memberitakan hal-hal terkait pariwisata diantaranya adalah seperti Visit Saudi, Arab News, Saudi Gazette, BBC TV Arabic, dan lain sebagainya, selain itu media-media lain milik pemerintah Saudi yaitu diantaranya adalah Saudi Tourism Authority, dan Saudi Press Agency (Chocrane, 2007).

Namun pada perkembangannya aktivitas dari media-media di luar media Saudi ada beberapa media yang kontra dengan opini Arab Saudi seperti pada media Qatar yakni Al Jazeera, konflik antara Arab Saudi dan Qatar memiliki dampak terhadap bagi negara-negara tetangga sekita di mana konflik ini menyebabkan terjadinya krisis diplomatik, hal demikian Al Jazeera berada di dalam kondisi konflik tersebut sehingga hal ini membuat Al Jazeera sebagai aktor media kontra Saudi menjadi penyebab terkait putusnya atau berakhirnya hubungan kerjasama antara Qatar dengan Arab Saudi (Ningtyas, 2019). Dengan demikian opini yang diberitakan oleh Al Jazeera membuat citra Saudi menjadi tidak baik, namun dengan adanya strategi dari konsep diplomasi publik terkhusus pada aktivitas media-media milik Saudi dalam melakukan pemberitaan dan *framing* negaranya menjadikan Saudi sebagai negara yang maju dan modern. Selain itu solusi lain yang dilakukan oleh Saudi yaitu melakukan inisiasi untuk

menutup platform media Al Jazeera dalam blockade politik dengan Qatar (A.A. Gde Agung Rananda Girindra D, 2020).

Salah satu media media luar Saudi yang telah dijelaskan pada paragraph sebelumnya yang dianggap kontra dengan Arab Saudi adalah media asal Qatar yaitu Al Jazeera, kerap kali time line berita yang disampaikan di web dari media ini (Al Jazeera) sangat menunjukkan untuk memposisikan bahwa Saudi sedang berada dalam sebuah tekanan atau masalah. Seperti pada time line berita yang mereka sampaikan yang berbunyi “*Arab Saudi sedang mencari cara untuk mengakhiri perselisihan dengan Qatar*”, pada time line yang dibawakan serta isi dari berita yang disampaikan bahwasannya Saudi merupakan pelaku utama dari kasus perselisihan dengan Qatar (AlJazeera, 2020). Pada peristiwa konflik antara Arab Saudi dengan Qatar, Al Jazeera kerap kali memberitakan hal-hal yang dianggap provokatif, dalam upaya mengcounter tindakan tersebut akhirnya Arab Saudi pun memutus hubungan diplomatiknya dengan Qatar di mana Al Jazeera juga menjadi salah satu penyebab dari putusnya hubungan diplomatik tersebut.

Pada kasus lainnya Al Jazeera juga pernah memberitakan tentang bagaimana hubungan antara Arab Saudi dengan Amerika Serikat, dikutip dari (AlJazeera, *US-Saudi Relations: An overview of the relationship between the United States and Saudi Arabia over the past century*, 2017) time line yang dibawakan terlihat biasa saja namun pada isi berita dan gambar-gambar yang disampaikan dapat memprovokasi para pembaca untuk memahami bahwa Arab Saudi merupakan bagian dari blok Amerika Serikat, time line tersebut berbunyi “*US-Saudi Relations: An overview of the relationship between the United States and Saudi Arabia over the past century*”. Dalam mengconter media tersebut Arab

Saudi melakukan upaya yaitu menutup platform dari media tersebut (Al Jazeera), solusi ini menjadi upaya Saudi dalam mengcounter Al Jazeera yang tentunya karena tidak hanya pada time line dan isi dari berita ini saja namun juga sudah banyak time line dan berita-berita sebelumnya yang kontra terhadap Saudi (A.A. Gde Agung Rananda Girindra D, 2020). Dengan begitu berlangsungnya proses Arab Saudi dalam mengcounter media tersebut sudah dianggap terselesaikan, alhasil Arab Saudi dapat memfokuskan terutama media-media lokalnya baik swasta maupun milik pemerintah Saudi dalam melakukan kegiatan pemberitaan dengan memberitakan dan mempromosikan sektor pariwisatanya dengan fokus.

Media-media milik swasta maupun media milik pemerintah Saudi dalam mengurus dan mempromosikan wisatanya dilakukan dengan cara seperti diantaranya dengan melalui platform media sosial pastinya, web-web dan akun media sosial menjadi alat bagi para media dalam mendata wisatawan, mengurus dan juga mempromosikan perihal wisata negaranya terhadap negara-negara lain terutama negara-negara mitra seperti contohnya lembaga-lembaga atau perusahaan pariwisata (*perusahaan tour and travel*) baik milik swasta maupun milik negara Indonesia salah satunya (Suryajaya, 2018). Media dalam negeri milik pemerintah Arab Saudi *Saudi Tourism Authority* mengurus diantaranya mengenai kementerian pariwisata, pendataan wisatawan dan GDP serta dana pengembangan pariwisata, hal ini dapat dilihat bahwa STA menjadi salah satu media dibawah naungan pemerintah Saudi yang mempromosikan melalui aktor negara (Authority, *Tourism in Saudi Arabia*, 2022).

