

**STRATEGI NATION BRANDING BALI MELALUI INDONESIA
BADMINTON FESTIVAL DI PULAU DEWATA BALI 2021**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

VIRA DWI SEPTIANI

21323096

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

STRATEGI *NATION BRANDING* BALI MELALUI INDONESIA

BADMINTON FESTIVAL DI PULAU DEWATA BALI 2021

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh

Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

VIRA DWI SEPTIANI

21323096

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

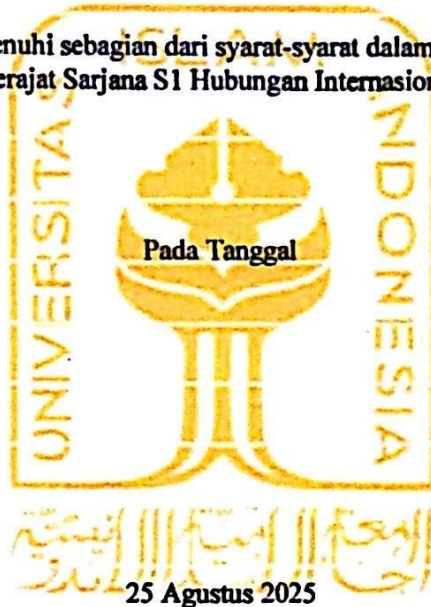
2025

HALAMAN PENGESAHAN

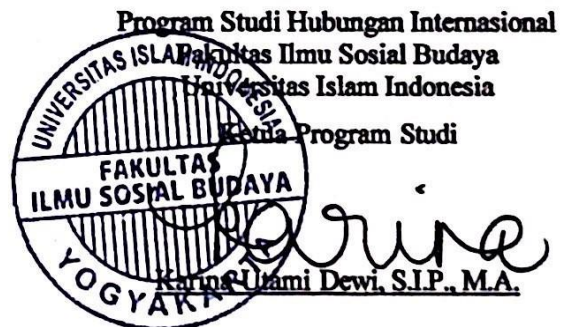
STRATEGI NATION BRANDING BALI MELALUI INDONESIA BADMINTON FESTIVAL DI PULAU DEWATA BALI 2021

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

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



Mengesahkan



Dewan Penguji

- 1 Gustrieni Putri, S.I.P., M.A.
- 2 Hasbi Aswar, S.I.P., M.A., Ph.D.
- 3 Rizki Dian Nursita, S.I.P., M.H.I.

Tanda Tangan

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

15 Agustus 2025,

The image shows a handwritten signature in black ink on the left. To the right of the signature is a square electronic stamp. The stamp has a pink and white border with a QR code. Inside the stamp, there is a Garuda logo at the top, followed by the text 'METERAI ELEKTRONIK' and '10000' in large numbers. At the bottom, it says 'REPUBLIK INDONESIA'.

Vira Dwi Septiani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR SINGKATAN.....	vii
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Cakupan penelitian.....	6
1.5 Tinjauan Pustaka.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
1.7 Argumen Sementara.....	12
1.8 Metode Penelitian.....	13
1.8.1 Jenis Penelitian.....	13
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	13
1.8.3 Metode Pengumpulan Data.....	13
1.8.4 Proses Penelitian.....	13
1.9 Sistematika Pembahasan.....	14
BAB 2 KONDISI PARIWISATA BALI DAN PENYELENGGARAAN INDONESIA BADMINTON FESTIVAL 2021.....	15
2.1. Kondisi Pariwisata Bali Tahun 2019 hingga 2021.....	15
2.2. Penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021.....	18
BAB 3 ANALISIS STRATEGI <i>NATION BRANDING</i> BALI PADA INDONESIA BADMINTON DI PULAU DEWATA BALI 2021.....	24
3.1. <i>Brand Identity</i>	24
3.1. <i>Brand Image</i>	28
3.2. <i>Brand Purpose</i>	32
3.3. <i>Brand Equity</i>	37
BAB 4 PENUTUP.....	44
2.1. Kesimpulan.....	44

2.2 Rekomendasi.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50

DAFTAR SINGKATAN

1. BICC: *Bali Internasional Convention Centre*
2. BPS : Badan Pusat Statistik
3. BWF : *Badminton World Federation*
4. Covid-19 : *Coronavirus disease 2019*
5. IBF : Indonesia Badminton Festival
6. KOI : Komite Olimpiade Indonesia
7. PBSI : Persatuan Bulu tangkis Seluruh Indonesia
8. PCR : *Polymerase Chain Reaction*
9. PDB : Produk Domestik Bruto
10. Pemprov Bali : Pemerintah Provinsi Bali
11. PPKM : Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat
12. PP PBSI : Pengurus Pusat Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia
13. PSBB : Pembatasan Sosial Berskala Besar
14. TPK : Tingkat Penghunian Kamar

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2019-2021	16
Grafik 2. Jumlah Kasus Covid-19 di Bali Tahun 2021	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Pariwisata Bali Melalui “ <i>The Island of Gods</i> ”	25
--	----

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara yang memiliki destinasi pariwisata yang unik, membuat negara ini memiliki magnet tersendiri untuk wisatawan mancanegara. Pulau Bali salah satu destinasi unggulan pariwisata Indonesia yang telah meraih reputasi internasional sebagai “*The Island of Gods*” perpaduan antara tradisi Hindu yang kuat, panorama alam tropis yang menakjubkan, serta infrastruktur pariwisata yang terus diperbaiki. Dari tahun 2016 hingga 2019, angka pariwisata Bali menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Namun pada tahun 2020 dan 2021, pariwisata Bali mengalami penurunan drastis. Dengan adanya penurunan tersebut, Pemerintah Provinsi Bali memiliki rancangan untuk kembali membuka pariwisata untuk memulihkan sektor ekonomi dan pariwisata Bali. Oleh karena itu, pemerintah Bali harus memperkuat *Nation branding* Bali, untuk mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat internasional dan memulihkan sektor ekonomi dan pariwisata. Melalui Indonesia Badminton Festival 2021, sebagai turnamen olahraga internasional dapat membuka peluang untuk kembali meningkatkan pariwisata Bali. Dengan menganalisis oleh empat aspek sebuah *brand* seperti *Brand Identity*, *Brand Image*, *Brand Purpose*, dan *Brand Equity* dari teori *Nation Branding* oleh Simon Anholt (2007).

Kata-kata kunci: Indonesia Badminton Festival 2021, Kebudayaan, *Nation branding*, Pariwisata.

ABSTRACT

Indonesia as a country that has a unique tourism destination, makes this country have its own magnet for foreign tourists. The island of Bali is one of Indonesia's leading tourism destinations that has gained an international reputation as "The Island of Gods" a blend of strong Hindu traditions, stunning tropical natural panoramas, and continuously improved tourism infrastructure. From 2016 to 2019, Bali's tourism figures showed an increase every year. However, in 2020 and 2021, Bali's tourism experienced a drastic decline. With this decline, the Bali Provincial Government has a plan to reopen tourism to restore Bali's economic and tourism sectors. Therefore, the Bali government must strengthen the Nation branding of Bali, to regain the trust of the international community and restore the economic and tourism sectors. Through the Indonesia Badminton Festival 2021, as an international sports tournament, it can open up opportunities to increase Bali's tourism again. By analyzing the four aspects of a brand such as Brand Identity, Brand Image, Brand Purpose, and Brand Equity from the theory of Nation Branding by Simon Anholt (2007).

Keywords: Culture, Indonesia Badminton Festival 2021, Nation Branding, Tourism.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara di kawasan Asia Tenggara yang memiliki daya tarik tinggi dalam sektor pariwisata, dengan memiliki keanekaragaman budaya, keindahan alam, serta keramahan masyarakat. Pulau Bali salah satu destinasi unggulan pariwisata Indonesia yang telah meraih reputasi internasional sebagai “*The Island of Gods*” perpaduan antara tradisi Hindu yang kuat, panorama alam tropis yang menakjubkan, serta infrastruktur pariwisata yang terus diperbaiki. Keunggulan Bali tidak hanya pada aspek fisik seperti keindahan alam, tetapi juga pada kekayaan spiritual dan budaya tercermin melalui upacara adat, arsitektur pura yang megah, serta seni tradisional (Media Indonesia 2024).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019 Bali merupakan destinasi dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali paling banyak, mencapai angka sekitar 6,2 juta wisatawan. Namun, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali menurun hingga mencapai angka sekitar 1,06 juta wisatawan jika dibandingkan dengan tahun 2019 sebelum pandemi. Penurunan ini terjadi ketika penyebaran virus Covid-19 pada awal tahun 2020 dan mulai diberlakukannya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia, termasuk Bali (BPS 2021).

Kondisi pariwisata dan ekonomi Bali pada tahun 2021 kembali menghadapi tantangan akibat dampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali mengalami penurunan drastis hanya mencapai 51 wisatawan, mengalami penurunan sebesar 100% jika

dibandingkan tahun 2020. Pembatasan perjalanan dan kebijakan *lockdown* yang diterapkan oleh beberapa negara menjadi faktor utama terjadinya penurunan ini. Pemerintah Indonesia berupaya untuk mendorong sektor pariwisata melalui kebijakan stimulus dan mendorong adaptasi “*new normal*” serta transformasi digital. Dengan langkah - langkah ini, diharapkan sektor pariwisata dapat bangkit kembali dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional, karena sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang utama devisa negara (Shemi, 2022).

Kondisi perekonomian yang masih terpuruk ini berpengaruh terhadap kestabilan perekonomian negara dan tingkat kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia perlu melakukan upaya untuk memulihkan perekonomian nasional dan menghidupkan kembali pariwisata yang sempat terpuruk karena dampak dari pandemi Covid-19. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan memperkuat *branding* Indonesia untuk meningkatkan citra positif dan mengembalikan kepercayaan dunia terhadap Indonesia, bahwa negara Indonesia merupakan negara yang aman untuk dikunjungi. Upaya *branding* melalui Indonesia Badminton Festival 2021 merupakan salah satu cara untuk mengembalikan kepercayaan dunia, menghidupkan kembali pariwisata, dan meningkatkan perekonomian Indonesia (Pemerintah Provinsi Bali 2021).

Melalui organisasi Persatuan Bulu tangkis Seluruh Indonesia (PBSI) yang didukung oleh Pemerintah Provinsi Bali, menyelenggarakan Indonesia Badminton Festival di Pulau Dewata Bali pada akhir tahun 2021. *Event* ini merupakan rangkaian tiga turnamen bulu tangkis internasional yang terdiri dari Indonesia Masters 2021, Indonesia Open 2021, dan BWF World Tour Finals 2021 yang diselenggarakan pada bulan 16 November hingga 5 Desember 2021. Cabang

olahraga bulu tangkis sebagai salah satu cabang olahraga yang telah mengharumkan nama Indonesia di kancah internasional dapat memperkuat citra positif Indonesia di mata dunia. Dengan memiliki sejarah panjang dalam cabang olahraga bulu tangkis, serta prestasi gemilang yang telah dicapai bulu tangkis Indonesia (Pemerintah Provinsi Bali 2021).

Pemilihan Bali sebagai tempat penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 ditunjuk langsung oleh Ketua Umum PBSI Agung Firman Sampurna, dengan beberapa alasan strategis. Pertama, Bali memiliki fasilitas yang paling memadai, terutama Westin Resort Nusa Dua yang memiliki delapan lapangan bulu tangkis, sebuah kapasitas yang sulit ditemukan di daerah lain di Indonesia. Kedua, pemilihan Nusa Dua juga dilatarbelakangi oleh penerapan protokol kesehatan yang sangat ketat, dengan kondisi masyarakat setempat yang telah mencapai 100 persen vaksinasi sehingga dianggap lebih aman bagi atlet, ofisial, dan panitia. Ketiga, penyelenggaraan turnamen ini diharapkan dapat membantu pemulihan perekonomian Bali yang mengalami keterpurukan akibat pandemi COVID-19, mengingat sektor pariwisata sebagai tulang punggung ekonomi daerah sangat terdampak selama hampir dua tahun (Putra 2021).

Event ini memberikan kesempatan bagi Indonesia, khususnya Bali untuk menunjukkan kepada dunia bahwa telah mampu menekan penyebaran pandemi Covid-19 dan siap untuk kembali membuka akses bagi aktivitas internasional dengan protokol kesehatan yang ketat. Kehadiran 256 atlet dari 22 negara, serta 12 negara sebagai juri pada saat Indonesia Badminton Festival 2021 menjadi bukti keberhasilan Indonesia dalam membangun kepercayaan internasional di tengah situasi pandemi. Negara - negara seperti Jepang, Korea Selatan, Denmark,

Malaysia, dan Thailand mengirimkan atlet terbaik mereka untuk ikut berpartisipasi. Hal ini menunjukkan adanya kepercayaan tinggi terhadap kemampuan Indonesia dalam menyelenggarakan *event* internasional dengan keamanan dan kesehatan yang sesuai standar (Tempo 2021).

