

## **Diplomasi Publik Pemerintah Republik Indonesia dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pulau Lombok Pasca Pandemi Covid-19**

### **Tegar Budisatria<sup>1</sup>**

Program Studi Hubungan Internasional<sup>1</sup>  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura<sup>1</sup>  
[satriategar.lcs@gmail.com](mailto:satriategar.lcs@gmail.com)<sup>1</sup>

### **Nurfitri Nugrahaningsih<sup>2</sup>**

Program Studi Hubungan Internasional<sup>2</sup>  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura<sup>2</sup>  
[nurfitri.nugrahaningsih@fisip.untan.ac.id](mailto:nurfitri.nugrahaningsih@fisip.untan.ac.id)<sup>2</sup>

### **Dewi Suratiningsih<sup>3</sup>**

Program Studi Hubungan Internasional<sup>3</sup>  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura<sup>3</sup>  
[dewi.suratiningsih@fisip.untan.ac.id](mailto:dewi.suratiningsih@fisip.untan.ac.id)<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan dimensi diplomasi publik yang dilakukan Indonesia dalam penyelenggaraan *event* internasional yaitu MotoGP Mandalika 2022 dan World Superbike 2022 sebagai momentum untuk memulihkan kunjungan wisatawan yang menurun selama pandemi Covid-19. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif serta jenis penelitian deskriptif dengan sumber utama pengambilan data berdasarkan *literature review*. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi publik yang menurut Mark Leonard memiliki dimensi-dimensi yang dapat menganalisis elemen diplomasi publik pada suatu *event*. Dimensi-dimensi tersebut antara lain: 1) *news management* yang dapat dilihat melalui bagaimana pemanfaatan *media center*, laman berita dan sosial media dalam mengontrol informasi; 2) *strategic communication* yang dapat dilihat melalui adanya pesan-pesan strategis yang mempromosikan pariwisata Indonesia dalam penyelenggaraan *event* tersebut; dan 3) *relationship building* yang berupa kunjungan dari pihak promotor dan pembangunan fasilitas untuk membangun kesan positif bagi pengunjung. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa upaya yang dilakukan Indonesia dalam hal ini dapat dikatakan baik walaupun ada beberapa yang perlu ditingkatkan khususnya dalam menaikkan daya tarik pada Perhelatan World Superbike.

**Kata Kunci:** Diplomasi Publik, Pariwisata, MotoGP, World Superbike, Lombok

### **Abstract**

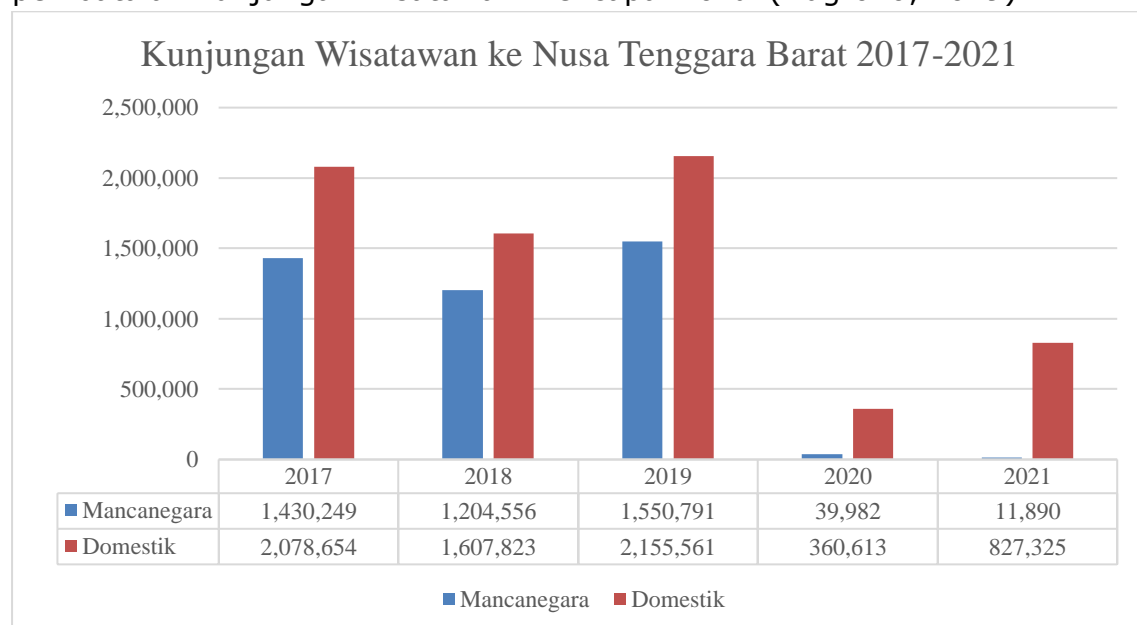
This research aims to explain the dimensions of public diplomacy carried out by Indonesia in organizing international events, namely MotoGP Mandalika 2022 and World Superbike 2022 as a momentum to restore tourist visits which decreased during the Covid-19 pandemic. The researcher uses a qualitative approach and a descriptive research type with the main source of data collection based on literature review. This study uses the theory of public diplomacy which according

to Mark Leonard has dimensions that can analyze elements of public diplomacy at an event. These dimensions include: 1) news management which can be seen through the use of media centers, news pages and social media in controlling information; 2) strategic communications which can be seen through the existence of strategic messages that promote Indonesian tourism in organizing the event; 3) relationship building in the form of visits from promoters and constructions of facilities to build a positive impression on visitors. This study concludes that the efforts made by Indonesian government in this circumstance can be said to be good, although there are some things that need to be improved, especially in increasing the attraction of the World Superbike event.

**Keywords:** Public Diplomacy, Tourism, MotoGP, World Superbike, Lombok

## 1. Pendahuluan

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam modal pariwisata yang berlimpah, namun hal ini tidak serta merta mampu menjamin ketahanan pariwisata. Mengingat jika dalam banyak kajian pariwisata dikatakan bahwa jumlah wisatawan merupakan tolak ukur dari kemajuan pariwisata (Komsary, 2017). Perlu diketahui bahwa industri pariwisata pada dasarnya sangat rentan terhadap isu-isu lingkungan, keamanan, bencana alam, dan aspek global lain. Beberapa penurunan kunjungan wisatawan yang dipengaruhi isu bencana antaranya yaitu letusan Gunung Agung di Bali pada tahun 2017 yang mengakibatkan penurunan sebanyak satu juta pengunjung dan kerugian sebesar Rp 11 triliun pada sektor pariwisata. Kemudian gempa bumi di Lombok pada tahun 2018 menyebabkan penurunan sebanyak 100.000 pengunjung dan kerugian sebesar Rp 1,4 triliun. Selanjutnya, terdapat tsunami Selat Sunda pada tahun 2018 yang mengakibatkan kerugian ekonomi hingga ratusan miliar dalam bidang pariwisata. Bencana-bencana tersebut mengakibatkan efek domino berupa pembatalan kunjungan wisatawan mencapai 10%. (Nugroho, 2019).



**Grafik 1:** Kunjungan Wisatawan ke NTB 2017-2021, Disbudpar NTB (2022a)

Dalam situasi normal, Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat (NTB) mencatat di tahun 2017 kunjungan wisatawan ke NTB mencapai angka 3.508.903. Kemudian di tahun 2018 pemerintah NTB menargetkan kunjungan wisatawan sebanyak empat Juta wisatawan. Tetapi sebagaimana yang diketahui pada tahun 2018 terjadi gempa Lombok-Sumbawa yang mengakibatkan penurunan kunjungan wisatawan dengan total 2.812.379 wisatawan. Pada tahun 2019 pemerintah berhasil mengatasi penurunan ini dengan mampu mendatangkan wisatawan sejumlah 3,706,352 orang. Jumlah tersebut kemudian menurun drastis di tahun selanjutnya sebagai dampak penyebaran pandemi Covid-19. Perubahan signifikan tersebut merupakan pergeseran minat wisatawan yang memilih mengedepankan aspek keamanan dan kesehatan (Elistia, 2021) Hasilnya kunjungan wisatawan pada tahun 2020 hanya sebesar 400.595 wisatawan dan pada tahun 2021 meningkat sebesar 839.215 wisatawan (Disbudpar NTB, 2022a).