Selain media milik pemerintah salah satu media milik swasta yaitu *Visit Saudi* dalam mengurus dan mempromosikan serta menjual wisatanya tidak hanya

melalui promosi melalui web dan akun media sosial saja, melainkan dalam webnya juga menyediakan platform dan aplikasi untuk pemesanan wisata untuk penginapan serta spot-spot atau tempat wisata yang dituju bagi para wisatawan baik asing maupun lokal (*booking online*), seperti pada kunjungan wisata ke Kota Al Ahsa (Kota Oasis terbesar didunia) dan berkemah di Kota Dalili (terkhusus untuk para jamaah Haji) (Authority, Visit Saudi Arabia, 2020). Dengan demikian media-media tersebut merupakan lembaga pemberitaan Saudi yang juga bertanggung jawab dalam memberitakan tentang sektor pariwisata, cara lain dalam melakukan pemberitaan yang dianggap secara tidak langsung adalah melalui hubungan-hubungan kerjasama Saudi dengan negara-negara lain tentu membantu pemberitaan melalui aktor pemerintah negara (Joseph S. Nye, 2004).

3.2 Komunikasi Strategis (*Strategic Communication*)

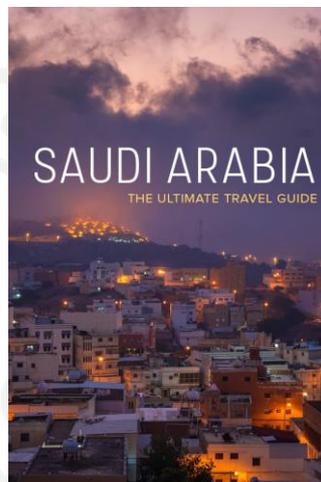
Dalam mengimplementasikan cara-cara dari strategi diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Saudi, strategi yang kedua ini dikategorikan kedalam strategi dari dimensi diplomasi publik melalui komunikasi yang bersifat kampanye politik, kampanye tersebut berupa komunikasi simbolis seperti halnya iklan ataupun tagline yang dibawa dan disisipkan oleh Saudi pada suatu momen atau kepentingan dengan tujuan mempromosikan sektor pariwisatanya (Leonard, 2002). Pendekatan ini biasanya dilakukan secara informal dan juga secara tidak langsung yang biasanya ditemukan dan diselipkan di sebuah platform-platform media social seperti twitter, facebook, instagram, dan lain sebagainya, yang mana bertujuan agar para pembaca (masyarakat global) dapat terpengaruh dan tertarik dengan tagline dan iklan-iklan yang mempromosikan tentang pariwisata Arab

Saudi (Alam, 2021). Strategi kedua dari dimensi diplomasi publik yang satu ini sangat berguna dan tentunya lebih efektif dilakukan di era zaman yang serba digital seperti pada saat ini, pesan-pesan politik dan kepentingan-kepentingan yang disampaikan memiliki jangka waktu yang lebih cepat tersampaikan ke individu-individu ataupun masyarakat global dengan menggunakan cara komunikasi politik yang tersalurkan melalui platform digital dan media sosial (Atika Aisyarahmi Munzir, 2019).

Seperti apa yang telah dijelaskan di paragraf sebelumnya, upaya Saudi dalam mempromosikan dan mengiklankan pesan-pesan untuk menaikkan sektor pariwisatanya lebih efektif melalui platform media sosial (Alam, 2021). Hal ini berkaitan dengan adanya aturan-aturan baru yang dikeluarkan dari kebijakan Saudi Visi 2030, kebijakan tersebut pastinya juga menjadi bagian dari upaya Saudi dalam mengiklankan sektor pariwisatanya yang begitu cepat tersebar luas dan diketahui oleh masyarakat global melalui platform media-media sosial. Aturan-aturan tersebut diantaranya yang pertama tentang dibukanya kembali dan mendirikan hiburan bioskop yang lebih banyak, selanjutnya dibangunnya taman hiburan terbesar dan membangun industri film, lalu kebijakan tentang diperbolehkannya digelar acara konser, selain itu juga kebijakan terkait diizinkan pasangan wisatawan asing yang belum menikah dapat menginap di hotel, serta pemerintah Saudi untuk yang pertama kalinya menawarkan visa turis guna mendongkrak sektor pariwisatanya (Haryanti, 2019).

Dengan begitu dengan dikeluarkannya kebijakan dan aturan-aturan tersebut menjadi bagian dari upaya pemerintah Arab Saudi dalam mengiklankan sektor pariwisatanya, dikeluarkannya kebijakan tersebut juga sudah sangat cepat

diketahui oleh masyarakat dunia dan mudah dikonsumsi oleh masyarakat digital seperti pada abad ke-21 ini. Dengan demikian upaya yang dilakukan Arab Saudi dalam mengiklankan sektor pariwisatanya terbilang cukup berhasil.



Gambar 1. Slogan Pariwisata Arab Saudi (*Saudi, 2021*)

Gambar diatas menunjukkan bahwa pada sektor pariwisata Arab Saudi memiliki tagline atau slogan yang menunjukkan ciri khas dari slogan pariwisatanya yang mana tentu untuk membedakan dengan slogan dari negara-negara lain, slogan tersebut yaitu “Saudi Arabia, The Ultimate Travel Guide” (*Saudi, 2021*). Selain itu pada tahun 2012 Arab Saudi mulai mengenalkan sektor pariwisatanya melalui slogannya yang berbunyi “Experience to Discover” (*Nursastri, 2016*), slogan ini menjadi slogan awal Saudi yang dipopulerkan dan dikenal oleh masyarakat internasional bahkan hingga saat ini. Slogan lain Saudi juga yang termasuk populer dan terkenal adalah “Saudi, Welcome to Arabia” (*Authority, Visit Saudi Arabia, 2020*).