Kompetisi olahraga pada umumnya dipandang sebatas aktivitas fisik atau kompetisi semata, namun dalam konteks hubungan internasional, olahraga dapat menjadi alat diplomasi efektif dalam membangun citra dan merealisasikan kepentingan nasional. Seperti pada penyelenggaraan *FIFA World Cup 2022* oleh Qatar, sebagaimana pada penelitian oleh Hapsari dan Muhaimin (2023). Dalam perhelatan olahraga terbesar dunia tersebut, Qatar tidak hanya menampilkan kemegahan infrastruktur, tetapi dimanfaatkan sebagai diplomasi ideologis dan kultural (menampilkan nilai - nilai Islam) serta memperkuat posisi strategis geopolitiknya di kawasan Timur Tengah. Hal serupa pada Indonesia Badminton Festival 2021, Indonesia ingin menunjukkan kapasitas sebagai tuan rumah yang aman di tengah pandemi, memperkuat reputasi dan kepercayaan internasional, meskipun kedua peristiwa ini berbeda skala (Hapsari dan Muhaimin 2023).

Dengan demikian, penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 tidak hanya kompetisi olahraga, melainkan sebagai sarana dalam memperkuat upaya *nation branding* Bali. Melalui *nation branding* yang berorientasi pada pemulihan kepercayaan dunia, Indonesia membuktikan bahwa citra sebagai pariwisata yang aman, profesional, dan ramah meskipun dalam situasi global yang belum sepenuhnya pulih dari pandemi Covid-19. Kesuksesan pelaksanaan Indonesia Badminton Festival 2021 dapat menjadi pijakan penting bagi promosi

pariwisata berkelanjutan, serta menjadi bukti bahwa olahraga dapat menjadi sarana efektif dalam membangun identitas dan reputasi bangsa di kancah internasional.

Peneliti memilih Indonesia Badminton Festival 2021 sebagai objek penelitian karena beberapa alasan yang menarik. Pertama, festival ini merupakan penyelenggaraan unik yang menggabungkan tiga turnamen besar dalam satu rangkaian acara secara berturut - turut di satu negara yang sama menjadi suatu format yang jarang terjadi. Kedua, durasi penyelenggaraan festival ini terbilang lama, berlangsung selama hampir tiga minggu dari 16 November hingga 5 Desember 2021. Keunikan format dan durasi yang panjang ini memberikan peluang bagi peneliti untuk mengkaji berbagai aspek penyelenggaraan *event* olahraga internasional di era pandemi, seperti penerapan protokol kesehatan hingga dampak ekonomi dan sosial yang ditimbulkan. Selain itu, penyelenggaraan festival ini di tengah pandemi COVID-19 juga menawarkan perspektif baru tentang adaptasi dan inovasi dalam industri olahraga.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang didapatkan oleh penulis adalah **“Bagaimana strategi *Nation branding* Bali Melalui Indonesia Badminton Festival di Pulau Dewata Bali 2021?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi *nation branding* Bali melalui Festival Bulu tangkis Indonesia di Pulau Dewata Bali 2021 dalam meningkatkan citra positif Indonesia, terutama Bali dan mengembalikan kepercayaan dunia bahwa Indonesia merupakan negara yang aman untuk dikunjungi, serta meningkatkan citra positif di bidang olahraga, khususnya cabang olahraga bulu tangkis yang menjadi identitas Indonesia di dunia internasional. Indonesia Badminton Festival 2021 dapat dimanfaatkan sebagai pemulihan sektor pariwisata dan perekonomian Bali.

1.4 Cakupan penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada strategi *nation branding* dalam kompetisi Indonesia Badminton Festival pada tahun 2021 di Bali, yang memiliki tujuan untuk meningkatkan citra positif dan memulihkan pariwisata Indonesia dengan mengembalikan kepercayaan dunia, bahwa Indonesia negara yang aman untuk dikunjungi. Penelitian ini fokus pada tahun 2021, mengingat pada tahun 2021 merupakan tahun pelaksanaan Indonesia Badminton Festival serta tahun krusial Indonesia, terutama Bali yang mengalami penurunan drastis dalam pariwisata dan ekonomi. Dalam perjalanan penelitiannya, memperlihatkan data tahun 2019 dan 2020 sebagai gambaran bahwa pariwisata Indonesia mengalami penurunan karena pandemi Covid-19.

Bali dipilih sebagai tempat penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021, karena Bali merupakan salah satu yang mencerminkan identitas Indonesia. Selain itu, pada kawasan *Bali Internasional Convention Centre* (BICC) memiliki

fasilitas penunjang yang memadai untuk mendukung acara tersebut. Tingkat vaksinasi di Bali telah mencapai angka yang tinggi dengan presentasi 80% sudah menerima vaksin dosis kedua serta kasus penularan dan kematian akibat Covid-19 yang menurun. Dengan demikian hal ini menjamin bahwa Indonesia Badminton Festival 2021 akan dilaksanakan dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat (Imaduddin dan Bagaskara 2021).

1.5 Tinjauan Pustaka

Literatur peneliti membahas topik yang sama dengan penelitian ini. Pada pemaparan literatur penelitian terdahulu mengangkat topik serupa mengenai *Nation branding* suatu negara dalam penyelenggaraan olahraga internasional, namun objek yang diteliti berbeda. Peneliti akan menganalisis literatur tersebut serta mendeskripsikan perbandingan dengan topik peneliti yang diangkat pada penelitian ini.

Pertama, penelitian yang berjudul “Strategi Membangun *Nation branding* Dalam Asian Games Jakarta – Palembang 2018” oleh Romi Iriandi Putra (2020) dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian tersebut yaitu; Indonesia berhasil menerapkan berbagai strategi dalam membangun *nation branding* selama Asian Games 2018. Strategi - strategi tersebut yaitu melalui peliputan media secara efektif, mengangkat unsur budaya Indonesia pada upacara pembukaan Asian Games 2018, penciptaan *co-branding* yang kuat, pemanfaatan Asian Games 2018 sebagai platform diplomasi global, serta pelaksanaan *post-event campaign* untuk mempromosikan *trading*, *tourism*, dan *investment*. Asian Games 2018 berhasil menciptakan *brand image* Indonesia yang positif dan memberikan pengalaman tak

terlupakan yang mendukung perkembangan berbagai sektor di negara ini. Salah satu perbedaan yang ada pada literatur ini dengan penelitian ini yaitu; letak subjek penelitian yang digunakan pada literatur adalah perhelatan Asian Games 2018 terdapat berbagai sektor olahraga yang di pertandingan dan kawasan yang dicakup pada kawasan Asia, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada sektor olahraga bulutangkis yang diikuti negara - negara dunia yang tidak terbatas pada kawasan tertentu dan peneliti akan berfokus pada Bali sebagai subjek penelitian.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Vicky Rahmadana Y.H.D. dan Havidz Ageng Prakoso tahun 2022 berjudul “Penyelenggaraan Pagelaran Olahraga Balap di Sirkuit Mandalika sebagai Upaya Peningkatan *Nation branding* Indonesia“ dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan WSBK dan *MotoGP* di Sirkuit Mandalika telah berhasil meningkatkan *Nation branding* Indonesia sekaligus memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Selain itu, Sirkuit Mandalika menjadi *brand* baru bagi Indonesia dan mendapatkan julukan sebagai “New Bali” yang mampu bersaing di kancah internasional. Salah satu perbedaan pada literatur ini dengan penelitian ini yaitu; letak objek penelitian yang digunakan pada literatur adalah kawasan Lombok, Nusa Tenggara Timur, sedangkan penelitian ini akan berfokus pada kawasan Bali.

Ketiga, penelitian oleh Elfira Peni Hapsari (2023) dan Ramdhan Muhaimin (2023) dengan judul “Analisa Kepentingan Nasional Qatar melalui Diplomasi Olahraga di Piala Dunia 2022“ dengan metode kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu; Qatar memiliki kepentingan nasional yang kuat saat menjadi tuan rumah Piala Dunia 2022, yang mencakup dimensi ideologis, ekonomi dan geopolitik. Secara

ideologis, Qatar memanfaatkan Piala Dunia 2022 untuk mempromosikan citra Islam yang damai dan toleran untuk melawan narasi *Islamophobia*, dengan melantunkan ayat Al-Quran pada upacara pembukaan Piala Dunia 2022 dan hadist Nabi pada lukisan yang diletakkan di fasilitas umum. Dari sisi ekonomi, meskipun penghasilan dari Piala Dunia 2022 tidak sebesar pengeluaran Qatar, tujuan utamanya bukanlah keuntungan finansial langsung, melainkan peningkatan signifikan pada sektor pariwisata jangka panjang serta peran yang lebih besar dalam perdagangan luar negeri dan politik global. Sementara itu secara geopolitik, melalui Piala Dunia 2022 menegaskan posisi Qatar sebagai kekuatan regional yang mampu mengimbangi negara tetangga seperti Arab Saudi dan Uni Emirat Arab, memperkuat stabilitas keamanan domestik, dan memperkuat stabilitas keamanan domestik, dan memperkuat posisi pada pasar minyak dan gas global. Perbedaan yang ada pada literatur ini dengan penelitian ini yaitu; letak objek penelitian yang digunakan pada literatur adalah negara Qatar, sedangkan penelitian ini akan berfokus pada Indonesia, khususnya pada daerah Bali. Serta perbedaan pada konsep teori yaitu pada literatur ini menggunakan diplomasi olahraga, sedangkan pada penelitian ini menggunakan konsep teori *Nation branding*.

Dengan berdasarkan literatur diatas, peneliti akan melakukan penelitian ini dengan harapan dapat mengembangkan penelitian yang lebih terbaru. Meskipun demikian, dari beberapa literatur yang telah teliti, belum ditemukan penelitian yang menganalisis *nation branding* dalam konteks penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada analisis *nation branding* pada penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival di Bali tahun 2021.

1.6 Kerangka Pemikiran

Untuk menganalisis permasalahan dan menjawab pertanyaan penelitian di atas, penulis menggunakan teori *Nation branding* oleh Simon Anholt (2007) dalam bukunya yang berjudul *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions*, untuk membahas bagaimana *nation branding* Bali melalui Indonesia Badminton Festival di Pulau Dewata Bali 2021. Konsep *Nation branding* merujuk pada bagaimana negara, kota, maupun wilayah membangun, mengelola, dan memperkuat citra identitas mereka di mata dunia internasional. Pesatnya perkembangan globalisasi mengharuskan tidak hanya negara, tetapi kota dan wilayah untuk bersaing dalam menarik minat konsumen, wisatawan, investor, pelajar, pengusaha, serta penyelenggaraan acara olahraga dan budaya internasional. Selain itu, mereka juga perlu memperoleh perhatian dan pengakuan dari media internasional, pemerintah negara lain, dan masyarakat dunia. Tujuan utama dari konsep ini adalah mempromosikan citra positif negara untuk memperkuat identitas nasionalnya (Anholt 2007, p. 1).

Teori ini relevan untuk memahami bagaimana sebuah acara olahraga internasional seperti Indonesia Badminton Festival 2021 dapat berfungsi untuk membangun kembali kepercayaan dunia terhadap Indonesia, terutama sebagai destinasi pariwisata Bali yang aman dikunjungi meskipun pada saat itu situasi global masih berada dalam kondisi pandemi covid-19 dan membentuk persepsi positif tentang Indonesia di mata global. Peneliti akan menganalisis bagaimana acara ini memanfaatkan aspek - aspek dalam *brand* tersebut untuk mempromosikan pariwisata Bali, budaya serta menunjukkan kemampuan Indonesia sebagai tuan rumah profesional dalam ajang olahraga internasional.

Menurut Simon Anholt (2007), mengidentifikasi ada empat aspek terhadap sebuah *brand*, yaitu :

1. *Brand Identity*

Mencakup karakteristik unik dan ciri khas suatu negara yang ingin diperlihatkan. Identitas ini tidak hanya tercermin melalui simbol - simbol seperti logo atau slogan, tetapi mencakup nilai - nilai budaya, sejarah, serta keunggulan yang membedakan negara satu dengan negara lain (Anholt 2007, p. 5-7).

2. *Brand Image*

Persepsi yang dibangun oleh suatu negara atau wilayah berdasarkan pada *brand identity* dengan mengharapkan mendapat respons positif dari masyarakat global tentang suatu negara. Persepsi ini bisa didapatkan dari berbagai sumber, mulai dari peliputan media internasional, pengalaman pribadi wisatawan, interaksi diplomatik, hingga citra yang dibentuk tokoh - tokoh nasional di panggung global (Anholt 2007, p. 5-7).

3. *Brand Purpose*

Menurut Anholt, *brand purpose* pada *nation branding* merupakan elemen penting yang mencakup alasan mendasar dari tujuan atau misi suatu negara dalam membentuk citra dan memperkuat identitasnya di dunia internasional. Indikator ini tidak hanya berfokus pada ekonomi, tetapi juga pada aspirasi dan kontribusi positif suatu negara terhadap masyarakat global (Anholt 2007, p. 5-7).

4. *Brand Equity*

Brand Equity merupakan nilai yang dimiliki oleh *brand* berdasarkan persepsi atau *brand image* yang positif dan kuat. (Anholt 2007, p. 5-7).

1.7 Argumen Sementara

Nation branding merupakan strategi yang digunakan oleh negara untuk membentuk dan memperkuat citra positifnya di mata dunia internasional. Dalam penyelenggaraan *event* internasional seperti turnamen olahraga menjadi salah satu instrumen strategis dalam memperkuat identitas nasional, membangun persepsi positif global, dan mendorong terciptanya kepercayaan yang dapat berdampak terhadap pariwisata dan ekonomi nasional.