Pada tahun 2022, Pemerintah Indonesia yang juga bekerja sama dengan para pelaku usaha wisata telah mengadakan beberapa *event* pariwisata dan olahraga di Lombok untuk mendatangkan wisatawan dan memperkuat citra pariwisata pulau Lombok. Dikutip dari Kalender *Event* Nusa Tenggara Barat, 2 *event* yang terkenal adalah rangkaian *event* MotoGP Mandalika 2022 dan World Superbike (WSBK) Mandalika 2022. Proses pembangunan sirkuit berstandar internasional pertama di Indonesia kemudian menjadi salah satu prioritas pembangunan di masa *new normal* Covid-19. Pemerintah melihat urgensi dan manfaat yang kian hari menjadi penting sebagai langkah dalam menanggapi defisit pariwisata yang telah melanda sejak tahun 2020. Secara khusus pada pembangunan sirkuit di Mandalika, peneliti *Institute for Development of Economics and Finance* bidang Ekonomi Industri, Perdagangan, dan Investasi, Ahmad Heri Firdaus mengatakan bahwa kawasan Mandalika memiliki keunggulan dan peluang investasi yang banyak dengan melihat nilai tambah daerah yang telah lebih dulu dikenal sebagai destinasi wisata kelas dunia (CNN Indonesia, 2022a).

Penyelenggaraan *event* pariwisata, budaya dan olahraga adalah peluang suatu daerah untuk meningkatkan daya tariknya serta mengembangkan wisata nasional maupun lokal. *Event* juga dipandang sebagai dongkrak untuk menyesuaikan kunjungan dan permintaan wisatawan yang lesu selama *low season*. Ini dipandang sebagai alternatif solusi permasalahan yang terus berulang karena pada dasarnya sektor pariwisata sangat bergantung pada musim liburan. Lebih lanjut, keuntungan tidak hanya dirasakan oleh wisatawan, tetapi juga penduduk setempat. Seperti yang telah terjadi dalam banyak kesempatan, dampak langsung penyelenggaraan *event* olahraga, pariwisata dan kebudayaan pada umumnya dirasakan pada citra dan visibilitas objek wisata yang dipromosikan sebagai tujuan wisata yang unggul (Alles, 2014).

Banyak upaya yang dilakukan pemerintah dalam pemulihan pariwisata. Upaya tersebut adalah melakukan standardisasi yang mengacu pada sertifikasi CHSE (*Cleanlines, Health, Safety and Environment Sustainability*) guna memastikan keamanan fasilitas terhadap pandemi dan meyakinkan wisatawan mancanegara untuk datang. Di samping itu, akses informasi pada era globalisasi ini merupakan senjata yang dapat digunakan dalam mendukung kebijakan formal dan

mempengaruhi opini publik mancanegara tentang keamanan Indonesia. Strategi yang dikenal dengan diplomasi publik ini pada dasarnya digunakan untuk mendukung aktivitas *first track diplomacy* yang dilakukan pemerintah Indonesia dengan memanfaatkan dukungan publik (Martha, 2020).

Mark Leonard (2002) dalam bukunya "*Public Diplomacy*" menjelaskan bahwa diplomasi publik memiliki tiga dimensi yang menentukan kesuksesan diplomasi publik, diantaranya: 1) *news management*, merupakan dimensi yang mengidentifikasi pemberitaan yang bertujuan menyebarkan informasi untuk mempengaruhi opini publik di dalam dan luar negeri. Pelibatan pers menjadi krusial dalam dimensi ini yang pada umumnya ditargetkan pada media-media asing; 2) *strategic communication*, dapat diartikan sebagai bentuk-bentuk kampanye melalui rancangan media visual, slogan, motto, maupun acara-acara simbolis. Di dalam dimensi ini negara yang berkepentingan mengangkat suatu tema simbolik yang mewakili nilai-nilai positif sebagai pesan untuk disampaikan kepada audiens. Beberapa contohnya dapat ditemukan dalam poster, gambar, ikon, maskot, slogan, musik, dan sebagainya. Metode semacam ini dipandang sangat efektif dalam mempengaruhi persepsi karena bentuknya yang populer, ringkas dan jelas sehingga dapat dengan mudah diserap masyarakat. Dalam penelitian ini *strategic communication* dapat menjelaskan aktivitas-aktivitas promosi dan kampanye pariwisata dalam memikat wisatawan dan membentuk citra destinasi yang mapan; 3) *relationship building* yang di dalamnya mencakup aktivitas-aktivitas di mana publik atau individu tertentu dapat berhubungan langsung dengan negara berkepentingan seperti melakukan kegiatan seminar, studi, pertukaran maupun kunjungan-kunjungan dengan motif yang saling membangun pemahaman.

Diplomasi publik dilakukan untuk mempengaruhi negara lain baik pemerintah atau masyarakatnya dengan pelibatan *non-governmental actor* dalam praktiknya. Di Indonesia sendiri, aktivitas diplomasi publik dapat di mengerti sebagai aktivitas *nation branding* dengan aktor-aktor seperti instansi domestik, perusahaan multinasional, dan masyarakat sipil (Indraswari, 2015). Secara praktis, implementasi diplomasi publik sering diterapkan dalam bidang olahraga karena sifatnya yang mampu merangkul masyarakat luas karena peminatnya yang banyak. Namun praktik diplomasi tentunya tidak terbatas pada apa saja yang disenangi oleh publik, tetapi juga pada kebiasaan baik dari sisi kesehatan, agama, maupun adat. Negara dapat menyelipkan kepentingannya dalam dalam suatu agenda diplomasi publik pada penyelenggaraan *event*, baik itu menyangkut politik, ekonomi, sosial, budaya atau aspek lain. Nantinya diharapkan penggunaan diplomasi publik ini mampu menumbuhkan kepercayaan negara lain yang akan memberikan manfaat melalui kerja sama di berbagai bidang.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data yang bersumber dari literatur online yang berupa buku, jurnal ilmiah, hingga laman berita online yang terpercaya. Data-data yang telah dikumpulkan kemudian direduksi dan kemudian disajikan secara sistematis melalui kacamata analisis diplomasi publik yang menjelaskan bahwa terdapat perilaku yang menunjukkan

upaya diplomasi publik untuk mendatangkan wisatawan pada momen MotoGP dan World Superbike Mandalika 2022.

## 2. Hasil dan Pembahasan

Bulan	Wisatawan Nasional	Wisatawan Mancanegara
<b>Januari</b>	88.605	1.841
<b>Februari</b>	82.770	2.143
<b>Maret</b>	117.268	3.429
<b>April</b>	60.179	1.904
<b>Mei</b>	109.696	5.628
<b>Juni</b>	112.069	8.695
<b>Juli</b>	109.719	14.612
<b>Agustus</b>	102.707	24.335
<b>September</b>	105.759	16.035
<b>Oktober</b>	110.417	14.848
<b>November</b>	114.433	14.994
<b>Desember</b>	136.134	18.075
<b>Total</b>	1.249.756	126.539

**Tabel 1:** Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi NTB Tahun 2022 (NTB Satu Data, 2023)

Sebagai lokasi penyelenggaraan *event* balap MotoGP dan WSBK tahun 2022, kawasan Mandalika kini dikenal sebagai kawasan wisata olahraga. Wisata olahraga dapat dilihat dari banyaknya pengunjung dan wisatawan yang datang ke Mandalika untuk ikut serta dalam aktivitas olahraga atau menyaksikan kegiatan olahraga. Oleh karena itu tidak heran jika ajang balap tersebut menjadi penggerak perekonomian Mandalika dan wilayah di sekitarnya. Diketahui pada tahun 2022 dikutip dari NTB Satu Data (2023) akumulasi wisatawan domestik berjumlah 126.539 orang dan wisatawan mancanegara berjumlah 1.249.756 orang. Dapat dilihat pada tabel di atas jumlah kunjungan pada tahun 2022 secara umum mengalami sedikit peningkatan secara bertahap di tiap bulannya yang di dominasi oleh wisatawan domestik.