Slogan ini menjadi sebuah tagline akan ciri khas dari pariwisata Arab Saudi, biasanya slogan tersebut dipamerkan dan diperkenalkan melalui acara-acara serta hal-hal yang berbau pariwisata seperti dicantumkan pada maskapai penerbangan Saudi dan lain sebagainya. Selain itu slogan lain yang dikeluarkan pemerintah Saudi sejak tahun 2012 untuk kepentingan nasionalnya yang mungkin hanya diketahui dan lebih terkenal di kalangan masyarakat lokal Arab Saudi saja yaitu jika diartikan kedalam bahasa Indonesia berbunyi “Pariwisata untuk semua kemitraan, menuju pembangunan berkelanjutan”, slogan ini tentu menjadi target bagi Saudi dalam memajukan sektor pariwisatanya dengan hal-hal seperti investasi pada pembangunan perusahaan wisata dan perhotelan serta apapun itu yang menyangkut dengan sektor pariwisata yang pastinya diharapkan akan lebih baik serta lebih meningkat perkembangannya pada tahun-tahun kedepannya (Ernowo, 2012). Dengan begitu dalam melihat hal tersebut bahwa dikeluarkannya tagline atau slogan dari sektor pariwisata Saudi merupakan bagian dari upaya pemerintah Saudi dalam mempromosikan dan mengiklankan sektor pariwisatanya kepada seluruh masyarakat internasional dan seluruh negara di dunia.



Gambar 2. Lionel Messi sebagai tokoh ambassador pariwisata Arab Saudi (*Authority, Tourism in Saudi Arabia, 2022*)

Diangkatnya salah satu atlet sepakbola terbaik dan terpopuler didunia yang bernama Lionel Messi menjadi ambassador pariwisata Arab Saudi tentu menjadi

salah satu bagian dari strategi dari komunikasi strategis, diangkatnya Messi menjadi ambassador pariwisata Arab Saudi setelah kunjungan serta liburan yang dilakukannya di pertengahan tahun 2022 kemarin (Lane, 2022). Hal ini menjadi proses yang baik dalam mengenalkan dan mempopulerkan pariwisata Saudi lebih jauh, tidak dapat dipungkiri bahwasannya sepak bola menjadi olahraga nomer satu didunia yang mana bangsa Arab pada lima tahun terakhir ini sejak tahun 2018 hingga tahun 2022 mengalami perkembangan dan kemajuan baik sistem maupun kemampuan dalam aspek olahraga sepak bola (Sam, 2022). Ditambah lagi dengan icon sepak bola nomer satu di dunia yakni Cristiano Ronaldo yang bergabung dengan salah satu club sepak bola Arab Saudi yaitu Al Nassr tepatnya di akhir tahun 2022 pada saat setelah selesainya pegelaran kompetisi sepakbola terbesar dunia (Fifa World Cup), menjadi bagian dari startegi Saudi dalam menarik perhatian masyarakat dunia dan media-media internasional dimana tentu secara tidak langsung juga menjadi sebuah upaya dalam mempopulerkan sektor pariwisata Saudi (Shafi, 2022).

3.3 Pembangunan Hubungan (*Relationship Building*)

Pada strategi yang ketiga ini merupakan strategi dengan pendekatan melalui pengembangan hubungan dengan warga negara atau individu-individu dari suatu negara, biasanya pada pendekatan ini kebanyakan dilakukan melalui bidang pendidikan yang berupa seperti program beasiswa dan pertukaran pelajar, seminar pelatihan dan konferensi, serta festival-festival pelajar seperti pada festival kebudayaan (Leonard, 2002).

Keterlibatan Arab Saudi dalam kegiatan baik dalam maupun luar negeri dalam mengkampanyekan pariwisata salah satunya dengan melalui acara pelatihan (*workshop*), salah satu contohnya yakni pada pelatihan kegiatan pembelajaran bahasa Inggris dengan model pelatihan yang biasa disebut dengan ESP (*English For Spesific Purposes*) untuk para tenaga kerja di sektor pariwisata seperti para pemandu wisata, kegiatan ini sudah rutin dilaksanakan setiap tahunnya dimana pada kegiatan ini merupakan kegiatan yang diselenggarakan oleh Organisasi Pariwisata Dunia Peserikatan Bangsa-bangsa (*United Nation World Tourism Organization*) (Al-Malki, 2022). Perkembangan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan bahasa Inggris ini sangat diperhatikan oleh Organisasi Pariwisata Dunia, terlebih lagi Organisasi Pariwisata Dunia telah membuka kantor regional di Saudi dimana hal ini Organisasi Pariwisata Dunia menjadi penghubung bagi UNWTO dalam mengkoordinasikan kebijakan di 13 negara di Timur Tengah yang salah satunya Arab Saudi, selain itu juga kantor tersebut berkontribusi dalam mempromosikan produk pariwisata, pembangunan berkelanjutan, dan lain sebagainya yang menyangkut perihal sektor pariwisata Arab Saudi (Laveda, 2021).

Pelatihan (*workshop*) pada kegiatan pembelajaran bahasa Inggris ini merupakan program yang dianggap penting bagi pengembangan sektor pariwisata Arab Saudi, dikatakan seperti itu karena sejak dikeluarkannya kebijakan Visi Saudi 2030 membuat industri pariwisata Arab Saudi berkembang pesat termasuk juga dengan para tenaga kerjanya dan peningkatan pesat jumlah wisatawan baik asing maupun lokal, hal ini menjadi suatu keharusan dimana pada pelatihan bahasa dirancang untuk para tenaga kerja di industri pariwisata Saudi (Al-Malki,

2022). Bahasa menjadi bagian dari instrumen penting dalam kesuksesan suatu kegiatan pariwisata Saudi, seperti berkomunikasi antar agen atau perusahaan wisata serta menemani dan memandu para pelancong dan wisatawan (terkhusus wisatawan asing) ke objek-objek wisata (Al-Malki, 2022). Selain dari kegiatan pelatihan (*workshop*), pada kerjasama dibidang pendidikan juga menjadi salah satu cara dari strategi pembangunan hubungan dari dimensi diplomasi publik yaitu berupa pertukaran pelajar, mengkampanyekan pariwisata melalui bidang pendidikan memang tergolong dengan secara *soft* (secara tidak langsung) yang mana mengkampanyekan pariwisata melalui para pelajar manca negara dengan cara diselipkannya instrumen-instrumen promosi terkait pariwisata terbilang cukup efektif dan meningkatkan jumlah pelajar yang ingin menempuh studi di negara yang dituju seperti Arab Saudi (Joseph S. Nye, 2004).