Indonesia Badminton Festival 2021 menjadi contoh dalam penerapan *nation branding* melalui olahraga internasional. *Event* ini memperkuat *Brand Identity* Indonesia, terutama Bali sebagai negara atau kawasan yang memiliki keramahan masyarakat, profesional, dan kaya budaya, sekaligus adaptif dalam menghadapi pandemi dengan penerapan protokol kesehatan ketat. Dari sisi *Brand Image*, Indonesia Badminton Festival 2021 berhasil memperbaiki persepsi global terhadap Indonesia, terbukti dari respons positif media internasional, atlet, dan publik.

Brand Purpose tercermin dalam upaya strategis Indonesia membangun citra bangsa yang tidak hanya unggul di olahraga, tetapi juga berkomitmen terhadap pemulihan global pasca pandemi melalui promosi pariwisata dan budaya. Hasilnya, *Brand Equity* Bali meningkat dengan bertambahnya kepercayaan dunia atas kapasitasnya menyelenggarakan *event* internasional. Dengan demikian, melalui penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 bukan sekadar turnamen olahraga, melainkan sarana diplomasi dan strategi *nation branding* yang efektif dalam memperkuat citra, identitas, serta posisi Indonesia di kancah global secara berkelanjutan.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif, dengan menggunakan model penelitian deskriptif. Hal ini dimaksudkan untuk dapat menjelaskan hasil dengan baik. Sehingga dengan demikian, isu yang dibahas dapat dengan mudah dipahami.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Indonesia Badminton Festival 2021, sedangkan objek penelitian ini adalah upaya *nation branding* Indonesia melalui Festival Bulu tangkis Indonesia 2021.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data dilakukan melalui data sekunder seperti buku, jurnal, berita dan literatur terkait untuk mendukung penelitian juga diperlukan oleh peneliti guna menunjang proses analisis. Penerapan metode kualitatif dalam penelitian ini bersifat analisis dan deskriptif.

1.8.4 Proses Penelitian

Dimulai dari pra penelitian, yaitu aktivitas mencari dan memetakan bahan bacaan atau sumber data yang relevan dengan tema penelitian. Dalam pengambilan data riset, penulis menggunakan data sekunder berupa artikel jurnal, berita dan *website* resmi. Pengambilan data - data tersebut disesuaikan dengan isu atau tema penelitian yang dilakukan oleh penulis. Setelah mengumpulkan dan menganalisis data, penulis akan mencoba untuk menulis dan merangkum pembahasan.

1.9 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, maka pada penulisan proposal skripsi ini penulis membagi pembahasan dalam empat bab, yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, cakupan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, argumen utama, metode penelitian, jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data, proses penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : KONDISI PARIWISATA BALI DAN PENYELENGGARAAN INDONESIA BADMINTON FESTIVAL 2021

Pada bab ini peneliti akan menganalisis tentang bagaimana kondisi pariwisata Bali dari tahun 2019 hingga 2021, serta menganalisis bagaimana strategi *nation branding* Bali melalui Indonesia Badminton Festival 2021.

BAB 3 : ANALISIS STRATEGI NATION BRANDING BALI MELALUI INDONESIA BADMINTON FESTIVAL 2021

Pada bab ini peneliti akan menganalisis bagaimana strategi *nation branding* Bali melalui Indonesia Badminton Festival 2021.

BAB 4 : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian penutup dari penelitian dengan memberikan kesimpulan dan rekomendasi untuk penelitian berikutnya.

BAB 2

KONDISI PARIWISATA BALI DAN PENYELENGGARAAN INDONESIA BADMINTON FESTIVAL 2021

Pada bab 2 ini peneliti akan menganalisis kondisi pariwisata Bali dari kondisi sebelum pandemi Covid-19 dan dalam kondisi pandemi Covid-19, serta peneliti akan menjelaskan penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021.

2.1. Kondisi Pariwisata Bali Tahun 2019 hingga 2021

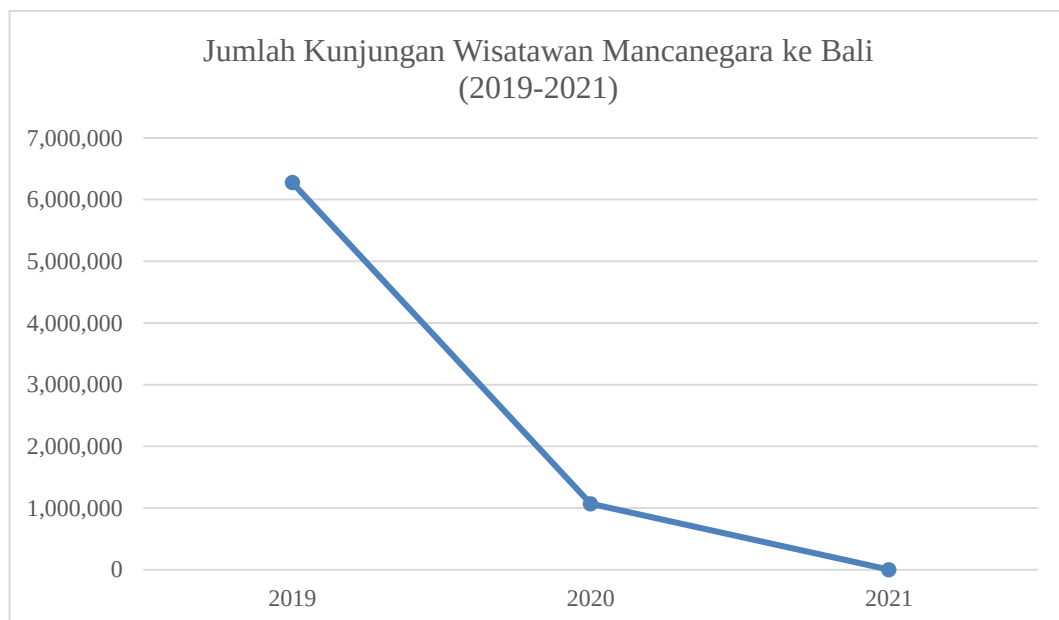
Indonesia merupakan salah satu negara di kawasan Asia Tenggara yang memiliki daya tarik dalam sektor pariwisata. Menjadi negara kepulauan terbesar di Asia Tenggara, Indonesia memiliki keanekaragaman budaya, keindahan alam yang memukau, serta keramahan masyarakat yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dari berbagai belahan dunia. Potensi alam dan budaya yang dimiliki Indonesia menjadi salah satu destinasi wisata unggulan yang mampu bersaing di kancah internasional. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas masing-masing, baik dari segi budaya lokal, bahasa, adat istiadat, hingga kuliner yang autentik, sehingga wisatawan tidak hanya disuguhi pemandangan, tetapi juga pengalaman budaya yang kaya dan mendalam (Media Indonesia 2024).

Sektor pariwisata Indonesia memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini terlihat dari kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir sebelum pandemi Covid-19. Selain itu, pariwisata dapat menciptakan lapangan pekerjaan, mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta menjadi sumber devisa bagi negara. Peningkatan jumlah kunjungan

wisatawan domestik maupun Mancanegara, memberikan dampak positif terhadap perhotelan, transportasi, kuliner, serta ekonomi kreatif menjadi bagian dari ekosistem pariwisata (Media Indonesia 2024).

Pariwisata unggulan Indonesia mencakup berbagai destinasi yang memiliki daya tarik unik serta potensi besar dalam menarik wisatawan, baik domestik maupun Mancanegara. Pulau Dewata Bali merupakan salah satu ikon utama pariwisata Indonesia yang telah dikenal luas di kancah internasional. Salah satu destinasi populer di Bali adalah Pantai Kuta, yang terkenal dengan pemandangan laut yang memukau, ombak yang cocok untuk berselancar, serta suasana yang meriah. Namun, daya tarik Pulau Bali tidak hanya terbatas pada keindahan pantainya. Pulau ini juga memiliki kekayaan budaya, seni, nilai - nilai spiritual, serta gaya hidup yang menjadi magnet tersendiri bagi wisatawan dari berbagai penjuru dunia (Rendra 2025).

Grafik 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali 2019-2021



Sumber : Badan Pusat Statistik

Selama enam tahun terakhir dari tahun 2016 hingga 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali mengalami peningkatan setiap tahunnya sebelum tahun 2020. Pada tahun 2019 merupakan angka tertinggi pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali, dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 6.275.210 wisatawan. Tren positif pariwisata Bali ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti infrastruktur yang memadai, aksesibilitas yang mudah, promosi destinasi, dan pengalaman wisata, selain itu Pulau Bali ini berhasil menarik perhatian dunia dengan pesona alamnya yang memukau dan keindahan budaya (Badan Pusat Statistik 2021).

Namun pada tahun selanjutnya, yaitu tahun 2020, jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara ke Bali mengalami penurunan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali pada tahun 2020 hanya mencapai 1.069.473 wisatawan. Pemicu utama dari penurunan ini yaitu merebaknya virus Covid-19 yang berdampak luas pada beberapa sektor, salah satunya pada industri pariwisata. Selain itu, adanya kebijakan pembatasan mobilitas yang diterapkan oleh beberapa negara karena semakin meningkatnya jumlah penularan Covid-19 pada tahun 2020. Termasuk Indonesia yang menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menekan penyebaran virus Covid-19. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan kunjungan wisata, baik secara domestik dan internasional, serta menyebabkan penurunan ekonomi negara (Badan Pusat Statistik 2021).

Pada tahun 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali semakin mengalami penurunan hingga diangka 51 wisatawan asing yang berkunjung. Kondisi pariwisata yang masih mengalami penurunan ini berpengaruh

terhadap kestabilan ekonomi lokal dan tingkat kesejahteraan masyarakat Bali. Pemerintah Provinsi Bali perlu melakukan upaya untuk menghidupkan kembali pariwisata dan memulihkan perekonomian nasional yang sempat terpuruk karena dampak dari pandemi Covid-19. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan memperkuat *branding* Bali untuk meningkatkan citra positif dan mengembalikan kepercayaan dunia terhadap Indonesia, terutama Bali bahwa sudah aman untuk dikunjungi. Upaya *branding* melalui Indonesia Badminton Festival 2021 merupakan salah satu cara untuk mengembalikan kepercayaan dunia, menghidupkan kembali pariwisata, dan meningkatkan perekonomian Bali (Pemerintah Provinsi Bali 2021).

2.2. Penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021

Indonesia dipercaya menjadi tuan rumah penyelenggaraan turnamen bulu tangkis internasional, yaitu Indonesia Badminton Festival 2021 merupakan mega *event* olahraga bulu tangkis internasional diselenggarakan dengan konsep yang komprehensif dan strategis dengan dilaksanakan di kawasan pariwisata Nusa Dua, Bali. Turnamen olahraga internasional ini dilaksanakan pada tanggal 16 November hingga 5 Desember 2021. Hal ini menandai kembali aktifnya Indonesia menyelenggarakan kompetisi bulu tangkis dunia setelah hampir dua tahun vakum akibat pandemi Covid-19. Indonesia Badminton Festival dirancang sebagai rangkaian tiga turnamen bergengsi yang digelar secara beruntun dalam format yang disebut sebagai sistem *bubble*, yang berarti menciptakan lingkungan yang aman namun mengutamakan kenyamanan seluruh peserta yang terlibat (Tempo 2021).

Konsep Indonesia Badminton Festival 2021 adalah mengintegrasikan tiga level kompetisi bulu tangkis internasional dalam satu waktu pelaksanaan dalam hampir satu bulan. Pada Indonesia Badminton Festival 2021 menyelenggarakan tiga turnamen secara beruntun, yaitu *Daihatsu Indonesia Masters 2021*, *SimInvest Indonesia Open 2021* dan *BWF World Tour Finals 2021*. Pemilihan lokasi di Nusa Dua, Bali hasil dari pertimbangan strategis, karena pada kawasan Nusa Dua dikenal sebagai kawasan pariwisata yang memiliki infrastruktur memadai standar internasional, termasuk *Bali International Convention Center* yang menjadi *venue* utama pertandingan, serta *The Westin Resort* yang dipilih sebagai hotel para peserta yang terlibat (Imaduddin dan Bagaskara 2021).

Dalam penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021, terdapat beberapa aktor yang terlibat. *Badminton World Federation* (BWF) sebagai organisasi internasional yang mengatur olahraga bulu tangkis dunia, menetapkan dan melakukan pengawasan terhadap jalannya turnamen Indonesia Badminton Festival 2021. Keputusan BWF untuk mengadakan tiga turnamen berturut - turut pada lokasi yang sama merupakan langkah inovatif yang belum pernah dilakukan sebelumnya, menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas organisasi ini dalam menghadapi tantangan global (Krisnawati 2021).

Pengurus Pusat Persatuan Bulu tangkis Seluruh Indonesia atau PP PBSI sebagai aktor sentral yang membuka dan mengawal pelaksanaan acara Indonesia Badminton Festival 2021. Sebagai tuan rumah, PBSI tidak hanya bertanggung jawab atas aspek teknis pertandingan, melainkan juga dalam mengkoordinasikan intensif dengan berbagai pihak untuk memastikan kelancaran acara ini. Mulai dari negosiasi dengan BWF, koordinasi dengan pemerintah pusat dan daerah, hingga

manajemen logistik dan keamanan. PBSI menunjukkan kapasitasnya dalam mengelola *event* olahraga berskala internasional (Isnanto 2023).