Penyelenggaraan MotoGP dan WSBK pada dasarnya memiliki target audiens yang sama yaitu para penggemar balap otomotif. Namun meskipun keduanya dianggap diminati, MotoGP selalu lebih terkenal oleh para penggemar dibandingkan WSBK. Hal ini juga dibuktikan perbedaan dengan motor yang digunakan untuk balap di mana pada MotoGP menggunakan motor prototipe yang tidak diperjualbelikan di pasaran. Sedangkan untuk kejuaraan WSBK menggunakan motor yang diproduksi secara massal untuk dijual bebas di masyarakat. Karena itu tidak heran ada yang berpendapat jika MotoGP memiliki status yang lebih tinggi, sehingga masyarakat lebih antusias menonton ajang balap yang lebih canggih dari segi teknologi, kru, pembalap dan sebagainya (Kompas, 2022a). Hal ini tentunya dapat mengakibatkan jumlah pengunjung yang cenderung lebih sedikit. Hal ini adalah tantangan yang perlu dihadapi dalam

mengemas ajang WSBK supaya lebih menarik penonton dan mengurangi potensi kerugian. Pada momen penyelenggaraan WSBK tahun 2022 di Mandalika dikutip dari Kompas (2022a) bahwa *event* WSBK tersebut terlihat lenggang di hari kedua penyelenggaraan. Hanya ada terlihat beberapa penonton yang menempati *grandstand* hingga *race 1* berlangsung. Direktur Utama Mandalika Grand Prix Association (MGPA) Priandhi Satria mengungkapkan tanggung jawab memperkenalkan WSBK kepada masyarakat tidak hanya jatuh ke MGPA, tetapi juga semua *stakeholder*.

## **2.1. News Management**

Agar Informasi tentang penyelenggaraan *event* MotoGP Mandalika 2022 dan WSBK Mandalika 2022 tersebut dapat tersampaikan dengan baik pada skala dalam negeri dan internasional, maka diperlukan manajemen pengelolaan informasi yang terpusat, terintegrasi, dan didukung oleh keandalan penyedia informasi dan kredibilitas informasi yang terjamin. Untuk menjamin kepercayaan publik, sektor Pemasaran Dinas Pariwisata NTB melakukan sejumlah kegiatan hubungan media yang umumnya terdiri dari konferensi pers, pengiriman siaran pers, *press gathering*, perjalanan pers, *special event*, dan *media monitoring*. Pertama, konferensi pers, merupakan kegiatan yang dilakukan secara berkala sebelum pelaksanaan acara sebagai upaya untuk memberikan gambaran tentang rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Tujuan dari sesi informasi publik adalah untuk memberikan informasi tentang agenda kegiatan yang akan dijalankan. Kedua, pengiriman siaran pers atau *press release*, merupakan kegiatan dalam menyebarkan informasi terkait *event* yang diadakan kepada wartawan untuk kemudian dapat dimuat pada media massa. Kegiatan ini dikatakan efisien karena dapat memudahkan kerja jurnalis yang berhalangan hadir pada konferensi pers untuk membuat berita (Triani, 2023).

Ketiga, *press gathering*, adalah kegiatan berbincang santai yang dilakukan di kafe ataupun hotel guna membina hubungan dengan wartawan dengan lebih personal melalui obrolan santai. Keempat, perjalanan pers, merupakan kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk mempromosikan suatu destinasi dengan cara mengundang para wartawan dan jurnalis untuk merasakan pengalaman secara langsung. Kelima, *special event* merupakan penyelenggaraan *side event* dalam mendukung terselenggaranya *main event*, dan terakhir, *media monitoring* yang merupakan kegiatan pemantauan media, pengumpulan informasi, dan pemberian umpan balik berupa gambaran besar isu yang dilakukan oleh pemerintah untuk memudahkan instansi yang berkepentingan dalam memproduksi berita yang populer di mata publik. Kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan para jurnalis untuk melakukan evaluasi terkait tema dan kata kunci yang paling banyak ditelusur pada media *online* (Triani, 2023).

### **2.1.1. Media Center**

Dalam penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2022, dapat dirasakan bahwa acara besar ini merupakan momentum kebangkitan ekonomi Indonesia dengan menarik wisatawan yang melimpah dengan kekuatan *brand* MotoGP. Untuk itu, dikutip dari Kominfo RI (2022), Kementerian Komunikasi dan Informatika

(Kominfo) telah mengembangkan *Media Center Indonesia* (MCI) untuk membantu para wartawan dalam menyebarkan informasi tentang serangkaian acara yang akan diadakan pada ajang MotoGP di Mandalika Nusa Tenggara Barat. Pembuatan MCI ini merupakan hasil kolaborasi antara Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dengan MGPA (*Mandalika Grand Prix Association*) sebagai pengelola Sirkuit Mandalika, dan diresmikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno dan Hadi Tjahjanto selaku Komandan Lapangan MotoGP Mandalika (Kemenparekraf, 2022a).

MCI yang terletak di lapangan parkir utama dekat *paddock* Sirkuit Mandalika memiliki luas sekitar 200 meter persegi. Fasilitas yang tersedia di dalamnya meliputi pendingin ruangan, fasilitas makan dan minum, ruang konferensi pers, 20 unit laptop, mesin pencetak, televisi, dan kursi pijat. MCI beroperasi setiap hari selama acara berlangsung pada jam 08.00-17.00 WITA. (Kominfo RI, 2022). Diharapkan bahwa MCI ini dapat menghasilkan kesan-kesan positif tentang acara *Pertamina Grand Prix of Indonesia* yang berlangsung pada tanggal 18-20 Maret 2022 (Media Indonesia, 2022a) (Kemenparekraf, 2022a). Dengan demikian MCI dapat dikatakan cukup strategis dalam menjadi fasilitas pendukung para jurnalis dalam meliput *event* tersebut. Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Johnny G. Plate kemudian menyampaikan pihaknya juga telah menyediakan jaringan internet wifi yang berkecepatan hingga 100 Mbps yang dapat digunakan untuk menunjang pekerjaan para awak media. Tetapi, beliau menegaskan untuk dapat memaklumi jika terdapat kendala dikarenakan *traffic* yang tinggi karena sumber daya yang terbatas dipakai bersama-sama (Media Indonesia, 2022b).

Menurut Septiana Tangkary, Direktur Informasi, Komunikasi Perekonomian dan Maritim (IKPM) Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Kominfo, MCI didirikan untuk mendukung penyelenggaraan MotoGP agar berjalan dengan lancar. Fasilitas ini awalnya ditujukan untuk jurnalis Indonesia dan internasional yang tidak mendapatkan akreditasi dari Dorna Sports, Promotor MotoGP yang berbasis di Spanyol (Kominfo RI, 2022). Untuk meliput kegiatan, para jurnalis harus mendaftarkan diri ke Kominfo RI, Sub Bagian Humas Polda NTB, dan Dinas Kominfo Statistik Provinsi NTB. Selain itu, para jurnalis juga harus mematuhi protokol kesehatan dan menjalani tes antigen di pintu masuk MCI (Kominfo RI, 2022).