Program pertukaran pelajar telah lama dilaksanakan dan terrealisasikan oleh pemerintah Saudi, pada program ini pemerintah Saudi melakukan hubungan kerjasama dibidang pendidikan yang terhitung sudah sangat lama terjalin yaitu dengan Indonesia, hubungan tersebut sudah tidak diragukan kembali karena Indonesia juga sudah sangat lama bermitra dan bekerjasama dengan Arab Saudi diberbagai sektor seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan lain sebagainya (Mustofa, 2021). Salah satu diantaranya adalah kerjasama pertukaran pelajar antara Indonesia dan Saudi melalui Pondok Pesantren Modern Gontor, institusi dari Pondok Pesantren Gontor telah banyak bekerjasama dengan lembaga-lembaga dalam maupun luar negeri termasuk salah satunya dengan Arab Saudi, hal ini menunjukkan bahwa pada era globalisasi seperti saat ini dibutuhkannya bentuk diplomasi modern (aktor non-negara) (Amalia, 2019).

Selain Pondok Pesantren Modern Gontor, institusi pendidikan lain di Indonesia yang termasuk juga salah satu lembaga pendidikan yang telah menjalin hubungan baik dan hubungan mitra kerjasama yang terbilang cukup lama adalah LIPIA (Rakhmat, 2022). Melihat perkembangannya hingga saat ini LIPIA dapat dikatakan berhasil bahkan bisa disebut sebagai wadah yang menjembatani hubungan antara Arab Saudi dan Indonesia, dapat dikatakan demikian karena program-program yang dilaksanakan oleh LIPIA sangat sukses dilaksanakan di Indonesia terutama dalam mengimplementasikan strategi diplomasi publik Arab Saudi di Indonesia seperti kegiatan *people to people* mengenai pelatihan dan seminar pendidikan, beasiswa, festival-festival kebudayaan antar pelajar serta pelaksanaan pertukaran pelajar yang dikategorikan sebagai kegiatan yang sangat efektif (Rakhmat, 2022).

Dalam hal ini pada dimensi yang ketiga dari strategi diplomasi publik tentang hubungan pendekatan melalui pengembangan masyarakat menjadi strategi yang ideal bagi Arab Saudi, karena pada dasarnya dalam dunia internasional ini semua hal dan semua aspek dari kehidupan harus dapat didasari dengan pendidikan yang mumpuni, dengan begitu jika aspek pendidikan dapat terbilang baik maka segala aspek dapat mengikuti dan berkembang bahkan meningkat baik secara langsung maupun tidak langsung (Drs. Abd. Rachman Assegaf, 2003). Dengan demikian pada bidang pendidikan terutama pada program pertukaran pelajar dapat memudahkan negara untuk menyisipkan kepentingan dan pesan politik kepada para pelajar baik secara langsung maupun tidak langsung guna memperbagus citra dan nama baik negara-negara terkait baik itu pesan politik tentang ekonomi, pariwisata, dan sektor lainnya (Wayong, 2017).

Tidak hanya dengan Indonesia, pada program beasiswa dan pertukaran pelajar Arab Saudi juga menjalin kerjasama dengan negara Asia lainnya yaitu diantaranya seperti China, Korea Selatan, dan juga Malaysia (Riyadh, 2023). Pada program pendidikan ini Saudi juga memiliki program lain selain program beasiswa dan pertukaran pelajar, program ini adalah program kerjasama yang memfokuskan pada bantuan dalam pengembangan sarana pendidikan di lembaga-lembaga pendidikan seperti pada universitas (Yunal, 2022), program-program pada sektor pendidikan yang terjalin dengan negara-negara Asia tersebut (China, Korea selatan, Malaysia) sudah terjalin sejak tahun 2014 hingga saat ini (Riyadh, 2023).



BAB 4

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Arab Saudi merupakan negara dengan kondisi wilayah negaranya yang didominasi dengan gurun pasir, dengan kondisi wilayah yang seperti itu negara dengan nama lengkap Kerajaan Arab Saudi (*Kingdom of Saudi Arabia*) atau biasa dikenal oleh masyarakat dari bangsa Arab dengan sebutan *Al-Mamlakah Al-Arabiyyah As-Saudiyyah* ini merupakan salah satu negara dengan penghasil minyak bumi (negara produsen minyak) terbesar di dunia (Wahyuddin, 2018). Bagi masyarakat dan pemerintah Saudi minyak sudah dianggap menjadi anugerah terbesar bagi mereka, dapat dikatakan demikian karena peran dari penghasilan yang didapat untuk mengisi pendapatan negara sangatlah membantu pengembangan serta memajukan perekonomian dan aspek-aspek lain di Arab Saudi (Fajriyah, 2022). Selain itu minyak juga dianggap menjadi penghasilan utama bagi Saudi (Djelantik, 2010).

Namun Seiring berjalannya waktu nasib yang dialami untuk negara-negara produsen minyak seperti Arab Saudi ini harus dapat menerima kenyataan bahwa produksi minyak yang dihasilkan lambat laun akan semakin berkurang (Fajriyah, 2022), untuk mengantisipasi akan terjadinya hal tersebut Arab Saudi mengeluarkan kebijakan Visi Saudi 2030 dengan tujuan mengembangkan sumber daya manusia (SDM) terutama mengembangkan sektor-sektor lain selain sektor minyak seperti pada sektor pengembangan masyarakat, pariwisata, dan lain

sebagainya yang mana tentunya guna meminimalisir ketergantungan pendapatan dari sektor minyak (Anna Zakiah Derajat, 2021).