Selain itu, Pemerintah Provinsi Bali berperan sebagai tuan rumah, menyediakan lokasi pelaksanaan dan memberikan dukungan penuh terkait protokol kesehatan mengenai pandemi Covid-19, serta menjalankan kepentingannya untuk pulihkan pariwisata Bali dan mengembalikan kepercayaan dunia. Pariwisata Bali selama pandemi Covid-19 mengalami penurunan drastis. Dengan adanya Indonesia Badminton Festival 2021 menjadi momentum untuk membuktikan kesiapan Bali dalam menyambut kembali *event* internasional. Gubernur Bali, Wayan Koster, berkomitmen untuk mendukung pelaksanaan Indonesia Badminton Festival 2021.

Dari segi partisipasi, Indonesia Badminton Festival 2021 mendatangkan pemain - pemain top dunia, dengan kedatangan 256 atlet dari 22 negara akan mengikuti pertandingan ini. Meski tidak semua negara mengikuti Indonesia Badminton Festival 2021 karena alasan kesehatan pandemi Covid-19. Dengan 256 atlet dari 22 negara tersebut, menjadi bukti kuat bahwa Indonesia masih memiliki daya tarik dan kepercayaan internasional untuk menggelar turnamen bergengsi. Para atlet tersebut datang dengan standar protokol kesehatan yang ketat, mulai dari tes PCR sebelum keberangkatan, pemeriksaan kesehatan setibanya di Indonesia, hingga kewajiban untuk tetap berada dalam sistem bubble yang telah disiapkan panitia. Sistem ini memastikan bahwa para pemain, pelatih, ofisial, serta pihak penyelenggara dapat beraktivitas dalam lingkungan yang aman, namun tetap mendapat kenyamanan sebagaimana pada *event* atau acara internasional lainnya (Tempo 2021).

Indonesia Badminton Festival 2021 tidak hanya menandai kembalinya atmosfer kompetisi bulu tangkis dunia di Indonesia, tetapi juga menjadi ajang pembuktian bahwa Indonesia mampu menggelar *event* olahraga berskala global dengan standar yang tinggi meskipun berada dalam tekanan pandemi. Penyelenggaraan tiga turnamen beruntun dalam satu kawasan wisata internasional menjadi inovasi yang memadukan antara aspek olahraga dengan pariwisata. Hal ini selaras dengan upaya *nation branding* Indonesia, terutama Bali, yaitu ingin memperlihatkan kepada dunia bahwa Indonesia mampu menghadirkan pengalaman unik yang mengintegrasikan olahraga, kebudayaan, dan pariwisata dalam satu kesatuan (Berita Bali 2021).

Kehadiran Indonesia Badminton Festival 2021 di Bali memberikan efek ganda. Di satu sisi, turnamen ini memberikan hiburan bagi masyarakat dunia yang sudah lama merindukan kompetisi bulu tangkis kelas dunia. Di sisi lain, penyelenggaraan turnamen ini sekaligus menjadi media promosi pariwisata Bali yang terpuruk akibat pandemi. Melalui liputan media internasional dan publikasi digital, Bali akan menjadi sorotan dunia, tidak hanya sebagai destinasi wisata alam dan budaya, tetapi juga sebagai tuan rumah *event* olahraga internasional. Dengan demikian, melalui *event* internasional ini berfungsi sebagai momentum strategis untuk memulihkan citra Bali sekaligus menghidupkan kembali roda ekonomi pariwisata yang sempat berhenti (Imaduddin dan Bagaskara 2021).

Penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 dilaksanakan di Bali dengan mempertimbangkan berbagai aspek strategis. Pertama, Bali merupakan destinasi yang paling sering di kunjungi wisatawan Mancanegara pada tahun 2019 dan tahun 2020. Pada tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara ke

Bali mencapai 6,2 juta wisatawan yang melampaui daerah lainnya seperti Batam di angka 1,9 juta wisatawan dan Jakarta di angka 2,4 juta wisatawan. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan yang sangat signifikan, jumlah wisatawan Mancanegara yang datang ke Bali menurun drastis menjadi sekitar 1,6 juta wisatawan. Selain itu, pada kawasan Nusa Dua memiliki fasilitas yang memadai seperti memiliki delapan lapangan bulu tangkis yang sulit ditemukan di lokasi lain (Yudhistira 2021).

Kedua, penerapan protokol kesehatan di Bali dinilai paling ketat dan masyarakat di Bali telah melakukan vaksinasi 100% dosis pertama dan 85% dosis kedua. Ketiga, Pemerintah Provinsi Bali dengan dukungan dari Pemerintah Pusat mempersiapkan tiga kawasan Bali seperti Sanur, Nusa Dua, dan Ubud, sebagai kawasan *green zone* atau zona terlindungi dari Covid-19. Langkah ini menjadi upaya dalam pemulihan sektor Pariwisata Bali, sejalan dengan pemerintah dalam menerapkan kebijakan perjalanan wisata bebas Covid-19. *Event* ini memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk menunjukkan kepada dunia bahwa Indonesia telah mampu menekan penyebaran pandemi Covid-19 dan siap untuk kembali membuka diri bagi aktivitas internasional dengan protokol kesehatan yang ketat dan sesuai dengan standar kesehatan (Yudhistira 2021).

Untuk mengantisipasi penyebaran pandemi Covid-19, Pengurus Pusat Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia atau PP PBSI bekerja sama dengan Pemerintah Provinsi Bali menerapkan kebijakan sistem *bubble* atau sistem gelembung selama penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 selama empat pekan dari 16 November hingga 5 Desember 2021. Sistem *bubble* yaitu membatasi interaksi antara partisipan dengan orang di luar area gelembung. Dalam

sistem ini, seluruh partisipan hanya diperbolehkan beraktivitas di area yang telah ditentukan, tanpa melibatkan penonton, bertujuan untuk mencegah penyebaran Covid-19. Sistem ini mengharuskan semua atlet, staf, pelatih, panitia, hingga pihak media untuk tetap tinggal di lokasi yang sama selama acara berlangsung, yaitu di kawasan *The Westin Resort Nusa Dua*, Bali (Tempo 2021).

Skema pelaksanaan Indonesia Badminton Festival 2021 yang diterapkan oleh PBSI bekerja sama dengan Satuan Tugas Penanganan Covid-19 merancang ketat protokol kesehatan, bertujuan untuk menjamin keamanan dan keselamatan seluruh peserta yang berpartisipasi. Para atlet, staf, dan wasit dari luar negeri terlebih dahulu tiba di Jakarta untuk menjalani masa karantina sementara. Hal ini dilakukan karena penerbangan internasional langsung menuju Bali belum tersedia. Setelah seluruh peserta lengkap dan menyelesaikan karantina, mereka akan diberangkatkan ke Bali menggunakan pesawat yang disewa khusus oleh PBSI (Gusti 2021).

Dengan penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 diharapkan dapat menjadi momentum strategis untuk memulihkan sektor pariwisata Bali yang sempat lesu akibat pandemi Covid-19, sekaligus memperkuat citra Indonesia di mata dunia sebagai negara yang mampu menyelenggarakan *event* internasional dengan standar profesional tinggi dan protokol kesehatan yang ketat. Selain itu, penyelenggaraan turnamen ini diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan wisatawan mancanegara untuk kembali mengunjungi Bali, menciptakan peluang promosi global melalui media internasional, dan memperkuat strategi *nation branding* Indonesia dengan menampilkan perpaduan antara prestasi olahraga, budaya lokal, dan kesiapan menghadapi tantangan global (Berita Bali 2021).

BAB 3

ANALISIS STRATEGI *NATION BRANDING* BALI MELALUI INDONESIA BADMINTON FESTIVAL DI PULAU DEWATA BALI 2021

Pada bab 3 ini peneliti akan menganalisis strategi *Nation branding* Bali pada penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021, dengan beberapa aspek seperti *brand identity*, *brand image*, *brand purpose*, dan *brand equity*.

3.1. *Brand Identity*

Melalui penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021, pemerintah memiliki tujuan untuk memperkuat citra negara dan mengembalikan kepercayaan masyarakat global terhadap Indonesia. Dengan *brand identity* yang dimiliki Indonesia, dapat mempermudah tujuan pemerintah dalam melaksanakan *nation branding*. *Brand Identity* menurut Simon Anholt (2007) adalah upaya negara, kota, wilayah dalam menciptakan karakteristik yang unik dan memiliki ciri khas untuk dikenali dan dipahami oleh dunia internasional. Identitas suatu negara tidak dapat dibentuk hanya melalui simbol - simbol seperti logo atau slogan, melainkan harus berasal dari nilai - nilai fundamental dan tindakan nyata yang mencerminkan karakter suatu bangsa (Anholt 2007, p. 5-7).

Mengimplementasikan *Brand Identity* merupakan salah satu elemen penting dalam meningkatkan ketertarikan pada destinasi pariwisata dan memperluas wawasan publik. Dengan strategi ini, *nation branding* yang dilakukan pemerintah Indonesia dengan memanfaatkan momentum Indonesia Badminton Festival 2021 yaitu untuk mengembalikan kepercayaan dunia dan menghidupkan kembali pariwisata Indonesia karena dampak pandemi Covid-19 (Anholt 2007, p. 5-7).

Gambar 1. Logo Pariwisata Bali Melalui “*The Island of Gods*”



Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Pulau Bali merupakan salah satu destinasi pariwisata unggulan Indonesia yang telah dikenal luas di kancah internasional, dengan memiliki keindahan alam, keberagaman budaya, serta memiliki nilai spiritual yang kuat. Seiring dengan perkembangan industri pariwisata global, *branding* destinasi pariwisata merupakan elemen penting untuk mendapatkan persepsi dan daya tarik suatu wilayah di mata wisatawan mancanegara. Pemerintah Provinsi Bali melalui Dinas Pariwisata dengan bekerja sama dengan *Stakeholder* Pariwisata telah melakukan transformasi terhadap *brand identity* pariwisata Bali pada tahun 2017 dengan mengganti slogan dari “Bali Shanti, Shanti, Shanti” menjadi “*The Island of Gods*” (Erinda, Moniaga, dan Sunarta 2023).

Slogan “Bali Shanti, Shanti, Shanti” berasal dari bahasa Sanskerta yang memiliki makna yang mendalam dan mencerminkan filosofi hidup masyarakat Bali. Menggunakan kata “Bali” merujuk pada pulau yang memiliki tradisi, budaya, dan spiritualitas yang kuat. Sedangkan kata “Shanti” berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti kedamaian atau ketenangan. Dengan demikian, slogan ini mengandung doa dan harapan agar Bali selalu menjadi tempat yang penuh kedamaian, harmoni,

dan keseimbangan, baik secara spiritual maupun sosial, sehingga menciptakan suasana yang tenteram dan harmonis bagi masyarakat Bali dan wisatawan yang berkunjung. Pada slogan dan logo ini diresmikan pada tahun 2007 bersamaan dengan Pesta Kesenian Bali 2007 yang diluncurkan oleh Presiden Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono (Erinda, Moniaga, dan Sunarta 2023).

Dalam perkembangannya, slogan dan logo Bali mengalami perubahan menjadi “*The Island of Gods*” atau yang lebih dikenal dengan sebutan Pulau Dewata dalam bahasa Indonesia. Slogan “*The Island of Gods*” dinilai lebih mudah diterima secara global karena mudah diingat dan menegaskan citra Bali sebagai pulau dengan kekayaan budaya Hindu yang sakral, penuh tradisi religius, serta memiliki keindahan panorama alam yang dianggap sebagai anugerah para dewa. Perubahan tersebut bertujuan untuk memperkuat *branding* Bali di mata dunia sebagai destinasi eksotis yang menawarkan perpaduan antara budaya, spiritualitas, dan keindahan alam yang dimiliki Pulau Bali (Erinda, Moniaga, dan Sunarta 2023).

Pergantian slogan dan logo Bali menyesuaikan dengan kampanye promosi pariwisata Indonesia melalui “*Wonderful Indonesia*” yang diluncurkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kampanye ini bertujuan untuk memperkuat *Brand Identity* Indonesia di tingkat global melalui citra pariwisata yang konsisten, modern, dan profesional. Slogan dan logo Bali melalui “*The Island of Gods*” menampilkan desain yang lebih modern dan dinamis dengan memadukan unsur tradisional dan estetika kontemporer agar lebih mudah dikenali oleh masyarakat internasional. Unsur warna, tipografi, dan simbol dalam logo diselaraskan dengan “*Wonderful Indonesia*”. Perubahan ini menunjukkan upaya Bali untuk tetap mempertahankan ciri khasnya menyesuaikan dengan strategi

branding nasional. Slogan dan logo Bali kali ini diresmikan pada bulan September tahun 2017 oleh Pemerintah Provinsi Bali melalui Dinas Pariwisata Bali (Kompas 2017).

Pada penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 tidak ada slogan atau logo secara resmi diluncurkan oleh Panitia Penyelenggara dengan berkoordinasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atau dengan Pemerintah Provinsi Bali, hanya saja pada Indonesia Badminton Festival 2021 menggunakan logo dengan unsur tulisan “Indonesia Badminton Festival 2021” serta menampilkan unsur olahraga seperti *shuttlecock* berwarna - warni dan memadukan unsur seperti ‘Pura’ Bali yang menjadi ciri khas Pulau Bali. Selain itu pada slogan atau jargon, tidak ada secara khusus untuk Indonesia Badminton Festival 2021.