*Media Center Indonesia* (MCI) ini diharapkan oleh pemerintah akan mempermudah kerja para jurnalis dalam menyampaikan informasi tentang penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2022 yang akurat, transparan, dan aktual. Diharapkan juga MCI menjadi saluran komunikasi yang tepat dan mudah diterima publik. Di lain sisi, pembuatan MCI tersebut juga menjadi salah satu cara pemerintah dalam mengantisipasi dan menangani penyebaran hoaks serta menjadi media promosi dengan segala eksposur yang ingin pemerintah Indonesia tunjukkan kepada publik (Kemenparekraf, 2022a). Hal ini penting untuk mengkoordinasi penyiaran melalui media televisi, media digital, media cetak dan radio sebagai kantor media terpadu yang tidak hanya memfasilitasi jurnalis lokal akan tetapi juga jurnalis dari seantero dunia sehingga penyebaran informasinya menjadi lebih luas dan efisien. Menurut Wakil Direktur Utama MGPA Cahyadi

Wanda, akan ada 200 negara yang akan secara langsung menyiarkan MotoGP Mandalika 2022 melalui berbagai media digital. Beliau mengatakan pula bahwa akan ada sekitar 400 juta pasang mata yang akan menyaksikan MotoGP Mandalika 2022 (Kompas, 2022b).

Sedangkan pada *event* World Superbike Mandalika 2022 *news management* dalam acara ini dapat dilihat dari adanya Perusahaan Umum Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) ANTARA yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dipercaya dalam mengelola *media center* pada ajang WSBK Mandalika 2022. Pembuatan pusat media ini bertujuan untuk mempermudah tugas jurnalis dalam meliput dan menulis berita tentang WSBK. Aditia Maruli, Manajer Layanan Media dan Distribusi LKBN ANTARA Indonesia di Praya, Lombok, mengungkapkan bahwa MGPA dan Dorna Sports telah mempercayaskan LKBN ANTARA untuk mengelola pusat media ini (Antara, 2021a). Adapun fasilitas yang disediakan di *media center* tersebut antara lain area konferensi pers, pendingin ruangan, wifi, loker, televisi yang berisikan data-data pembalap dan fasilitas pendukung lain sehingga para jurnalis dan fotografer dapat mengerjakan tugas dengan nyaman. Lokasi *media center* ini berada di atas *paddock*, tepat di depan garis *start/finish* (Kompas, 2022c). Latar belakang penempatan *media center* tersebut adalah dengan mempertimbangkan kemudahan peliputan dan penulisan berita. Sementara itu pihak penyelenggara MGPA dan LKBN ANTARA menjelaskan edukasi tentang aturan komunitas yang akan menggunakan drone dalam peliputan. Jumlah jurnalis yang dapat diakomodasi di *media center* tersebut sekitar 200 orang yang terdiri dari 90 jurnalis internasional dan sisanya jurnalis lokal (Antara, 2021a).

Promosi dan pemasaran dalam rangka menyambut ajang MotoGP dan WSBK Mandalika pada dasarnya juga dilaksanakan baik dalam lingkup nasional dan mancanegara. Indonesia selaku tuan rumah melalui MGPA serta Dorna Sports selaku promotor turut mempromosikan ajang MotoGP dan WSBK ini kepada publik melalui berbagai perantara Adapun media yang umum digunakan dalam era digital ini adalah melalui internet. Kinerja dan efisiensi penggunaan internet pada dasarnya mengacu pada kemudahan akses dan jangkauan yang lebih luas ke seluruh dunia sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima secara langsung oleh publik.

### **2.1.2. Media dan Broadcaster**

Peran media massa dalam upaya diplomasi publik Indonesia melalui acara-acara tersebut lebih mengarah pada bentuk penyajian tentang keberagaman potensi pariwisata yang dimiliki Indonesia melalui artikel berita asing (Lihat Apendiks 1). Beberapa media bahkan sempat menyoroti keindahan dari Sirkuit Pertamina Mandalika. Speedweek merupakan media berita asal Jerman yang mempublikasikan artikel yang memuat tentang kekagumannya kepada Sirkuit Mandalika yang sukses menggelar ajang balap WSBK seri Mandalika 2022. Dikutip dari Speedweek (2022), sirkuit Mandalika telah memikat hati para pembalap WSBK melalui keindahan alam Lombok. Laman tersebut menyoroti kedekatan arena sirkuit dengan laut dan perbukitan dan juga dengan keramahan penduduk



lokal yang semakin membuat antusias para pembalap sehingga meninggalkan kesan mendalam.

Adapula kantor berita internasional yaitu Reuters yang memuat berita tentang informasi destinasi menarik di pulau Lombok disertai gambar-gambar menarik yang memberikan sugesti bagi para wisatawan yang ingin berkunjung ke Lombok pasca penyelenggaraan *event* MotoGP Mandalika 2022. Laman tersebut memberikan informasi tentang keadaan pariwisata Lombok, *event* Bau Nyale serta kawasan wisata unggulan yaitu Taman Nasional Gunung Rinjani, pantai-pantai eksotis Mandalika (Tanjung Aan, Seger, Gerupuk, dan Serenting) dan kawasan wisata Tiga Gili (Gili Meno, Gili Air dan Gili Trawangan). Laman-laman tersebut juga merekomendasikan kuliner khas Lombok seperti Ayam Taliwang, Sate Rembiga, Ayam Balap Puyuh, Sup Babalung yang menjadi referensi kuliner para turis (Reuters, 2022).

Selain itu salah satu pemberitaan dari media besar Tiongkok yaitu Global Times (2022) menegaskan juga bahwa *event* MotoGP Mandalika ini merupakan *event* perdana yang menjadikan pariwisata olahraga sebagai senjata untuk mendatangkan wisatawan secara efektif. Hal ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Mandalika, yang pada gilirannya akan memberikan dampak positif pada sektor perhotelan, restoran, transportasi, dan sektor pariwisata lainnya. Hal yang tidak kalah berpengaruh lainnya adalah dari segi pemasaran melalui media berita online tersebut sebagaimana yang ditunjukkan oleh berita dari laman Voice of ASEAN (2022).

Kemudian juga dilansir dari laman berita *online* Crash (2022) dan Eurosport (2022) menampilkan *update* berita mengenai pemenang kejuaraan WSBK Mandalika yaitu Toprak Razgatlioglu dari Turki dengan timnya PATA Yamaha dengan Brixx WorldSBK. Kedua media ini melakukan fungsi praktisnya dalam memberitakan update pemenang dan posisi peringkat yang detail. Media berita online memungkinkan para penggemar balap motor WSBK untuk mendapatkan informasi terbaru dan terkini tentang hasil balapan, kualifikasi, latihan bebas, dan berita terkait lainnya dengan cepat. Dengan adanya media berita *online*, penggemar dapat tetap terinformasi secara *real-time*, bahkan jika mereka tidak dapat mengakses siaran langsung atau menghadiri langsung acara balap tersebut.

Sedangkan *broadcaster* adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk menyiarkan dan menyebarkan konten melalui media massa, seperti televisi, radio, atau *platform* digital. Fungsi utama *broadcaster* adalah mengirimkan pesan, informasi, atau hiburan kepada pemirsa yang lebih luas. Dalam konteks penyiaran olahraga, *broadcaster* berperan dalam menyediakan siaran langsung acara-acara olahraga kepada penonton di seluruh dunia. Adapun *broadcaster* yang berpartisipasi dalam ajang MotoGP 2022 dan WSBK di Mandalika dapat dilihat pada Lampiran 2. Karena sifatnya yang audio visual, media *broadcasting* seperti televisi ataupun kanal siaran *online* menjadi media massa favorit yang digemari banyak orang. Melalui siaran langsung ini juga jutaan orang penggemar olahraga otomotif lainnya bisa menikmati aneka pertandingan MotoGP dan WSBK, baik pertandingan yang sudah lewat maupun siaran langsung.