Visi Arab Saudi 2030 merupakan kebijakan sekaligus strategi Saudi untuk beralih dari sektor minyak, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dibahas didalam Visi Saudi 2030 dan juga merupakan sektor yang diandalkan dan diutamakan dalam peralihan dari sektor minyak (Kinninmont, 2017). Aktivitas dari kegiatan sektor pariwisata menjadi lumbung pendapatan tetap bagi Saudi pada tiap tahunnya, wisatawan-wisatwan baik lokal maupun asing yang berwisata di Saudi setiap tahunnya menjadi sumber pendapatan negara yang terbilang jelas seperti halnya kegiatan Haji dan Umrah yang dilaksanakan setiap tahun sangatlah jelas tidak seperti harga minyak yang terbilang fluktuatif (Wolff, 2020). Dengan begitu sektor pariwisata menjadi sektor alternatif serta sektor utama untuk pendapatan negara dalam meminimalisir ketergantungan bahkan beralih dari sektor minyak Saudi.

Untuk mempermudah dalam proses mengkaji dan menganalisis pada penelitian ini, penulis menggunakan teori Diplomasi Publik Mark Leonard (2002). Dalam bukunya Mark Leonard (*Public Diplomacy*) dijelaskan bahwa untuk mencapai diplomasi publik yang berhasil pemerintah negara disarankan menjalankan diplomasi publik yang multidimensi, karena menurut definisi diplomasi publik merupakan suatu cara untuk membangun hubungan dengan negara lain melalui pemahaman atas negara, budaya, dan masyarakat asing, serta salah persepsi dalam hubungan internasional (Leonard, 2002).

Tiga strategi dari dimensi diplomasi publik untuk meningkatkan sektor pariwisata Saudi (Leonard, 2002) yang pertama adalah manajemen berita (*news*

management), hasil yang diperoleh dari strategi yang pertama ini menjelaskan bahwa media-media baik milik swasta maupun milik pemerintah Saudi seperti Saudi Gazette, Visit Saudi, Saudi Tourism Authority, dan BBC TV Arabic merupakan aktor yang mempromosikan dan mengkampanyekan sektor pariwisata Saudi ke kancah internasional dengan cara promosi melalui platform media sosial, web, dan juga aplikasi pemesanan untuk objek-objek wisata di Saudi.

Lalu yang kedua adalah komunikasi strategis (*strategic communication*), hasil yang didapatkan dari strategi yang kedua ini dijelaskan bahwa slogan-slogan dan tag line dari pariwisata Saudi menjadi bagian dari strategi komunikasi strategis yang mana slogan pariwisata tersebut diantaranya berbunyi “Saudi Arabia, The Ultimate Travel Guide”, “Experience to Discover”, dan “Saudi, Welcome to Arabia”, Selain itu hal yang paling berpengaruh dalam meningkatkan sektor pariwisata Saudi melalui dimensi komunikasi strategis ini yaitu dengan diangkatnya tokoh sekaligus atlet sepak bola terbaik didunia yaitu Lionel Andres Messi sebagai tokoh ambassador pariwisata Arab Saudi.

Dan yang terakhir adalah strategi pembangunan hubungan (*relationship building*), pada strategi yang ketiga ini hasil yang diperoleh dapat dilihat bahwa program pelatihan (*workshop*) terkait pembelajaran bahasa Inggris untuk para tenaga kerja pariwisata Arab Saudi seperti pemandu wisata menjadi salah satu upaya dalam mengkampanyekan sektor pariwisata Saudi ke Organisasi Pariwisata Dunia, selain itu pada program dibidang pendidikan berupa program pertukaran pelajar juga menjadi upaya Saudi pada strategi diplomasi publik yaitu pembangunan hubungan. Ketiga dimensi diplomasi publik ini menjadi strategi Saudi untuk mengembangkan dan meningkatkan sektor pariwisatanya.

Dimensi	Definisi	Case Study
News Managemet	Merupakan strategi diplomasi publik yang fokusnya tentang aktivitas pemberitaan. Bagaimana aktor dapat menyampaikan pesan, berita, dan kepentingan melalui aktivitas pemberitaan tersebut seperti media.	Arab Saudi mengcounter media kontra seperti Al Jazeera, dan memfokuskan pada media lokalnya seperti Saudi Tourism Authority dalam mempromosikan pariwisatanya.
Strategic Communication	Merupakan strategi diplomasi publik melalui komunikasi yang bersifat kampanye politik. Kampanye tersebut dapat melalui platform media sosial, dan melalui tag line atau slogan pariwisata, serta melalui tokoh dari ambassador pariwisata.	Instagram, twitter, youtube, facebook, dijadikan alat untuk mempromosikan pariwisata bagi media Visit Saudi. "Saudi Arabia, The Ultimate Travel Guide" merupakan salah satu slogan dari pariwisata Saudi. Dan diangkatnya Lionel Messi sebagai tokoh ambassador pariwisata Arab Saudi.
Relationship Building	Merupakan strategi diplomasi publik yang menggunakan pendekatan hubungan dengan individu maupun masyarakat-masyarakat global melalui program pendidikan (Beasiswa dan pertukaran pelajar), festival kebudayaan dan acara pelatihan (workshop).	program beasiswa dan pertukaran pelajar untuk lembaga pendidikan di China, Korea Selatan, Malaysia dan di Indonesia yaitu Gontor dan LIPIA. Program pelatihan bahasa Inggris untuk tenaga kerja pariwisata Saudi yang di selenggarakan oleh UNWTO. Serta festival budaya Arab yang digelar oleh pemerintah Saudi.