Meskipun tidak ada slogan resmi yang secara khusus diluncurkan oleh panitia penyelenggara maupun pemerintah, sejumlah media arus utama baik nasional maupun internasional memberikan penekanan bahwa penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 telah menjadi simbol penting bagi momentum kebangkitan Bali, khususnya dalam sektor pariwisata. Narasi yang dibangun oleh media-media tersebut menyoroti bagaimana *event* ini bukan sekadar turnamen olahraga, tetapi juga medium strategis untuk menghidupkan kembali denyut pariwisata Bali yang hampir dua tahun terpuruk akibat pandemi Covid-19. Dalam berbagai pemberitaan, Bali ditampilkan bukan hanya sebagai latar tempat pertandingan bulu tangkis internasional, melainkan juga sebagai wajah Indonesia yang menyampaikan pesan kesiapan, keamanan, dan keramahan untuk menyambut kembali wisatawan mancanegara (Berita Bali 2021).

3.2. *Brand Image*

Dalam persaingan global, *brand image* telah menjadi aset tak berwujud yang krusial bagi sebuah *brand*, baik itu produk, perusahaan, maupun destinasi, karena mencerminkan persepsi kolektif yang tertanam dalam benak konsumen. Menurut teori *nation branding* oleh Simon Anholt (2007), *brand image* adalah gambaran persepsi yang berusaha dibentuk oleh suatu negara berdasarkan identitas mereka yang telah dirancang, dengan harapan dapat menghasilkan respons dari masyarakat global terhadap citra tersebut. Persepsi ini bisa didapatkan dari berbagai sumber, mulai dari peliputan media, pengalaman wisata, interaksi diplomatik, hingga citra yang dibentuk tokoh - tokoh nasional di panggung internasional (Anholt 2007, p. 5-7).

Brand Image dalam penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 mengharapkan persepsi positif dari para atlet dan ofisial internasional yang terlibat pada *event* terhadap keamanan melalui penerapan sistem gelembung yang terorganisir, kenyamanan dari fasilitas lengkap, serta nilai - nilai budaya yang mereka alami selama berada di Bali. Seluruh elemen tersebut dapat membentuk kesan positif pada peserta internasional yang terlibat, yang membuat kesan Indonesia sebagai tuan rumah turnamen olahraga internasional dan memiliki destinasi pariwisata yang kaya akan budaya, serta mampu menjamin keamanan dan kenyamanan dalam situasi seperti pandemi Covid-19 (Anholt 2007, p. 5-7).

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta Pemerintah Provinsi Bali berupaya membangun *brand image* positif Indonesia melalui penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 di Bali. Pemilihan

Pulau Bali sebagai lokasi turnamen bukanlah tanpa alasan, karena Bali selama ini telah melekat sebagai ikon pariwisata dan budaya Indonesia. Untuk memperkuat identitas tersebut, berbagai elemen budaya lokal ditampilkan dalam rangkaian acara, mulai dari penggunaan ornamen khas Bali pada dekorasi *venue*, pemberian selendang kepada atlet juara, hingga pertunjukan tari tradisional seperti tari Kecak yang ditampilkan dalam rangkaian hiburan diselang turnamen berlangsung. Melalui langkah ini, pemerintah menegaskan bahwa *event* olahraga internasional bukan hanya arena kompetisi, tetapi juga sarana untuk mengangkat identitas budaya Indonesia di mata dunia (Media Indonesia 2021).

Nuansa budaya yang ditunjukkan melalui salah satu simbol penting yaitu selendang khas Bali yang diberikan kepada para atlet juara, termasuk ganda putra top dunia Marcus Gideon dan Kevin Sanjaya atlet Indonesia. Selendang Bali ini bukan sekedar sebagai cinderamata penghargaan, melainkan sebagai representasi keindahan dan kekayaan budaya Indonesia yang patut diapresiasi dan dikenal internasional, serta simbol penghormatan atas prestasi bagi para atlet bulu tangkis yang meraih gelar juara dalam kompetisi *Indonesia Open 2021* dan *BWF Tour Finals 2021*. Selendang tersebut merupakan hasil karya para pengrajin lokal Bali yang memadukan estetika tradisional dengan kualitas bahan yang memberi nilai artistik dan kebanggaan tersendiri. Melalui penggunaan kain tenun Bali ini, penyelenggara ingin menampilkan dan menjadikan kain selendang ini sebagai media promosi seni dan kerajinan lokal yang memiliki nilai sejarah dan filosofi mendalam (Puspa dan Jaya 2021).

Dalam acara *Welcoming Party* dalam Indonesia Badminton Festival 2021, menampilkan pertunjukkan tari tradisional Bali yang khas, seperti Tari Kecak,

suasana acara menjadi sangat hidup dan memberikan kesan. Tari Kecak sendiri memiliki keunikan dengan pola suara ‘cak-cak’ yang bergema dari para penari pria yang duduk melingkar, menjadikan penampilan tari ini bukan hanya tontonan seni, tetapi juga sebuah ekspresi ritual dan spiritual yang mendalam dari budaya Bali. Dikutip dari artikel Kompas, pemain berasal dari Denmark, Anders Antonsen dan ketiga rekannya mengenakan pakaian adat Bali pada saat acara *Welcoming Party*. Mereka membeli busana tradisional Bali langsung di toko area hotel sebelum acara tanpa merencanakan sebelumnya, dan sepakat untuk menjadi “Bali Boy” pada saat acara *Welcoming Party* (Puspa dan Dennys 2021).

Panitia menyelenggarakan acara *Indonesia Cultural Night* setelah sepekan pelaksanaan turnamen *Indonesia Masters 2021*. Rangkaian acara ini dirancang untuk memberikan pengalaman bagi para peserta dengan menampilkan kesenian tradisional, kuliner nusantara, pertunjukkan kembang api hingga elemen interaktif yang memungkinkan para peserta berinteraksi langsung dengan budaya lokal. Acara dibuka dengan pertunjukkan tari tradisional Bali dan pagelaran perkusi musik di pinggir pantai dilengkapi pertunjukkan kembang api (Martini 2021).

Melalui acara tersebut mendapatkan respons positif dari beberapa atlet internasional. Mengutip dari artikel PBSI, pasangan ganda putra dari Jepang, Takuro Hoki dan Yugo Kobayashi sangat terkesan dengan rangkaian acara yang diselenggarakan panitia tersebut. Menurut mereka keindahan dan kemegahan pesta kembang api yang memikat hati mereka dan momen ini merupakan pengalaman pertama bagi mereka sepanjang mengikuti turnamen internasional. Selain mereka, terdapat beberapa atlet internasional juga yang memberikan respons positif lainnya. Mengutip dari artikel *Indosport*, atlet dari Malaysia Goh Liu Ying mengatakan

“Acara ini sangat bagus, ada kembang api dan tarian Bali. Saya belum pernah melihat acara ini di tempat lain. Saya sangat *enjoy* dan ini berguna untuk *refreshing*”. Hal serupa dikatakan oleh Lee Zii Jia atlet dari Malaysia, ia mengatakan “Kembang api yang sangat bagus, acara ini sangat meriah. Saya juga belum pernah melihat acara seperti ini di turnamen lain” (Martini 2021).

Upaya lain yang tidak kalah penting adalah membangun citra Indonesia sebagai negara yang aman dan disiplin dalam penerapan protokol kesehatan. Dalam pelaksanaan IBF 2021, pemerintah menerapkan sistem *bubble* di kawasan Nusa Dua, di mana seluruh atlet, ofisial, dan panitia ditempatkan pada area terbatas dengan pengawasan ketat, serta dilakukan tes kesehatan rutin selama turnamen berlangsung. Sistem ini dipromosikan sebagai standar internasional untuk menjamin keamanan penyelenggaraan *event* di tengah pandemi COVID-19. Langkah ini sekaligus menjadi bagian dari strategi *brand image*, di mana Indonesia berusaha menunjukkan kepada dunia bahwa mampu mengelola *event* internasional dengan tingkat profesionalisme tinggi di masa krisis (Bachtiar 2021).

Melalui panitia penyelenggara menerapkan protokol kesehatan ketat untuk memastikan keselamatan semua peserta. Partisipan yang terlibat sebanyak 667 orang diwajibkan untuk menjalani tes *Polymerase Chain Reaction* atau tes PCR sebanyak enam kali selama *event* berlangsung. Tes PCR adalah suatu metode laboratorium yang digunakan untuk mendeteksi DNA atau RNA virus, bertujuan untuk mendeteksi infeksi virus SARS-CoV-2 yang menyebabkan Covid-19. Pada uji tes PCR pertama, melalui Ketua Umum PBSI menyatakan semua partisipan Indonesia Badminton Festival 2021 dinyatakan negatif. Melalui *event* internasional ini, Indonesia menunjukkan kepada dunia bahwa mampu menggelar ajang

badminton bergengsi meskipun dalam kondisi adaptasi “*new normal*” dari pandemi Covid-19 (Puspa dan Bagaskara 2021).

Pemerintah Indonesia memanfaatkan festival ini sebagai bagian dari strategi *nation branding*, Indonesia ingin dikenal bukan hanya sebagai negara berkembang yang sedang bangkit dari krisis pandemi, tetapi juga sebagai negara yang memiliki kapabilitas untuk menyelenggarakan *event* internasional dengan aman, tertib, dan memiliki daya tarik dalam pariwisata. Dengan kehadiran atlet - atlet kelas dunia dan publikasi melalui media sosial selama perhelatan berlangsung secara tidak langsung membentuk persepsi global bahwa Indonesia adalah negara yang aman untuk dikunjungi dan siap menyambut wisatawan kembali (Putra 2021).

Keberhasilan menerapkan sistem *bubble* pada penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 di tengah pandemi covid-19, mendapat pengakuan dari Ketua Komite Olimpiade Indonesia (KOI) yang menyebutkan melalui protokol kesehatan yang diterapkan selama penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 dapat menjadi tolak ukur untuk melaksanakan kejuaraan internasional ketika masa pandemi Covid-19. Dengan mendapatkan pengakuan ini semakin memperkuat Indonesia sebagai negara yang mampu beradaptasi dan bangkit dari krisis dengan cepat (Raya 2021).

3.3. Brand Purpose

Menurut Anholt (2007), *brand purpose* pada *nation branding* merupakan elemen penting yang mencakup alasan mendasar tujuan atau misi dari suatu negara dalam membentuk citra dan memperkuat identitasnya di dunia internasional. *Brand purpose* tidak hanya sebatas pada kepentingan ekonomi atau komersial, tetapi mencakup lebih untuk aspirasi dan kontribusi positif suatu negara terhadap

masyarakat global yang merupakan bagian dari tujuan proses komunikasi suatu organisasi (Anholt 2007, p. 5-7).

Pemerintah Provinsi Bali memberikan dukungan penuh terhadap seluruh kebutuhan dan fasilitas penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 agar dapat berlangsung dengan lancar, aman, serta sukses, sekaligus menjadi titik awal kebangkitan sektor pariwisata dan pemulihan perekonomian Bali. Pemerintah Provinsi Bali memandang penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 sebagai salah satu momentum penting dalam membangun kembali citra Bali dan Indonesia di mata dunia setelah terpukul pandemi Covid-19. Hal ini disampaikan Gubernur Bali Wayan Koster pada saat konferensi pers menyambut Indonesia Badminton Festival 2021 bersama Ketua Umum Pengurus Pusat Persatuan Bulutangkis Seluruh Indonesia (PP PBSI) Agung Firman Sampurna pada tanggal 29 Oktober 2021 (Baliilu 2021).

Tujuan utama pemerintah daerah bukan sekadar menjadikan Indonesia Badminton Festival 2021 sebagai turnamen olahraga internasional, melainkan sebagai instrumen strategis untuk memperlihatkan kemampuan Indonesia dalam menyelenggarakan *event* berskala global dengan standar tinggi, meskipun dalam kondisi pandemi Covid-19. Hal ini ditegaskan dengan penerapan protokol kesehatan berbasis sistem *bubble*, di mana seluruh atlet, ofisial, dan panitia ditempatkan dalam kawasan yang terkendali sehingga tercipta jaminan keamanan dan kenyamanan. Melalui mekanisme ini, pemerintah Bali ingin menunjukkan bahwa destinasi pariwisata unggulannya mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan situasi global yang masih diliputi kekhawatiran pandemi (Baliilu 2021).

Selain aspek teknis, penyelenggaraan IBF 2021 juga diarahkan untuk mendukung pemulihan ekonomi daerah, terutama sektor pariwisata yang menjadi tulang punggung perekonomian Bali. Hampir dua tahun sektor ini mengalami keterpurukan akibat pembatasan perjalanan internasional, sehingga okupansi hotel dan tingkat kunjungan wisatawan menurun drastis. Kehadiran atlet, ofisial, dan media dalam festival ini diyakini mampu memberikan dorongan signifikan terhadap sektor akomodasi, transportasi, serta industri makanan dan minuman. Pemerintah Bali melihat *event* ini sebagai pemicu terciptanya *multiplier effect* yang menyentuh langsung pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), karena kebutuhan logistik, konsumsi, dan layanan pendukung tidak hanya dipenuhi oleh hotel-hotel besar, tetapi juga oleh penyedia jasa lokal. Dengan demikian, IBF 2021 menjadi salah satu instrumen nyata dalam menggerakkan kembali roda perekonomian Bali pasca-pandemi (Media Indonesia 2021).

Penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 juga dimaknai sebagai sarana uji coba kesiapan Bali dalam menghadapi *event* internasional besar di masa mendatang, terutama Presidensi G20 yang akan berlangsung pada tahun 2022. Pemerintah Bali ingin memastikan bahwa seluruh infrastruktur, tata kelola, dan mekanisme penyelenggaraan *event* internasional dapat berjalan sesuai standar global. Hal ini penting mengingat keberhasilan dalam menggelar turnamen ini akan menjadi cerminan bagi dunia internasional bahwa Bali layak dipercaya sebagai tuan rumah acara - acara besar. Dengan reputasi yang terjaga, Bali tidak hanya memperoleh keuntungan jangka pendek dari meningkatnya perputaran ekonomi lokal, tetapi juga memperoleh *brand equity* yang berharga berupa kepercayaan

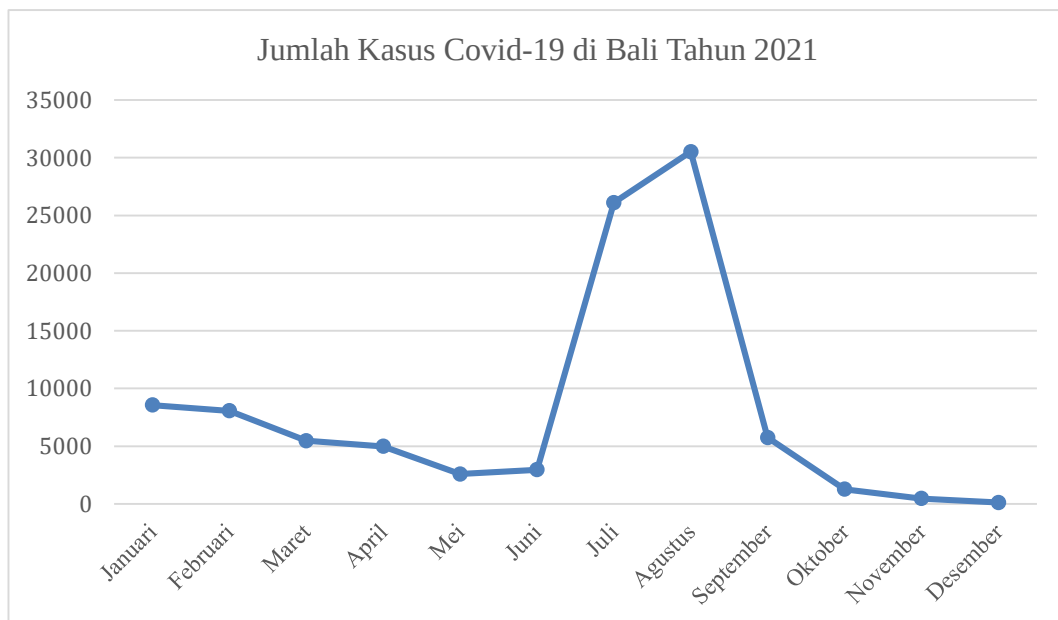
internasional terhadap kapasitasnya sebagai destinasi pariwisata sekaligus lokasi penyelenggaraan *event* berskala dunia (Pemerintah Provinsi Bali 2021).

Selain itu, tujuan pemerintah dalam penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 berakar pada strategi *nation branding*, yaitu upaya membentuk persepsi global mengenai Indonesia sebagai negara yang aman, nyaman, dan kaya akan budaya. Bali sebagai ikon pariwisata Indonesia dipilih bukan hanya karena keindahan alamnya, melainkan juga karena memiliki fasilitas memadai dan citra internasional yang kuat. Dengan menghadirkan festival bulu tangkis di Pulau Dewata, pemerintah bermaksud mengintegrasikan kekuatan budaya lokal dengan daya tarik olahraga internasional, sehingga citra Indonesia di mata dunia tidak hanya terfokus pada keindahan alam, tetapi juga pada kemampuannya menggelar *event* dengan nilai *sport tourism* yang tinggi. Keberhasilan ini pada akhirnya diharapkan dapat mempercepat pemulihan ekonomi nasional (Nusa Dua 2023).

Upaya pelestarian budaya dan kearifan lokal perlu menjadi perhatian agar pengunjung dapat memahami serta menghargai kekayaan yang dimiliki destinasi tersebut. Selain itu, pemanfaatan sumber daya ekonomi di sekitar destinasi wisata perlu dilakukan secara bijak, mengedepankan kesejahteraan masyarakat serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan mengimplementasikan *branding* adalah salah satu elemen penting dalam meningkatkan ketertarikan pada destinasi pariwisata dan memperluas wawasan publik. Dengan strategi ini, *nation branding* yang dilakukan pemerintah Indonesia dengan memanfaatkan momentum Indonesia Badminton Festival 2021 yaitu untuk mengembalikan kepercayaan dunia dan menghidupkan kembali pariwisata Indonesia karena dampak pandemi Covid-19 (Berita Bali 2021).

Secara keseluruhan, tujuan pemerintah Bali dalam menyelenggarakan Indonesia Badminton Festival 2021 mencakup empat dimensi utama, yaitu memperkuat citra dan reputasi Indonesia di mata internasional melalui jaminan keamanan dan kenyamanan, mendukung pemulihan pariwisata serta ekonomi lokal, menguji kesiapan Bali menghadapi *event* internasional yang lebih besar, serta memperkuat *nation branding* Bali melalui integrasi budaya dan olahraga. Dengan pendekatan ini, Indonesia Badminton Festival 2021 berhasil diposisikan bukan hanya sebagai ajang kompetisi olahraga, tetapi juga sebagai simbol kebangkitan ekonomi dan reputasi Bali di panggung dunia (Baliilu 2021).

Grafik 2. Jumlah Kasus Covid-19 di Bali Tahun 2021



Sumber : Kementerian Kesehatan

Melalui Indonesia Badminton Festival 2021, Indonesia, terutama Bali berupaya memperlihatkan diri sebagai bangsa yang tangguh dan mampu bangkit di tengah tantangan pandemi. Pemerintah Provinsi Bali memberikan izin untuk menyelenggarakan Indonesia Badminton Festival 2021 di tengah kondisi dunia dan

Indonesia sedang mengalami pandemi Covid-19. Pada tahun 2021, Indonesia masih mengalami dinamika jumlah kasus penyebaran Covid-19. Kasus Covid-19 di kawasan Bali pada awal bulan Januari hingga Mei masih relatif terkendali, terkonfirmasi kasus Covid-19 rata - rata diangka tiga ribu hingga lima ribu per bulan. Dari bulan Juni hingga Agustus 2021, kasus Covid-19 terus meningkat tajam, dengan puncak tertinggi terjadi pada bulan Juli dan Agustus dengan jumlah kasus dapat mencapai 20.000 hingga 30.000 kasus terkonfirmasi per bulannya. Namun pada bulan September hingga Desember 2021, kasus Covid-19 kembali terkendali dan mulai mengalami penurunan (Ahdiat 2022).

Keberanian Indonesia untuk menjadi tuan rumah Indonesia Badminton Festival 2021 mencerminkan *brand purpose* yang berorientasi pada pemulihan global melalui kolaborasi internasional. Dengan kehadiran atlet dari berbagai negara, acara internasional ini menjadi simbol kerja sama lintas batas yang aman dan produktif di tengah keterbatasan mobilitas internasional. Pemerintah tidak hanya menyambut para atlet dan ofisial dengan hangat, tetapi juga menjamin keamanan mereka melalui sistem *bubble* serta pengawasan protokol kesehatan secara ketat (Tempo 2021).

3.4. Brand Equity

Menurut pemahaman dari teori Simon Anholt, *Brand Equity* merupakan nilai yang dimiliki oleh *brand* berdasarkan persepsi atau *brand image* yang positif dan kuat. Dalam konteks penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021, *Brand Equity* tercermin melalui nilai tambah yang diperoleh Indonesia sebagai akibat dari keberhasilan membangun *Brand Image* yang positif. Citra positif

mengenai keamanan, kenyamanan, serta kebudayaan yang telah dilakukan telah meningkatkan kepercayaan dunia terhadap kapasitas Indonesia dalam menyelenggarakan *event* internasional (Anholt, 2007, p. 5-7).

Indonesia Badminton Festival 2021 merupakan salah satu *event* internasional yang memberikan dampak ekonomi pada sektor perhotelan pada kawasan Nusa Dua, meskipun dalam konteks kondisi pandemi yang menjadi tantangan. Data menunjukkan bahwa pada November 2021, pada saat penyelenggaraan berlangsung, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di kawasan Nusa Dua Bali mencapai 33,03 persen. Hal ini mengalami peningkatan sebanyak 6,4 poin jika dibandingkan Oktober 2021 yang tercatat 26,63 persen. Lebih signifikan lagi, angka ini menunjukkan kenaikan 22,13 poin dibandingkan November 2020 yang hanya 10,90 persen, mencerminkan pemulihan yang substansial di tengah kondisi kunjungan wisatawan mancanegara yang sangat terbatas (Fawaidi 2021).

Meskipun Tingkat Penghunian Kamar pada November 2021 diangka 33,03 persen tampak rendah, namun dalam konteks kunjungan wisatawan mancanegara turun drastis 100 persen dari 1.069.473 kunjungan pada periode Januari hingga Desember 2020. Kemudian menjadi 51 kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama di tahun 2021. Peningkatan TPK menunjukkan dampak positif yang signifikan dari penyelenggaraan festival terhadap sektor perhotelan lokal. Bahkan pada bulan November 2021 secara spesifik, jumlah kedatangan wisman langsung ke Bali hanya tercatat 6 kunjungan, yang menunjukkan betapa terbatasnya aktivitas pariwisata reguler saat itu (Fawaidi 2021).

Dengan mengembalikan kepercayaan internasional melalui penyelenggaraan yang sukses, Indonesia Badminton Festival 2021 tidak hanya berdampak pada saat penyelenggaraan berlangsung, namun menciptakan *brand equity* yang berkelanjutan. Data menunjukkan bahwa meskipun kondisi pandemi sangat membatasi kunjungan wisatawan pada tahun 2021, Indonesia Badminton Festival 2021 menjadi salah satu *event* internasional yang berhasil menciptakan momentum positif dalam sektor perhotelan. Peningkatan TPK hotel di kawasan Nusa Dua kembali mengalami peningkatan di 18 hari bulan Desember. Angka tersebut berada di 50,37 persen, jika dibandingkan pada Desember 2020 yang berada di angka 23,56 persen. Kondisi ini memperlihatkan kemampuan *event* olahraga internasional dalam menggerakkan ekonomi lokal meski dalam kondisi pandemi Covid-19 (Karnaedi 2021).

Di sektor ekonomi lainnya yaitu selama penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 terdapat fenomena sosial yang menarik. Fenomena tersebut yaitu adanya antusiasme para penggemar bulu tangkis Indonesia yang memberikan dukungan mereka kepada para atlet nasional dan internasional favorit mereka melalui pengiriman berbagai jenis hadiah. Meskipun tidak dapat menyaksikan turnamen secara langsung, para penggemar bulu tangkis menunjukkan dukungan mereka dengan mengirimkan bunga, makanan, cinderamata, kartu ucapan, boneka, yang ditujukan langsung kepada para atlet (Puspa dan Indrawati 2021).

Dengan adanya fenomena sosial tersebut mendapatkan respons positif dari beberapa atlet internasional, mengenai dukungan dari penggemar bulu tangkis Indonesia. Mengutip dari Kompas, Kento Momota atlet dari Jepang memberikan

tanggapan “Dari dulu bertanding di Indonesia senang karena antusias penggemar disini”, “Banyak juga yang mendukung saya. Sekarang saya banyak dapat hadiah. Senang dan bisa jadi motivasi untuk menjalani turnamen ini.” ujar Kento Momota (Puspa dan Indrawati 2021).

Selain itu, ada tanggapan positif lainnya dari atlet Denmark, Hans-Kristian Vittinghus. Mengutip dari *detikSport*, ia mengatakan “Ini menakjubkan sih. Sangat disayangkan tidak ada penonton di sini, kami akan merindukan keriuhan itu. Kami menyukai bagian itu, ketika kami ke Indonesia, ini adalah tempat dengan dukungan terbaik.”, “Kami merindukan para suporter, tapi kami mengapresiasi apa yang mereka lakukan, dengan dukungan di media sosial dan juga dengan kado - kado ini. *Thank you so much*, terima kasih banyak. Terima kasih atas dukungannya, kami menyukainya.” (Widianto, 2021). Respons positif lainnya juga disampaikan oleh atlet Malaysia, Goh Liu Ying yang merasa tersanjung karena mendapatkan sambutan hangat dari penggemar Indonesia. Mengutip dari artikel *Okezone Sport*, ia mengatakan “Saya merasa disambut hangat. Saya sangat mengapresiasi apa yang *fans* Indonesia lakukan disini. Mereka tidak hanya atlet Indonesia saja, tetapi semua pemain.” (Abdiel 2021).

Dukungan dari para penggemar tersebut memperkuat *nation branding* Indonesia, karena memperlihatkan bahwa identitas nasional bukan hanya dapat dibangun oleh pemerintah, tetapi juga tumbuh dari masyarakat. Keterlibatan penggemar ini bukan hanya sebagai penonton pasif, akan tetapi dapat berperan aktif dalam membangun reputasi nasional dan menggerakkan ekonomi lokal. Dengan para penggemar bulu tangkis dalam memberikan hadiah kepada para atlet, dapat menciptakan efek media yang dapat memperluas citra positif Indonesia di mata

internasional. Melalui media sosial para atlet dan portal berita, memperlihatkan kehangatan serta semangat masyarakat Indonesia dalam mendukung atlet, terutama atlet nasional (Puspa dan Indrawati 2021).