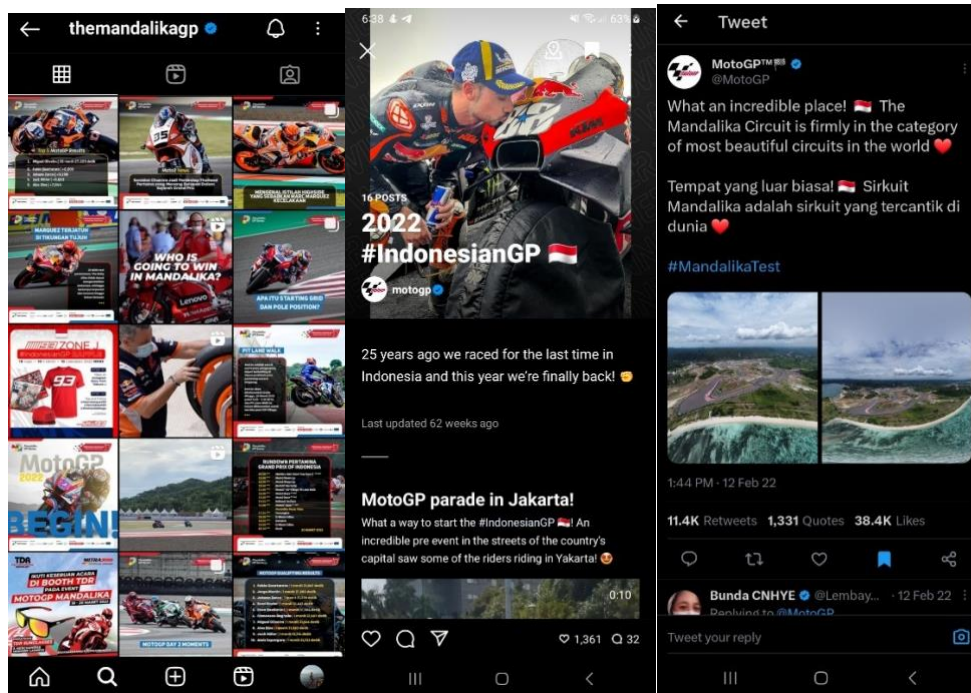
Secara resmi, upaya Pemerintah Indonesia dalam menjangkau publik internasional adalah dengan menggunakan media komunikasi internet berbasis *website*. Pemerintah menggunakan laman *website* dengan alamat [Indonesia.travel](https://www.indonesia.travel), sebuah *website* yang dikelola oleh Kementerian Pariwisata yang memuat informasi seputar pariwisata dan perjalanan ke Indonesia yang tersedia dalam beberapa bahasa. Artikel-artikel yang disajikan dalam laman dengan kata kunci "MotoGP Mandalika" tersebut menampilkan beberapa fakta unik, tips dan trik bepergian dalam rangka MotoGP Mandalika dan rekomendasi tempat wisata, penginapan, dan suvenir khas Lombok (Wonderful Indonesia, 2023b). Sedangkan dalam kata kunci "WSBK" laman hanya menampilkan artikel berupa ajakan menonton WSBK secara langsung dengan mencantumkan tautan laman pembelian tiket resmi di alamat "[themandalikagp.com](https://www.themandalikagp.com)" (Wonderful Indonesia, 2023c).

Selain memanfaatkan laman *online* resmi di laman <https://www.themandalikagp.com/>, Indonesia dan pihak Dorna Sports juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram @themandalikagp, @motogp, dan @worldsbk, Twitter @MotoGP dan @WorldSBK, Facebook dengan laman Mandalika Grand Prix Association, MotoGP dan WorldSBK, dan kanal Youtube <https://www.youtube.com/@motogp> dan <https://www.youtube.com/@worldsbk>. Penyampaian informasi melalui platform sosial resmi sebenarnya tidak hanya mengirimkan informasi yang terkait pertandingan semata seperti agenda dan rangking saja, tetapi data yang juga mempromosikan keunikan dan keindahan Pulau Lombok. Peran media sosial juga membantu para *stakeholder* mengontrol konten dan menghadirkan informasi berita yang sederhana sehingga dapat diterima banyak orang namun lebih terpercaya.

Sementara itu MGPA yang merepresentasikan pemerintah Indonesia sebagai pengelola sirkuit menggunakan secara maksimal penyampaian informasi melalui laman media sosial Instagramnya @themandalikagp. Namun secara umum terlihat bahwa audiens yang ditargetkan terbatas pada publik dalam negeri. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan Bahasa Indonesia tanpa terjemahan ke Bahasa Inggris yang memudahkan publik asing dalam memahami informasi yang disampaikan. Namun demikian terlepas dari bahasa yang digunakan MGPA patut diapresiasi karena memberikan konten informasi yang sangat berguna bagi publik. Konten-konten tersebut diantaranya banyak berupa jadwal dan *rundown* acara, *update* peringkat pebalap, pertanyaan-pertanyaan yang sering diajukan (*Frequently Asked Questions* (FAQ)), informasi transportasi dan akomodasi, informasi pembelian dan penukaran tiket, tips dan trik menonton MotoGP, informasi tentang beberapa *event* pendukung dan tempat-tempat wisata menarik di sekitar sirkuit (MGPA, 2023).

Informasi tentang penyelenggaraan *event* tersebut juga dilakukan oleh laman resmi MotoGP dan WSBK itu sendiri. Laman akun ini seperti yang diketahui lebih mapan dan merupakan rujukan utama dalam mendapatkan informasi tentang penyelenggaraan MotoGP secara umum oleh publik global. Salah satu poin penting dalam pemberitaan ini adalah selain informasi yang diberikan berupa gambar atau video, *caption* atau keterangan juga dihadirkan dengan narasi yang persuasif

mempromosikan pesona keindahan Indonesia. Salah satu contohnya adalah post yang berasal dari laman resmi Twitter MotoGP (2022) atau dapat dilihat pada gambar 8 di mana disampaikan dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia yang berbunyi "What an incredible place! The Mandalika Circuit is firmly in the category of most beautiful circuits in the world". Kalimat tersebut sesungguhnya tidak hanya sekadar pujian melainkan upaya dalam menunjukkan keindahan alam Indonesia yang disertai foto menarik.



**Gambar 1:** Penyampaian Informasi Melalui Media Sosial Resmi (MGPA, 2023) (MotoGP, 2023a) (MotoGP, 2023b)

## 2.2. Strategic Communication

Indonesia telah melakukan upaya *strategic communication* dalam momentum penyelenggaraan MotoGP dan WSBK Mandalika dengan mengadakan berbagai acara pendukung pada pra dan pasca penyelenggaraan kedua *event* tersebut. Sebagai tuan rumah penyelenggaraan *event* ini, Indonesia bersama dengan Dorna Sports juga turut mengadakan dan mempromosikan MotoGP dan WSBK melalui berbagai bentuk kampanye. Selain mempromosikan kegiatan dan mengundang wisatawan untuk datang, kegiatan kampanye tersebut juga berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan daya tarik Indonesia sebagai destinasi wisata internasional.

Kegiatan promosi dan kampanye yang dilakukan oleh suatu negara dalam konteks komunikasi strategis memerlukan topik yang berperan sebagai substansi pesan yang mewakili Indonesia sebagai tujuan wisata yang terbaik. Tema tersebut kemudian dapat disebarluaskan kepada masyarakat internasional dengan menggunakan penyampaian pesan yang konstruktif. Topik atau tema ini kemudian mempengaruhi pesan utama yang dipublikasikan. Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, Indonesia telah menggunakan sebuah tema atau *tagline* yang menggambarkan keindahan dan pesona pariwisata Indonesia. Tema tersebut dikenal dengan *Wonderful Indonesia* atau Pesona Indonesia.