Tabel 1. Tiga dimensi dari strategi diplomasi publik (Leonard, 2002).

4.2 Saran

Melihat dari analisis dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan, dimana pada penelitian ini hanya berfokus pada kebijakan Visi Arab Saudi 2030 terkait pengembangan pariwisata dari sisi ekonomi saja. Dengan adanya Visi Saudi 2030 terutama pada kebijakan terkait pariwisata diharapkan sektor pariwisata dapat berkembang dan meningkat dengan cepat sehingga dapat beralih dari sektor minyak, terkhusus bagi sektor pariwisata diharapkan menjadi sektor utama setelah sektor minyak yang tentunya bertujuan untuk meminimalisir ketergantungan pendapatan negara dari sektor minyak.

Selain itu dari penelitian ini juga penulis sadar bahwa penulis belum dapat menganalisis kebijakan tersebut melalui perspektif atau sudut pandang agama islam secara mendalam. Penulis lebih berfokus pada bagaimana strategi dari kebijakan Visi Saudi 2030 tentang pariwisata dapat menggantikan sektor minyak, dan juga tentunya terkait tiga startegi dari dimensi diplomasi publik yang bertujuan untuk menganalisis penelitian ini. Dengan begitu penulis sangat mengharapkan agar penelitian selanjutnya dapat mengkaji dan menganalisis penelitiannya melalui sudut pandang agama Islam terkait kebijakan priwisata pada Visi Saudi 2030 tentang diliberalisasinya aspek-aspek pada industri pariwisata Arab Saudi, dan juga bagaimana respon atau pandangan dari negara-negara di dunia terhadap Saudi yang mengeluarkan kebijakan tersebut yang mana Arab Saudi sangat dipandang karena memiliki dua kota suci (Mekkah & Madinah) serta sebagai percontohan (kiblat) untuk negara-negara umat Islam di dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Gde Agung Rananda Girindra D, P. K. (2020). Inisiasi Arab Saudi Menutup Platform Media Al Jazeera dalam Blokade Politik Qatar Tahun 2017. *Jurnal Unud*, 1-15.
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *AVANT GARDE*, Vol. 09 No. 01, 68-78.
- Alfuraih, B. M. (2018). The Kingdom of Saudi Arabia: Achieving the Aspirations of the National Transformation Program 2020 and Saudi Vision 2030 Through Education. *Journal of Education and Development Vol. 2, No. 3*, 36-46.
- AlJazeera. (2017). US-Saudi Relations: An overview of the relationship between the United States and Saudi Arabia over the past century. *Al Jazeera*, 1-3.
- AlJazeera. (2020). Saudi Arabia says it seeks a way to end dispute with Qatar. *Al Jazeera*, 1-3.
- Al-Malki, E. A. (2022). Analysis of The English Language Needs of the Saudi Tourism Workforce: A First Step into Designing ESP Teaching Materials. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research Vol. 21, No. 2*, 72-88.
- Alomi, Y. A. (2017). New Pharmacy Model for Vision 2030 in Saudi Arabia. *Journal of Pharmacy Practice and Community Medicine Vol. 3 • Issue 3*, 194-196.
- Al-Rasheed. (2008). *Kingdom Without Borders: Saudi Political, Religious and Media Expansion*. London: Middle East Centre.

- Alzahrani, A. K. (2017). Markets and Language Policy In Saudi Arabia: How The English Language Can Contribute To The Success Of The Saudi Vision 2030. *International Journal of English Language and Linguistics Research* Vol.5, No 6, 1-12.
- Amalia, N. (2019). Peran Pondok Pesantren Modern Gontor Sebagai Instrumen Multitrack Diplomacy Pendidikan dalam Kerjasama Internasional. *Nation State: Journal of International Studies* Vol. 2 No. 2, 151-160.
- Analieza Ilmiatun Mufiedah, S. H. (2020). Reformasi Hak-Hak Perempuan Arab Saudi Melalui Saudi Vision 2030 Tahun 2017-2019. *Jurnal Solidaritas* Vol 4 No 3, 1-12.
- Anna Zakiah Derajat, T. K. (2021). Saudi Vision 2030 dan Kebijakan Reformasi pada Kerajaan Arab Saudi. *Global & Policy* Vol.9, No.1, 39-50.
- Anwar, M. (2020). Manajemen Operasional Organisasi Penyelenggaraan Haji. *Jurnal Kajian Haji, Umrah dan Keislaman* Vol. 1, No. 2, 1-15.
- Astuti, W. R. (2020). Kerja Sama G20 dalam Pemulihan Ekonomi Global dari COVID-19. *Andalas Journal of International Studies* Vol IX No 2, 131-148.
- Atika Aisyarahmi Munzir, A. A. (2019). Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA* Vol. 7 No. 2, 173-182.
- Aulaqi, A. (2014). Saudi Arabian Investor Class Visas: An Overview. *GLMM Gulf Labour Markets and Migration*, 1-12.
- Authority, S. T. (2020). Visit Saudi Arabia. *Saudi Welcome to Arabia*, 1-3.
- Authority, S. T. (2022). Tourism in Saudi Arabia. *STA*, 1-3.