Selain itu, dengan adanya dukungan dari para penggemar tersebut, secara tidak langsung membantu perekonomian lokal Bali. Fenomena dukungan penggemar terhadap Indonesia Badminton Festival 2021 melalui pengiriman hadiah kepada para atlet, meskipun mereka tidak dapat hadir langsung di venue, memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi perekonomian lokal Bali. Hadiah-hadiah tersebut, seperti bunga, makanan khas, cinderamata, boneka, dan kartu ucapan, sebagian besar bersumber dari produk UMKM dan pengrajin lokal Bali. Hal ini secara langsung mendorong permintaan terhadap produk lokal, sehingga memberikan tambahan pendapatan bagi masyarakat dan pelaku usaha kecil yang sebelumnya terdampak pandemi (Puspa dan Indrawati 2021).

Selain itu, arus pengiriman hadiah ini turut menggerakkan sektor jasa logistik dan transportasi lokal, karena paket - paket tersebut harus diangkut dan dikelola dengan tepat, menciptakan aktivitas ekonomi tambahan di wilayah sekitar penyelenggaraan turnamen. Dampak ekonomi tidak berhenti pada sektor langsung saja, karena beberapa atlet yang menerima hadiah kemudian membagikan pengalaman mereka melalui media sosial, sehingga produk lokal Bali mendapatkan eksposur internasional yang berpotensi meningkatkan permintaan jangka panjang dari konsumen global (Puspa dan Indrawati 2021).

Selain pada sektor ekonomi melalui Tingkat Penghunian Kamar, pada penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 mengagendakan kunjungan ke salah satu pariwisata ciri khas Bali, yaitu Pura Uluwatu. Panitia penyelenggara mengajak para atlet, ofisial, wasit, serta pihak media untuk menyaksikan pertunjukkan tari Kecak di Pura Uluwatu Bali, salah satu ikon pariwisata Bali. Di tepian tebing laut yang menjulang tinggi, para partisipan dari berbagai negara disuguhkan visual spektakuler yang dapat menghipnotis para penonton dengan mengisahkan epos Ramayana dilengkapi dengan senja yang indah. Dengan memiliki latar belakang Samudera Hindia yang biru membentang dan siluet Pura Uluwatu yang megah menciptakan atmosfer sakral sekaligus teatrikal. Pertunjukan budaya ini dirancang untuk memberikan kesan mendalam tentang warisan seni tradisional Bali (PBSI 2021).

Pada kunjungan ke Pura Uluwatu mendapatkan respons positif dari beberapa atlet internasional, seperti Pusarla V. Sindhu atlet India, Stoeva bersaudara atlet Bulgaria, dan Jordan Hart atlet Polandia. Mengutip dari artikel PBSI, Sindhu mengatakan “Pertunjukkan yang sangat baik, saya jadi menyukai tempat ini dan membuat saya bisa *refreshing* sejenak menghadapi turnamen berikutnya”. Hal serupa juga diungkapkan oleh Stoeva bersaudara, mereka mengatakan “Kami sangat senang melihat keindahan budaya yang ada di sini. Kami jadi tahu bahwa di sini selain pulau yang sangat bagus juga memiliki banyak budaya. Kami belum pernah sebelumnya melihat hal ini”. Selain itu, Jordan juga mengatakan “Saya tidak menyangka akan dibawa ke tempat seperti ini. Kami menjadi tahu budaya lokal yang ada di sini sambil menikmati suasana sore yang sangat indah di Pulau Bali” (PBSI 2021).

Kunjungan para atlet dan ofisial Indonesia Badminton Festival 2021 ke Pura Uluwatu, Bali, memiliki tujuan yang lebih luas daripada sekadar aktivitas wisata. Kegiatan ini dirancang sebagai sarana relaksasi bagi para peserta setelah menjalani pertandingan yang padat, sehingga mereka dapat melepas penat, memulihkan energi, dan meningkatkan kesejahteraan fisik maupun mental. Selain aspek rekreasi, kunjungan ini juga berfungsi sebagai medium promosi budaya Bali kepada peserta internasional. Para atlet dapat menyaksikan langsung keindahan alam, arsitektur pura, serta nilai spiritual yang kental dalam tradisi Bali, yang kemudian berpotensi disebarkan melalui media sosial atau liputan media, sehingga memperluas jangkauan promosi pariwisata Bali secara global (PBSI 2021).

Melalui Indonesia Badminton Festival 2021 menjadi salah satu bagian dari strategi *nation branding*, menegaskan citra Indonesia sebagai tuan rumah yang ramah, profesional, dan kaya budaya. Dengan mengintegrasikan pengalaman budaya lokal ke dalam penyelenggaraan turnamen olahraga internasional, Indonesia tidak hanya menonjolkan prestasi kompetitif, tetapi juga menghadirkan pengalaman wisata yang otentik, memperkuat hubungan emosional antara peserta dan destinasi, serta menunjukkan bahwa Bali mampu memadukan olahraga, budaya, dan pariwisata dalam satu kesatuan (Pemerintah Provinsi Bali 2021).

BAB 4

PENUTUP

2.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi *nation branding* Indonesia melalui Indonesia Badminton Festival 2021 merupakan salah satu upaya strategis pemerintah Indonesia dalam memperkuat citra positif bangsa di mata dunia internasional. Penelitian ini menggunakan teori *Nation branding* oleh Simon Anholt (2007), yang mencakup empat aspek dari sebuah *brand*, yaitu *Brand Identity*, *Brand Image*, *Brand Purpose*, dan *Brand Equity*. Keempat aspek dari *brand* tersebut menjadi kerangka analisis yang relevan untuk menganalisis bagaimana penyelenggaraan *event* olahraga internasional dapat berperan tidak hanya dalam prestasi olahraga, tetapi juga sebagai instrumen diplomasi budaya, promosi pariwisata, serta pemulihan ekonomi pasca pandemi (Anholt 2007, p. 5-7).

Indonesia, sebagai salah satu negara di kawasan Asia Tenggara, memiliki daya tarik tersendiri dalam sektor pariwisata. Keberagaman budaya, kekayaan alam, serta nilai spiritual yang melekat pada berbagai destinasi menjadikan pariwisata sebagai sektor yang memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Data statistik sebelum pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, menunjukkan peran penting pariwisata dalam perekonomian. Salah satu ikon utama pariwisata Indonesia adalah Pulau Bali, yang telah dikenal secara luas di kancah internasional

sebagai destinasi eksotis dengan keindahan alam, budaya yang kuat, dan tradisi spiritual yang khas (Media Indonesia 2024).

Angka kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali mencatat rekor tertinggi pada tahun 2019, mencapai 6.275.210 wisatawan. Namun, angka tersebut mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 menjadi 1.069.473 wisatawan akibat merebaknya pandemi Covid-19 yang memberikan dampak luas pada sektor pariwisata. Pada tahun 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali semakin menurun hingga hanya 51 wisatawan asing yang tercatat, menandakan kondisi pariwisata yang masih mengalami tekanan signifikan. Penurunan ini tentu berdampak pada stabilitas ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat Bali, sehingga pemerintah provinsi perlu mengambil langkah strategis untuk menghidupkan kembali sektor pariwisata sekaligus memulihkan ekonomi nasional yang sempat terpuruk akibat pandemi. Salah satu langkah konkret yang dilakukan adalah mendukung penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021, yang dipercaya menjadi ajang strategis untuk mengangkat kembali citra Bali dan Indonesia di mata dunia (BPS 2021).

Indonesia Badminton Festival 2021 diselenggarakan sebagai turnamen bulu tangkis internasional berskala mega dengan konsep komprehensif dan strategis, bertempat di kawasan pariwisata Nusa Dua, Bali, dengan pelaksanaan dari tanggal 16 November hingga 5 Desember 2021. *Event* ini dirancang sebagai rangkaian tiga turnamen internasional yang digelar secara beruntun dengan sistem *bubble*, sehingga keamanan, kenyamanan, dan protokol kesehatan peserta tetap terjaga. Penyelenggaraan IBF 2021 bukan sekadar untuk melanjutkan kompetisi olahraga, tetapi juga dimanfaatkan sebagai momentum strategis untuk memulihkan sektor

pariwisata Bali yang sempat lesu akibat pandemi, sekaligus memperkuat citra Indonesia sebagai tuan rumah yang profesional, aman, dan siap mengelola *event* internasional di tengah kondisi global yang penuh tantangan (Imaduddin dan Bagaskara 2021).

Pertama, pada aspek *Brand Identity* pengimplementasian identitas *brand* menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata dan memperluas wawasan publik. Melalui penyelenggaraan IBF 2021, pemerintah Bali memanfaatkan momentum ini untuk mengembalikan kepercayaan dunia dan menghidupkan kembali sektor pariwisata yang terdampak pandemi. Pulau Bali, melalui slogan resmi “*The Island of Gods*”, menegaskan citra sebagai pulau dengan kekayaan budaya Hindu yang sakral, tradisi religius yang kuat, serta keindahan panorama alam yang dianggap sebagai anugerah para dewa. *Branding* ini menekankan perpaduan antara budaya, spiritualitas, dan alam, sehingga meningkatkan nilai eksotis destinasi dan memperkuat posisi Bali dalam persepsi wisatawan internasional. Penerapan *brand identity* ini juga selaras dengan strategi nasional melalui kampanye “*Wonderful Indonesia*”, yang menekankan konsistensi citra pariwisata, estetika modern, dan pengenalan budaya lokal kepada *audiens* global (Erinda, Moniaga, dan Sunarta 2023).

Kedua, pada aspek *Brand Image*, penyelenggaraan Indonesia Badminton Festival 2021 diharapkan mampu membentuk persepsi positif di mata atlet, ofisial, dan pemangku kepentingan internasional. Sistem *bubble* yang diterapkan memastikan keamanan dan kenyamanan peserta, sementara fasilitas yang lengkap dan kunjungan ke destinasi budaya seperti Pura Uluwatu memberikan pengalaman yang autentik. Interaksi ini menciptakan citra bahwa Indonesia bukan hanya

mampu menyelenggarakan turnamen olahraga internasional dengan standar tinggi, tetapi juga menyediakan pengalaman budaya dan pariwisata yang berkualitas. Pemberitaan di media nasional maupun internasional menyoroti Bali sebagai destinasi yang aman, ramah, dan kaya budaya, sehingga peserta turnamen membawa kesan positif yang dapat menyebar lebih luas melalui jejaring sosial dan media global (PBSI 2021).

Ketiga, aspek *Brand Purpose* terlihat melalui tujuan pemerintah Bali untuk memanfaatkan IBF 2021 sebagai momentum penting dalam memulihkan citra Bali dan Indonesia setelah pandemi. Gubernur Bali, Wayan Koster, menekankan bahwa *event* ini bukan sekadar turnamen olahraga, tetapi merupakan instrumen strategis untuk menunjukkan kapasitas Indonesia dalam menyelenggarakan *event* global dengan standar tinggi, meskipun di tengah pandemi. Tujuan ini mencerminkan visi jangka panjang pemerintah dalam membangun kembali kepercayaan dunia terhadap Bali sebagai destinasi wisata yang aman dan menarik, sekaligus menegaskan kemampuan Indonesia untuk menjadi tuan rumah acara berskala internasional (Baliilu 2021).

Terakhir, pada aspek *Brand Equity* merupakan nilai tambah yang diperoleh Indonesia tercermin melalui keberhasilan membangun citra positif yang menggabungkan keamanan, kenyamanan, dan pengalaman budaya. Dampak ekonomi yang muncul terlihat melalui peningkatan tingkat hunian hotel di Bali, perputaran ekonomi lokal dari UMKM, dan keterlibatan sektor jasa logistik dalam pengiriman hadiah para penggemar kepada atlet. Kegiatan tambahan seperti kunjungan ke Pura Uluwatu menunjukkan integrasi antara olahraga, budaya, dan pariwisata, yang memperkaya pengalaman peserta sekaligus meningkatkan nilai

ekonomi dan citra destinasi. *Brand Equity* yang terbentuk ini memperkuat posisi Indonesia dalam kancah internasional, memperlihatkan kesiapan membuka akses wisata, serta menegaskan Indonesia sebagai negara yang profesional dalam penyelenggaraan *event* global (Puspa dan Indrawati 2021).

Secara keseluruhan, Indonesia Badminton Festival 2021 membuktikan bahwa *event* olahraga internasional dapat berfungsi sebagai instrumen strategis dalam upaya *nation branding*, membangun citra positif negara, dan memulihkan ekonomi yang terdampak pandemi. Melalui Indonesia Badminton Festival 2021, Pemerintah Bali berhasil mempromosikan identitas budaya Bali, destinasi pariwisata unggulan, dan menunjukkan kesiapan dalam menyelenggarakan acara internasional. Keberhasilan ini menjadi contoh konkret bagaimana olahraga dapat dipadukan dengan strategi diplomasi budaya dan promosi pariwisata untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam pembangunan citra nasional. Strategi yang diterapkan melalui IBF 2021 dapat menjadi tolak ukur bagi penyelenggaraan *event* internasional lain di masa depan, dengan memadukan unsur olahraga, budaya, ekonomi, dan *branding* secara harmonis untuk memperkuat posisi Indonesia di mata dunia (Raya 2021).