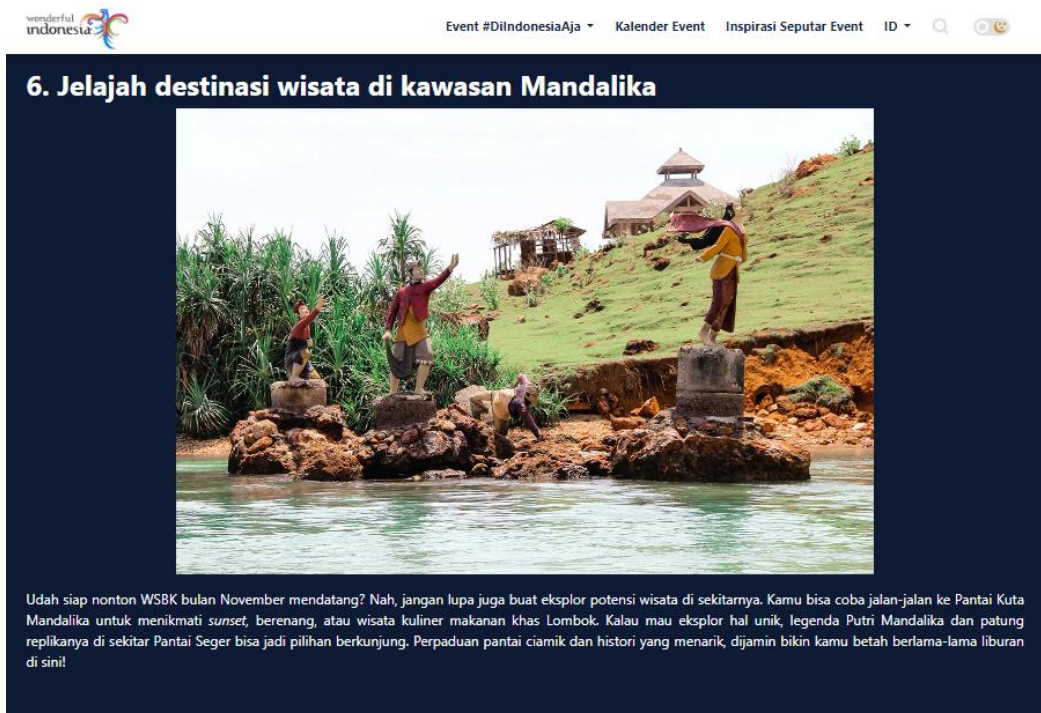
Melalui tema ini pesan yang disampaikan Indonesia tidak hanya terbatas pada mempresentasikan keragaman potensi wisatanya melainkan juga Indonesia berkomitmen untuk memberikan pengalaman liburan yang baru dan menyenangkan sehingga para wisatawan dapat merasa puas dan berbagi cerita positif melalui rekomendasi dari mulut ke mulut (testimonial).

Menurut hasil riset dari *World Economic Forum* (WEF) tentang *Travel and Tourism Development Index* bulan Mei 2022 menyimpulkan bahwa indeks pariwisata dan perjalanan Indonesia telah meningkat secara signifikan yang pada awalnya pada tahun 2019 berada di peringkat ke-44, kemudian naik menjadi peringkat ke-32 pada tahun 2022. Dikutip dari Kompas (2022d) kesuksesan acara MotoGP ini tidak terlepas dari upaya keras pemerintah melalui program Wonderful Indonesia dalam menghadirkan serta menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Dalam penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2022, program Wonderful Indonesia sesungguhnya tidak semata-mata hanyalah *tagline* kosong, melainkan merupakan sebuah program sekaligus produk *branding* yang bertujuan mempromosikan destinasi dan atraksi wisata di Indonesia melalui *event* internasional MotoGP Mandalika 2022. Kesuksesan acara MotoGP ini tidak terlepas dari upaya keras pemerintah melalui program Wonderful Indonesia dalam menghadirkan serta menyebarkan informasi kepada masyarakat. Sehingga, turis asing tidak hanya berkunjung untuk menyaksikan balapan tersebut melainkan juga dapat menikmati keindahan alam dan kekayaan budaya yang melimpah di Lombok.

Dalam rangka memperkenalkan identitasnya di ajang MotoGP, program Wonderful Indonesia bekerja sama dengan *Ducati Racing Team* dan menampilkan logo Wonderful Indonesia di sesi FP1 MotoGP Mandalika 2022 yang disaksikan oleh jutaan penonton di seluruh dunia (Kalimantan Post, 2022). Disampaikan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno, Wonderful Indonesia telah menjalin kerja sama dengan tim balap Gresini Racing yang akan berpartisipasi dalam ajang tersebut. Logo Wonderful Indonesia kemudian dipasang pada motor balap Ducati Desmosedici GP yang dimiliki oleh Gresini Racing di bagian sayap depan. Motor tersebut akan dikendarai oleh Enea Bastianini dan Fabio Di Giannantonio. Harapannya, kolaborasi ini dapat mempromosikan pariwisata Indonesia dan meningkatkan kinerjanya. Penggabungan ini diyakini dapat mengangkat beberapa merek top Indonesia ke skala global dan memperluas pasar di tingkat internasional (Antara, 2022).

Pada penyelenggaraan ajang balap WSBK Mandalika 2022, perhatian pemerintah tentang promosi Wonderful Indonesia juga tidak luput, berdasarkan hasil riset, diketahui bahwa pemerintah Indonesia juga menampilkan artikel promosi yang mengajak publik untuk menyaksikan ajang balap WSBK pada laman resmi Wonderful Indonesia dengan alamat [Indonesia.travel](http://Indonesia.travel). Point 6 artikel tersebut menampilkan ajakan persuasif di samping menghadiri WSBK, yaitu para wisatawan juga dapat menjelajahi destinasi wisata di kawasan Mandalika (Wonderful Indonesia, 2022a)



**Gambar 2:** *Branding* yang dilakukan Program Wonderful Indonesia pada gelaran WSBK Mandalika 2022 (Wonderful Indonesia, 2022a)

Memastikan bahwa para wisatawan merasa aman dan terlindungi selama perjalanan mereka telah menjadi kunci dalam membangun kembali kepercayaan dan memulihkan momentum sektor pariwisata. Dalam usaha untuk menghadapi tantangan global yang dihadirkan oleh pandemi Covid-19, kampanye *Clean, Health, Safety, and Environment* (CHSE) telah muncul sebagai pilar utama dalam membentuk kembali paradigma pariwisata modern. Melalui pendekatan ini, keamanan kesehatan menjadi titik sentral yang tak terelakkan untuk menjamin rasa aman dan kenyamanan bagi para wisatawan. Sertifikasi CHSE (*Clean, Health, Safety, and Environment*) memiliki peran yang sangat penting dalam mendatangkan wisatawan pasca pandemi Covid-19. Sertifikasi ini menunjukkan bahwa destinasi wisata atau tempat usaha di sektor pariwisata telah menerapkan protokol kesehatan dan keamanan yang ketat, sehingga memberikan keyakinan kepada wisatawan bahwa mereka dapat berlibur atau berwisata dengan aman. Untuk menyambut berbagai *event* besar yang akan diselenggarakan di Lombok pada tahun 2022, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) RI menggelar sosialisasi CHSE pada 18 November 2021 di Novotel Mandalika Resort and Villa. Acara tersebut dihadiri oleh berbagai komunitas dan para pelaku wisata seperti manajer dan pengusaha di bidang perhotelan, kuliner, destinasi wisata, dan lain-lain (Disbudpar NTB, 2021).