- Ayman Sherbini, Y. A. (2016). Diversifikasi Pendapatan Untuk Stabil Masa Depan Ekonomi di Arab Saudi: Sebuah Gambaran Umum Industri Pariwisata. *Jurnal International Ekonomi, Perdagangan dan Manajemen Vol. IV, Edisi 11*, 173-189.
- Azmi, A. (2013). Individualisme dan Liberalisme dalam Sekularisme Media Amerika. *Humanus: Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Humaniora Vol. 12, No. 1*, 1-16.
- Chocrane, P. (2007). Saudi Arabia's Media Influence. *Arab Media & Society*, 1-11.
- Citra Nur Hikmah, A. (2019). Saudi Vision: Reformasi Ekonomi Arab Saudi. *PERIODE: Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah Vol. 1 No.1*, 27-39.
- DATA, C. (2020). Arab Saudi Pendapatan Negara. *ceicdata.com*, 1-2.
- Dedi Junaedi, F. S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 995-1115.
- Djelantik, S. (2010). Minyak dalam Diplomasi dan Politik Global. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional Vol. 6, No. 1*, 43-63.
- Drs. Abd. Rachman Assegaf, M. A. (2003). Internasionalisasi Pendidikan Sketsa Perbandingan Pendidikan di Negara-Negara Islam dan Barat. *Jurnal UIN Surabaya*, 1-224.
- Easterly, W. (2002). Melacak Pembuktian Teori-Teori Pertumbuhan Ekonomi. *JEP Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol 7, No. 2*, 181-186.
- Ernowo, P. (2012). Arab Saudi Luncurkan Slogan pariwisata 2012. *okelifestyle*, 1-3.

- Fadhilla Ilham Mulkin, L. O. (2021). Kajian Hukum Islam Terhadap Kebijakan Pemerintah Atas Pemberian Kuota Lebih Kepada Jemaah Haji. *Jurnal Ilmu Hukum*, 708-721.
- Faisol, W. (2018). Arab Saudi dan Krisis Harga Minyak Tahun 2014-2016. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 13-24.
- Fajriyah, I. R. (2022). Minyak Sebagai Sumber Penghasilan Utama Arab Saudi yang Sedang Anjlok. *Kompasiana*, 1-3.
- Firma Riza Aksamilani Soumena, A. A. (2022). Pengaturan Tentang Visa Kunjungan dan Dampaknya Bagi Pekerja Yang Unprosedural. *TATOHI Jurnal Ilmu Hukum Vol 2, No 4*, 333-340.
- Fitria, A. (2018). Analisis Komparasi Ekspor Minyak Bumi Antar Negara Anggota Opec dan Non-Opec Periode 2013-2015. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 7 No. 1*, 2728-2756.
- Haryanti, R. (2019). 6 Terobosan Arab Saudi Bangkitkan Industri Pariwisata dan Hiburan. *Kompas.com*, 1-3.
- Haskar, E. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Biro Perjalanan dan Penyelenggaraan Haji dan Umrah. *Ensiklopedia of Journal Vol. 3 No. 4*, 114-118.
- Heibach, J. (2021). Diplomasi Publik dan Perjuangan Kepemimpinan Regional: Kasus Arab Saudi. *Jurnal Politik Internasional*, 1-23.
- Hennida, C. (2012). Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri. *Jurnal Universitas Airlangga*, 1-12.
- Hidriyah, S. (2016). Reformasi Ekonomi Arab Saudi. *INFO singkat Vol. VIII, No. 09*, 5-8.

- Iskatrinah, A. P. (2022). Peran Negara dalam Perlindungan Hak Asasi Manusia terhadap Tenaga Kerja Indonesia (Studi Kasus Vonis Mati TKI di Arab Saudi). *Cakrawala Hukum Volume 4 Issue 2*, 27-35.
- Joseph S. Nye, J. (2004). *SOFT POWER (The Means to Success in World Politics)*. New York: Public Affairs.
- Juriana. (2017). Pentingnya Penggunaan Bahasa Inggris dalam Komunikasi Dakwah pada Era Global. *Mawa'izh Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan Vol. 8, no. 2*, 241-258.
- Kassem, A. (2021). Underlying Factors of Tourist Social Responsibility (TSR) within the COVID-19 Context: An Empirical Investigation of the Saudi Tourism Market. *Sustainability 13342*, 1-24.
- Kinninmont, J. (2017). Vision 2030 and Saudi Arabia's Social Contract: Austerity and Transformation. *CHATHAM HOUSE*, 1-45.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi. *Mediator, Vol. 6 No. 2*, 291-296.
- Lane, M. (2022). Football legend Lionel Messi unveiled as Saudi Arabia tourism brand ambassador. *The Moodie Davitt Report*, 1-3.
- Laveda, M. (2021). Organisasi Pariwisata Dunia Buka Kantor Regional di Saudi. *ihram.co.id*, 1-3.
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Melisen, J. (2005). *The New Public Diplomacy (Soft Power in International Relations)*. England: Palgrave Macmillan.
- Minds, M. f. (2013). Pelanggaran HAM di Arab Saudi Meningkat. *DW.com*, 1-3.

- Misliharira Shaumi Putri, R. W. (2021). Liberalisasi Ekonomi Arab Saudi dalam Saudi Vision 2030. *Journal of International Relations, Volume 7, Nomor 3*, 123-130.
- Muhammad, M. T. (2019). Kisah Shaleh A.S dan Tsamud Dalam Al-Qur'an. *Al-Mu'ashirah Vol. 16, No. 2*, 228-236.
- Mustafa, P. S. (2011). Menuju Pemberdayaan Saudisasi Tenaga Kerja Sektor Pariwisata di Arab Saud. *Jurnal Internasional Humaniora dan Ilmu Sosial Jilid 1 Nomor 3*, 80-84.
- Mustofa, A. Z. (2021). Analisis Kerjasama Indonesia-Arab Saudi dalam Penanggulangan Kejahatan Terorisme. *Jurnal PIR Vol. 5 No. 2*, 175-190.
- Nadia. (2020). Sistem Pemerintahan dan Kebijakan Luar Negeri Arab Saudi. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara Vol. 1 No. 2*, 161-175.
- Nevy Rusmarina Dewi, A. I. (2020). Dinamika Kesetaraan Gender di Arab Saudi: Sebuah Harapan Baru di Era Raja Salman. *Sospol: Jurnal Sosial Politik Vol 6 No 1*, 32-44.
- Ningtyas, R. A. (2019). Peran Al Jazeera dalam Pemutusan Hubungan Diplomatik Arab Saudi terhadap Qatar Tahun 2017. *Jurnal UMY*, 1-28.
- Nosami Rikadi SE, M. (2008). Mendeteksi Pengaruh Pasar Minyak Bumi Dunia Terhadap Krisis Harga. *Jurnal Akuntansi Bisnis Vol 1, No 1*, 1-17.
- Nugroho, N. L. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Industri Minyak dan Gas Bumi: Rekomendasi Kebijakan untuk Indonesia. *The Indonesian Journal of Development Planning Volume IV No. 2*, 166-176.
- Nursastri, S. A. (2016). Yuk, Kenali Slogan Pariwisata Semua Negara di Dunia. *Kompas.com*, 1-3.