Dengan demikian, Indonesia Badminton Festival 2021 tidak hanya berfungsi sebagai arena olahraga, tetapi juga sebagai platform strategis dalam memperkuat *nation brand*, meningkatkan *brand equity*, dan mendorong pemulihan ekonomi lokal, khususnya di Bali. *Event* ini menunjukkan bahwa dengan perencanaan matang, kolaborasi pemerintah, organisasi olahraga, serta partisipasi penggemar, sebuah turnamen internasional dapat menghasilkan dampak multidimensional yang meliputi prestasi olahraga, promosi budaya, penguatan

ekonomi lokal, dan pembangunan citra nasional yang berkelanjutan. Keberhasilan IBF 2021 memberikan pelajaran penting bagi Indonesia dalam mengintegrasikan olahraga dan pariwisata sebagai bagian dari strategi diplomasi global dan *nation branding* yang efektif, sekaligus memperkuat citra Bali sebagai destinasi internasional yang eksotis, aman, dan kaya budaya (Raya 2021).

2.2 Rekomendasi

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat sejumlah aspek yang belum dibahas secara menyeluruh. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat lebih terfokus pada beberapa hal berikut :

1. Strategi ekonomi dalam kebijakan *nation branding* melalui Indonesia Badminton Festival 2021
2. Perkembangan implementasi *nation branding* melalui Indonesia Badminton Festival 2021 pada tahun selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anholt, Simon. 2007. *COMPETITIVE IDENTITY : The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*.

Jurnal Artikel

Alwijaya, Febianus Heatubun, and Lucia Rahaded. 2024. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Di Taman Wisata Maneken Prafi Manokwari." *YUME : Journal of Management* 7(3): 1051–59.

Hapsari, Elfira Peni, and Ramdhan Muhaimin. 2023. "Analisa Kepentingan Nasional Qatar Melalui Diplomasi Olahraga Di Piala Dunia 2022." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6(12): 10230–38. doi:10.54371/jiip.v6i12.3210.

Putra, Romi Iriandi. 2018. "Strategi Membangun *Nation branding* Indonesia Dalam Asian Games Jakarta-Palembang 2018". *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6(1): 72. doi: 10.35308/source.v6i1.1794.

Y. H. D, Vicky Rahmadana and Havidz, Ageng Prakoso. 2022. "Penyelenggaraan Pagelaran Olahraga Balap Di Sirkuit Mandalika Sebagai Upaya Peningkatan *Nation branding* Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* 8(2): 284-302. doi: 10.25157/moderat.v8i2.2704.

Artikel

Abdiel, Bagas. 2021. "Banyak Terima Hadiah Di Indonesia Badminton Festival 2021, Goh Liu Ying Sanjung Fans Indonesia." Okezone Sport. 2021. <https://sports.okezone.com/read/2021/11/15/40/2502258/banyak-terima-hadiah-di-indonesia-badminton-festival-2021-goh-liu-ying-sanjung-fans-indonesia?page=all>.

Ahdiat, Adi. 2022. "Pandemi Covid-19 Dalam Angka." Katadata. 2022. <https://katadata.co.id/analisisdata/62261792b4f93/pandemi-covid-19-dalam-angka>.

Anholt, Simon. 2007. *COMPETITIVE IDENTITY : The New Brand Management*

for Nations, Cities and Regions.

- Bachtiar, Roy Rosa. 2021. "Menilik 'Bubble' IBF 2021 Yang Ketat Tapi Memanjakan Penghuni." *Antaranews*. 2021. <https://www.antaranews.com/berita/2523845/menilik-bubble-ibf-2021-yang-ketat-tapi-memanjakan-penghuni>.
- Badan Pusat Statistik. 2021. "Perkembangan Pariwisata Dan Transportasi Nasional Desember 2020." *Berita Resmi Statistik* 02 (11): 1–16. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/02/01/1796/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-desember-2020.html>.
- Baliilu. 2021. "Pemprov Bali Dukung Penuh Indonesia Badminton Festival 2021, Gubernur Koster: Jadi Momentum Dimulainya Pemulihan Pariwisata Bali." Baliilu. 2021. <https://baliilu.com/pemprov-bali-dukung-penuh-indonesia-badminton-festival-2021-gubernur-koster-jadi-momentum-dimulainya-pemulihan-pariwisata-bali/>.
- Berita Bali. 2021. "Gelaran IBF 2021, Momentum Pemulihan Pariwisata Bali." Berita Bali. 2021. <https://www.beritabali.com/berita/202110290042/gelaran-ibf-2021-momentum-pemulihan-pariwisata-bali>.
- BPS. 2021. "Statistik Wisatawan Mancanegara Ke Bali 2021." <https://web-api.bps.go.id/download.php?f=+ymKmv/TrYQGxeZPZ0b6mTZUbU82dW1NMVFmVmZBOW5KSlZwOFZrY29QNnVDUmUvWkFqTVVmRVNqAHixdk5reFRIUDdGZy8xbGJKYit2ak5wU2ZSeUxxTENRYkNpWm85akJQUUpsTGZXeCtkOTJiYXZmSHNXUjJ0SWI3d3BVVGfUOVBUvBnNnJwa3JXV21jWUdDdWMzc01KQTB4NDQvUG>.
- Erinda, Natasha, Putri Moniaga, and Nyoman Sunarta. 2023. "Analysis of Visual Elements and Brand Identity in Tourism Logo: Bali the Island of Gods" 11 (1): 2372–5133. <https://doi.org/10.15640/jthm.v11n1a2>.
- Fawaidi, Ach. 2021. "Jelang Akhir Tahun, Tingkat Hunian Hotel Di Kawasan Nusa Dua Bali Terus Meningkat." *Kompas*. 2021. <https://denpasar.kompas.com/read/2021/12/20/113332378/jelang-akhir-tahun-tingkat-hunian-hotel-di-kawasan-nusa-dua-bali-terus>.
- Gusti, Ade. 2021. "Bali Tertutup Untuk Orang Asing, PBSI Sewa Pesawat Khusus Buat Indonesia Open." *Indosport.Com*, November 1, 2021.

<https://www.indosport.com/raket/20211101/bali-tertutup-untuk-orang-asing-pbsi-sewa-pesawat-buat-indonesia-open>.

Hapsari, Elfira Peni, and Ramdhan Muhaimin. 2023. "Analisa Kepentingan Nasional Qatar Melalui Diplomasi Olahraga Di Piala Dunia 2022." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6 (12): 10230–38. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3210>.

Imaduddin, M. Hafidz, and Sem Bagaskara. 2021. "Indonesia Badminton Festival 2021 Siap Dihelat Di Nusa Dua Bali." Kompas. 2021. <https://www.kompas.com/badminton/read/2021/10/29/16245018/indonesia-badminton-festival-2021-siap-dihelat-di-nusa-dua-bali?page=all>.

Isnanto, Bayu Ardi. 2023. "Mengenal PBSI Sebagai Induk Organisasi Bulu Tangkis Di Indonesia." *Detik*, 2023. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6567651/mengenal-pbsi-sebagai-induk-organisasi-bulu-tangkis-di-indonesia>.

Karnaedi, Yudi. 2021. "AKHIR TAHUN, OKUPANSI HOTEL DI NUSA DUA DI ATAS 50 PERSEN." *Balipost*. 2021. <https://www.balipost.com/news/2021/12/21/238389/Akhir-Tahun,Okupansi-Hotel-di...html>.

Kompas. 2017. "Sepuluh Destinasi Wisata Ini Punya Logo Baru, Bali Mengusung Branding The Island of Gods, Ini Maknan." *Netizen Bali*. 2017. <https://www.netizenbali.com/read/186/sepuluh-destinasi-wisata-ini-punya-logo-baru-bali-mengusung-branding-the-island-of-gods-ini-maknan.html>.

Krisnawati, Ega. 2021. "Apa Itu BWF Badminton Yang Jadi Induk Organisasi Bulutangkis Dunia?" *Tirto*, 2021. <https://tirto.id/apa-itu-bwf-badminton-yang-jadi-induk-organisasi-bulutangkis-dunia-gjVW>.

Martini. 2021. "Ikut 'Party' Indonesia Cultural Night Di Bali, Pebulutangkis Dunia Terpakau." *Indosport.Com*, November 22, 2021. <https://www.indosport.com/raket/20211122/ikut-indonesia-cultural-night-di-bali-pebulutangkis-dunia-terpakau>.

Media Indonesia. 2024. "Menggali Potensi Masa Depan Industri Pariwisata Indonesia." *Media Indonesia*, 2024. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/707248/menggali-potensi-masa-depan-industri-pariwisata-indonesia>.

- Nusa Dua. 2023. "Komunikasi Budaya Sebagai Aspek Penguatan Branding Pariwisata Bali." *Nusa Dua*, 2023. <https://www.nusabali.com/berita/145202/komunikasi-budaya-sebagai-aspek-penguatan-branding-pariwisata-bali>.
- PBSI. 2021. "Tari Kecak Dan Epos Ramayana Jadi Hiburan Pebulutangkis Di Bali." *PBSI*, November 22, 2021. <https://pbsi.id/2021/11/22/tari-kecak-dan-epos-ramayana-jadi-hiburan-pebulutangkis-di-bali/>.
- Pemerintah Provinsi Bali. 2021. "Pemerintah Provinsi Bali Dukung Penuh Indonesian Badminton Festival 2021." *Pemerintah Provinsi Bali*, 2021. <https://www.baliprov.go.id/web/7010-2/>.
- Puspa, Farahdilla, and Sem Bagaskara. 2021. "Jelang Indonesia Masters 2021, 256 Atlet Disambut Dengan "Welcoming Party"." *Kompas*, November 11, 2021. <https://www.kompas.com/badminton/read/2021/11/11/19334778/jelang-indonesia-masters-2021-256-atlet-disambut-dengan-welcoming-party>.
- Puspa, Farahdilla, and Ferril Dennys. 2021. "Cerita Antonsen Di Balik Baju Tradisional Bali Di Welcoming Party IBF 2021." *Kompas*, November 12, 2021. <https://www.kompas.com/badminton/read/2021/11/12/18200018/cerita-antonsen-di-balik-baju-tradisional-bali-di-welcoming-party-ibf>.
- Puspa, Farahdilla, and Tri Indrawati. 2021a. "Bintang Bulu Tangkis Kebanjiran Hadiah Di Indonesia Badminton Festival." *Kompas*, November 16, 2021. <https://www.kompas.com/badminton/read/2021/11/16/14400098/bintang-bulu-tangkis-kebanjiran-hadiah-di-indonesia-badminton-festival>.
- . 2021b. "Indonesia Masters: Kento Momota Girang Dapat Kado Dari Fans Di Indonesia." *Kompas*, November 16, 2021. <https://www.kompas.com/badminton/read/2021/11/16/15000078/indonesia-masters-kento-momota-girang-dapat-kado-dari-fans-di-indonesia>.
- Puspa, Farahdilla, and Eris Eka Jaya. 2021. "Di Balik Selendang Bali Yang Membalut Marcus/Kevin Dan Para Juara..." *Kompas*, 2021. https://www.kompas.com/badminton/read/2021/12/01/04300088/di-balik-selendang-bali-yang-membalut-marcus-kevin-dan-para-juara?page=all#google_vignette.

- Putra, Cokorda Yudistira M. 2021. "Bali Tuan Rumah Indonesia Badminton Festival 2021." *Kompas*, 2021. <https://www.kompas.id/baca/olahraga/2021/10/29/bali-tuan-rumah-indonesia-badminton-festival-2021>.
- Raya, Mercy. 2021. "Indonesia Badminton Festival Jadi Tolok Ukur *Event* Lain Di Masa Pandemi." *Sport Detik*. 2021. <https://sport.detik.com/raket/d-5814408/indonesia-badminton-festival-jadi-tolok-ukur-event-lain-di-masa-pandemi>.
- Rendra, Faiz. 2025. "Pantai Kuta Bali Surga Wisata Di Pulau Dewata." *Wisata Indonesia*. 2025. <https://www.wisataindonesia.co.id/pantai-kuta-bali/>.
- Shemi, Helmi. 2022. "Jumlah Kunjungan Turis Ke Indonesia Anjlok 61,5 Persen Selama 2021." *IDN Times*, 2022. <https://www.idntimes.com/business/economy/jumlah-kunjungan-turis-ke-indonesia-anjlok-61-5-persen-selama-2021-00-kbhzw-z5tgwm>.
- Tempo. 2021a. "256 Atlet Bulu Tangkis Bersaing Di Indonesia Badminton Festival 2021." *Tempo*, November 12, 2021. <https://www.tempo.co/olahraga/256-atlet-bulu-tangkis-bersaing-di-indonesia-badminton-festival-2021-455158>.
- . 2021b. "Mengintip 'Bubble' Di Indonesia Badminton Festival: Ketat Tapi Memanjakan Atlet." *Tempo*, November 15, 2021. <https://www.tempo.co/olahraga/mengintip-bubble-di-indonesia-badminton-festival-ketat-tapi-memanjakan-atlet-454250>.
- Widianto, Rifqi Ardita. 2021. "Bukti Gilanya Fans Bulutangkis Indonesia: Banjir Kado Di Hotel Pemain." *Detik Sport*, November 16, 2021. <https://sport.detik.com/raket/d-5813311/bukti-gilanya-fans-bulutangkis-indonesia-banjir-kado-di-hotel-pemain>.
- Yudhistira, Cokorda. 2021. "Sanur, Ubud, Dan Nusa Dua Disiapkan Sebagai "Green Zone" Di Bali." *Kompas*, 2021. <https://www.kompas.id/artikel/sanur-ubud-dan-nusa-dua-disiapkan-sebagai-green-zone-di-bali/>.