Nantinya, penyelenggaraan MotoGP Mandalika 2022 direncanakan tidak lagi menggunakan hasil tes Covid-19 sebagai syarat masuk penonton pada 18-20 Maret 2022. Oleh karena itu, sertifikasi CHSE menjadi ujung tombak dalam pencegahan penularan Covid-19. I Made Agus Dwiatmika selaku *Vice President Corporate Secretary Indonesia Tourism Development Corporation* (ITDC) dalam keterangan persnya mengatakan upaya pencegahan ini akan mewajibkan

penggunaan aplikasi Peduli Lindungi bagi seluruh pihak mulai dari staf pekerja, penonton, sponsor, *tenant*, sampai pengisi acara semua tanpa terkecuali. Disebutkan juga bahwa ITDC dan MGPA telah bekerjasama dan akan melakukan beberapa langkah antara lain membuat protokol khusus untuk setiap departemen, menyediakan fasilitas cuci tangan dan sanitasi, mendesinfeksi ruang dan peralatan kerja, serta memasang alat pemadam kebakaran di berbagai titik (Zakaria, 2022)

### **2.2.1. Komunikasi Strategis Melalui Logo, Lokasi dan Event Pendukung**

Salah satu *branding* yang dapat dengan mudah dikenali dan menjadi identitas adalah penyebutan resmi bagi *event* bergengsi tersebut. Penyelenggaraan MotoGP untuk pertama kalinya setelah 20 tahun akan dilaksanakan di Indonesia tepatnya di kawasan destinasi wisata Mandalika, Lombok, Nusa Tenggara Barat Nama resmi yang dipilih sebagai penyebutan *event* tersebut adalah *Pertamina Grand Prix of Indonesia*. Nama ini secara resmi dirilis oleh MGPA bersama Pertamina dan *Dorna Sport* serta berlaku dari tahun 2022 hingga 2024 (CNN Indonesia, 2022b). Menteri BUMN Erick Thohir mengatakan bahwa perilisian *Pertamina Grand Prix of Indonesia* adalah hal positif dalam membangun citra maupun *brand* Indonesia di mata dunia. Menurut beliau, *nation branding* Indonesia dimata dunia merupakan daya tarik bagi investor asing (Sindonews, 2022).

Penambahan nama "Pertamina" sebagai jenama juga memiliki pengaruh besar mengingat perusahaan tersebut telah mensponsori pembangunan sirkuit Mandalika dan penyelenggaraan MotoGP. Selain itu, bidang energi yang digeluti perusahaan tersebut dapat memberikan gambaran dan kesesuaian produk dengan penyelenggaraan olahraga otomotif seperti MotoGP. Adapun lokasi penyelenggaraan *event* di kawasan pantai Mandalika yaitu Sirkuit Mandalika secara resmi memiliki nama "*Pertamina Mandalika International Street Circuit*". Nama tersebut disahkan dalam acara penandatanganan perjanjian kerja sama sponsor pada tahun 2021 (CNN Indonesia, 2021a). Sementara pemberian nama "Mandalika" selain merujuk pada tempat, juga memberikan eksposur kepada daerah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) tersebut agar semakin dikenal dan digaungkan oleh media-media internasional. Sedangkan pada penyelenggaraan ajang World Superbike di Mandalika tidak memiliki nama khusus yang disematkan dan hanya disebut dengan "*World Superbike Mandalika 2022*"

Pada dasarnya kedua *event* yang diangkat pada penelitian ini yaitu MotoGP dan WSBK telah memiliki logo tersendiri mengingat ini merupakan *event* kejuaraan rutin berlisensi yang diselenggarakan oleh promotor yang sama. Logo tersebut juga yang kini secara resmi ditampilkan di berbagai ajang balapan MotoGP dan WSBK di seluruh seri kejuaraan di dunia. Logo ini pula yang kemudian dimanfaatkan sebagai *branding* yang memiliki pengaruh kuat dalam menggambarkan *event* yang sedang diselenggarakan di negara tersebut.

Akan tetapi bagi Indonesia ajang MotoGP dan WSBK menjadi ajang balapan yang sangat bergengsi yang secara otomatis akan memaksa jutaan pasang mata akan tertuju pada Indonesia. Hal ini terjadi sebab penyelenggaraan ini secara perdana diselenggarakan di sirkuit baru serta secara khusus untuk ajang MotoGP

adalah yang pertama kali diselenggarakan setelah lebih dari 20 tahun absen. ITDC dan MGPA telah melakukan *branding* pada dua ajang balap tersebut dengan memperkenalkan logo resmi *Mandalika GP Series* dan *Mandalika Xperiences* sebagai identitas penyelenggaraan acara balap yang berlangsung di kawasan KEK Mandalika. Peluncuran acara tersebut diadakan pada tanggal 19 Oktober 2021 di KAUM Restaurant, Jakarta. Terdapat dua logo yang diluncurkan dalam acara ini dan memiliki fungsi yang berbeda, Pertama, logo *Mandalika GP Series* akan digunakan untuk seluruh acara yang terkait dengan balap. Kedua, logo *Mandalika Xperiences* akan dipakai untuk acara di luar balap seperti konser, pameran, kegiatan seni budaya, dan olahraga selain balap (Motorsport.com, 2021).



**Gambar 3:** Logo *Mandalika GP Series* dan *Mandalika Xperiences* (Marketplus, 2021)

Desain logo pada *Mandalika GP Series* dan *Mandalika Xperiences* cukup sederhana, yaitu berupa sebuah monogram kombinasi awalan huruf dari sebuah teks "GP Mandalika" yaitu M, L, K dan P (Gunalan 2022, 216-217). Adapun yang membedakan keduanya hanyalah kombinasi warna. Dikutip dari CNN Indonesia (2021b) logo *Mandalika GP Series* memakai warna-warna tropis yang merepresentasikan daya tarik di daerah Indonesia, termasuk merah untuk kecepatan dan kepercayaan diri, kuning untuk semangat dan energi, biru untuk tantangan dan kebebasan, dan abu-abu untuk profesionalisme dan adaptabilitas. Sementara itu, logo *Mandalika Xperiences* terdiri dari warna ungu untuk budaya dan ekspresi, kuning untuk semangat dan energi, dan biru muda untuk emosi dan kreativitas. Adapun pemilihan warna yang digunakan untuk logo *Mandalika Xperiences* terinspirasi dari karakter karya seni Indonesia yaitu songket yang mewakili warisan budaya Indonesia dan menggambarkan kemeriahan dan keragaman.

Adapun tempat penyelenggaraan MotoGP dan WSBK 2021 terletak di satu lokasi yang sama, yakni di *Pertamina Mandalika International Street Circuit* (Kompas, 2021a). Lokasi merupakan salah satu langkah strategis dalam menyampaikan pesan secara efektif dan efisien serta secara langsung ataupun tidak langsung (melalui siaran). *Pertamina Mandalika International Street Circuit* merupakan sirkuit berkelas internasional yang berlokasi di Pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat. Jika dilihat dari lokasinya, sirkuit ini terletak cukup jauh dari ibukota dan pusat urbanisasi yang memungkinkan kemudahan akses dan kelengkapan fasilitas, namun sirkuit ini cukup dekat dengan destinasi wisata internasional dan termasuk dalam segitiga emas pariwisata Indonesia. Mandalika

yang kini menjadi lokasi pembangunan sirkuit juga merupakan salah satu dari empat destinasi unggulan berdampingan dengan Labuan Bajo, Likupang dan Danau Toba. Beberapa tempat menarik di sekitar sirkuit Mandalika diantaranya Bukit Merese, Bukit Seger dan Pantai Seger, Desa Wisata Sade dan Ende, Pantai Kuta, Pantai Mandalika, dan Pantai Tanjung Aan (Wonderful Indonesia, 2023a)

Menurut Dyan Dilato, *Head of Operations - Sporting MGPA* Mandalika merupakan tempat yang dirasa paling cocok untuk dibangun sirkuit. Gelaran balap motor yang akan dilangsungkan setiap tahun akan menjamin kehidupan perekonomian lokasi tersebut. Selain itu, lokasi premium yang eksotis menjadikan lokasi di sekitar sirkuit tersebut kaya akan *tempat-tempat* menarik yang akan mengundang banyak orang. Oleh karenanya lokasi ini merupakan pilihan investasi yang menarik bagi para pemegang kebijakan dan investor untuk berinvestasi yang juga akan mengembangkan kawasan tersebut. Keputusan ini diharapkan dapat berfungsi sebagai penggerak utama bagi perekonomian karena para wisatawan tidak hanya datang untuk menikmati ajang MotoGP, tetapi juga keindahan alam di sekitar sirkuit (Kompas, 2021b). Diperkirakan bahwa pembangunan sirkuit tersebut akan menelan investasi senilai enam triliun Rupiah, menjadikannya sebagai investasi terbesar di kawasan KEK Mandalika (Satrio, 2021).