- Nurzaman, S. S. (2008). Teori Basis Ekspor Masa Kini di Arab Saudi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 19 /No. 2, 59-70.
- Omar, A. A. (2020). Saudi Arabia's Economy Can Ill Afford Oil-Price War It Began. *Bloomberg Quint*, 1-3.
- Patterson, R. (2020). Worldwide Rig Count Dropping Again. *Peak Oil Barrel*, 1-2.
- Pradhipta, O. A. (2014). Dampak Keikutsertaan Indonesia Dalam Keanggotaan G20 Terhadap Hubungan Indonesia-Arab Saudi Tahun 2007-2011. *Jom FISIP Volume 1 No. 2*, 1-10.
- Priambodo, S. (2017). Motif Intervensi Arab Saudi Terhadap Perang Saudara di Yaman. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, Vol. 6 No. 1, 205-216.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *EQUILIBRIUM*, Vol. 5, No. 9, 1-8.
- Rakhmat, F. T. (2022). *LIPIA dan Hubungan Arab Saudi-Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rikadi, N. (2007). Mendeteksi Pengaruh Pasar Minyak Bumi terhadap Krisis Harga. *Business & Management Journal Bunda Mulia*, Vol: 3, No. 2, 26-39.
- Rimapradesi, Y. (2020). Kepentingan Arab Saudi Memberikan Bantuan Militer dalam Perang Saudara di Yaman Tahun 2015-2019. *Jurnal PIR Vol.5 No. 1*, 58-80.
- Riyadh, A. (2023). Beasiswa di Arab Saudi. *Jurnal Kemdikbud*, 1-4.
- Rosana, E. (2011). Modernisasi dan Perubahan Sosial. *Jurnal TAPIS Vol. 7 No. 12*, 31-47.

- Rosida, A. (2018). Wacana Modernisasi dalam Tantangan Peradaban, Peran Perempuan Sebagai Tonggak Sejarah Arab Saudi. *PALITA: Journal of Social-Religion Research Vol.3, No.1*, 81-96.
- Sam. (2022). Lionel Messi visits Saudi Arabia and will become ambassador for country. *Marca*, 1-3.
- Sari, F. h. (2022). Kepentingan Nasional Arab Saudi dalam Kebijakan Intervensi Militer di Yaman terhadap Keterlibatan Iran. *Jurnal Hubungan Internasional Tahun XV, No. 1*, 93-111.
- Saudi, T. (2021). A Massive Guide to Travel in Saudi Arabia. *Lost With Purpose*, 1-3.
- Shafi, S. (2022). Portugal's Cristiano Ronaldo joins Saudi Arabia club Al Nassr. *ALJAZEERA*, 1-3.
- Shania Indah Permata Sari, N. W. (2021). Analisis Peluang dan Tantangan Bagi Indonesia dalam Kerjasama Ekonomi Digital dengan Arab Saudi Tahun 2019. *Jurnal Universitas Udayana*, 1-10.
- Sianturi, N. (2017). Pengaruh Saudi Vision 2030 dan Agenda Foreign Direct Investment (FDI) Arab Saudi di Indonesia. *Jom FISIP Volume 4 No. 2*, 1-15.
- Sikki, K. L. (2020). Kebijakan Ekonomi Arab Saudi dalam Mengantisipasi Pandemi Covid-19. *Journal of Islamic Civilization. Volume 2, No. 1*, 8-16.
- Suryajaya, M. (2018). *Wonderfull Indonesia, Revolusi Tour and Travel Digital*. Jakarta: Gramedia.

- Sutrisno, E. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor UMKM dan Pariwisata. *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia Volume 9 No 1*, 641-660.
- Taufiqurrachman, H. M. (2021). Kepentingan Nasional Arab Saudi dalam Pembatasan Jama'ah Haji pada Masa Covid-19. *Jurnal HIMMAH Vol. 5 No. 2*, 425-443.
- Wahyuddin, I. (2018). Perkembangan Islam Arab Saudi. *TASAMUH: Jurnal Studi Islam Volume 10, No 2*, 423-441.
- Wayong, M. (2017). Menuju Era Globalisasi Pendidikan: Tantangan dan Harapan bagi Perguruan Tinggi di Tanah Air. *Jurnal Pendidikan Volume VI, No 2*, 219-234.
- Wolff, S. G. (2020). Assessing Saudi Vision 2030: A 2020 Review. *ATLANTIC COUNCIL*, 1-73.
- Yoeti, O. A. (2008). *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Kompas.
- Yunal, M. H. (2022). Pendidikan Arab Saudi: Tantangan dan Reformasi. *Akademika: Jurnal Keagamaan dan Pendidikan, Vol. 18 No. 1*, 37-44.
- yusuf, N. (2014). Pengembangan Pariwisata di Arab Saudi. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Ritel (JBRMR) Vol. 8 Edisi 2*, 1-7.