**Gambar 4:** Kalender event NTB 2022 (lomboksumbawa.go, 2021)

Penyelenggaraan event berskala internasional seperti MotoGP dan WSBK merupakan momentum bagi Indonesia untuk mempromosikan atraksi wisata lokal dan memeriahkan event utama. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat suatu event pendukung dalam upaya meningkatkan kuantitas turis. Event tersebut pada umumnya berupa event budaya dan kesenian (musik, tari, gambar), festival, bazaar, dan seremonial. Tindakan ini juga diambil supaya para penonton MotoGP dan WSBK tidak hanya menikmati kecantikan sirkuit dan menyaksikan acara utama, melainkan juga menikmati beragam acara pendukung lainnya dalam berbagai kategori

### **2.3. Relationship Building**



Upaya *relationship building* juga dapat diidentifikasi dari kunjungan-kunjungan tokoh-tokoh penting dalam penyelenggaraan MotoGP dan WSBK. Upaya Indonesia dalam membangun sebuah sirkuit berstandar internasional tentunya tak dapat dipungkiri bahwa *Indonesia Tourism Development Corporation* (ITDC) telah melakukan upaya persuasif kepada promotor MotoGP dan WSBK, Dorna Sports, agar Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dapat dijadikan sebagai salah satu kawasan pariwisata terbaik seperti Nusa Dua Bali, ITDC yang diketuai oleh Abdulbar M. Mansoer berpikir untuk menjadikan kawasan tersebut sebagai area wisata olahraga dan membawa ajang balap MotoGP dan WSBK ke Indonesia. Keputusan tersebut antara lain dipertimbangkan oleh ITDC karena kawasan tersebut memiliki banyak pantai dan bukit-bukit kecil yang indah.

Pada tahun 2017 ITDC berusaha meyakinkan Dorna Sports bahwa Indonesia mampu dan ingin kembali menggelar kejuaraan MotoGP setelah lebih dari 20 tahun absen. Lobi pertama dilakukan ketika ITDC mendatangi CEO Dorna Sports, Carmelo Ezpeleta ketika penyelenggaraan musim MotoGP di Sirkuit Sepang, Malaysia. pada akhirnya pihak ITDC kemudian diundang ke Qatar dengan personil yang lebih lengkap untuk mempresentasikan ide tersebut. CEO Dorna Sports yang pada mulanya heran kemudian menjadi tertarik setelah melihat foto-foto kawasan Mandalika, Abdulbar kemudian mengajak CEO Dorna tersebut untuk mengunjungi secara langsung kawasan Mandalika agar ia lebih tertarik (Motorsport.com, 2022a).

Pada tahun 2018 ITDC mengkonfirmasi kunjungan singkat dari CEO dan *Chief Sporting Officer* Dorna Sports Carmelo Ezpeleta dan Carlos Ezpeleta di Mandalika, Lombok. Kunjungan itu ditemani oleh perwakilan Indonesia seperti Kepala Investasi dan Pemasaran ITDC, Ricky Baheramsjah; Direktur Pengembangan ITDC, Edwin Darmasetiawan; Direktur Utama dan CEO ITDC, Abdulbar M. Mansoer; Direktur Roadgrip Indonesia, Raoul Pasaribu; Direktur Konstruksi dan Operasi, Ngurah Wirawan; serta *Consulting Managing Director* Mitra Riset Konsultama Indonesia (MRKI), Mark Hughes (Motorsport.com, 2018). Mereka kemudian meninjau kawasan Mandalika dengan menggunakan helikopter, di sela perjalanan tersebut CEO Dorna Sports sempat mengatakan kalimat dalam bahasa Spanyol yang artinya "*This is the one, ini harus jadi*". Pada akhirnya tidak lama setelah kunjungan tersebut Abdulbar dikabari bahwa ITDC harus segera menandatangani kontrak pada awal 2019 untuk mengamankan *slot* di kalender MotoGP musim 2021. Kontrak MotoGP dan WSBK tersebut pada akhirnya ditandatangani pada 28 Januari 2019 untuk lima tahun ke depan (Motorsport.com, 2022a). Kemudian pada tanggal 11 Maret 2019, Carmelo Ezpeleta selaku CEO Dorna Sports bertemu dengan Presiden Joko Widodo di Istana Bogor guna membicarakan kesiapan dan rencana Indonesia untuk menjadi tuan rumah MotoGP 2021 di Mandalika (Medcom.id, 2019).

Secara umum, *relationship building* juga mencakup pada pemberian fasilitas kepada publik yang dalam hal ini merupakan wisatawan. Selama penyelenggaraan kedua *event* tersebut, pemerintah telah menyediakan beragam fasilitas penunjang mulai dari paket wisata, transportasi dan akomodasi. Hal ini dilakukan guna membangun opini positif bagi para wisatawan yang diharapkan akan

memberikan testimoni yang diharapkan dapat mengangkat kunjungan wisatawan dalam jangka panjang. Sebagai contoh pada ajang MotoGP, pemerintah mengalokasikan Rp21,1 miliar untuk pengadaan transportasi dan pembangunan fasilitas pendukung transportasi (Kemenhub, 2022a). Sementara untuk akomodasi, pemerintah menugaskan salah satu BUMN-nya yaitu PT Pelni (persero) untuk menyiapkan akomodasi terapung gratis yaitu KM Kelud yang bersandar di Pelabuhan Gili Mas, Lombok (Kemenhub 2022b). Selain itu Deputi Bidang Produk Wisata dan Penyelenggaraan Kegiatan Kemenparekraf, Rizki Handayani Mustafa, menyatakan pemerintah juga merencanakan untuk membuat paket wisata bagi wisatawan yang berlibur di Gili Tramen dan menyaksikan MotoGP dengan harga 1.5 juta Rupiah yang mencakup transportasi, akomodasi, konsumsi dan tiket MotoGP (IHGMA, 2022) (Kompas, 2021c).

Sedangkan untuk WSBK Mandalika dimensi *relationship building* dapat dilihat dari pembebasan biaya tiket pada hari pertama Jumat 11 November dengan syarat pengunjung sudah membeli paket tiket untuk hari kedua dan ketiga (Motor Plus-Online, 2022). Selanjutnya dalam membangun hubungan dengan wisatawan penting untuk diperhatikan jika kemudahan akses juga merupakan sebuah elemen yang sangat berpengaruh dalam menciptakan persepsi positif. Pada penyelenggaraan WSBK Mandalika 2022 ini masih digunakan E-Tiket hal ini berpengaruh pada kelancaran masuknya wisatawan ke dalam tribun. Kapolda NTB Irjen Pol. Djoko Poerwanto menyarankan penggunaan Kartu Identitas yang tidak membutuhkan waktu lama untuk *check in* dan juga dapat memudahkan penonton untuk dikenali. Selanjutnya dari fasilitas tempat ibadah juga dinilai kurang terjangkau. Hal ini penting tidak hanya sebagai prasarana ibadah melainkan juga representasi dari *tagline* Pulau Lombok yang dikenal dengan Pulau 100 Masjid (Suara NTB 2022).

### 3. Kesimpulan

Penggunaan diplomasi publik dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan khususnya ke Lombok berdasarkan tiga konsep dimensi diplomasi publik yang dikemukakan oleh Mark Leonard memiliki beberapa elemen penting yang dapat diidentifikasi dari penyelenggaraan MotoGP dan WSBK tersebut diantaranya adanya *media center* yang mampu mengalokasikan jurnalis dan para *broadcaster* yang secara langsung menayangkan acara tersebut ke seluruh dunia. Hal ini didukung juga oleh pemberitaan media berita *online* serta post media sosial resmi pihak penyelenggara. Kemudian komunikasi strategisnya turut menyampaikan pesan-pesan yang memiliki makna dan filosofi khusus yang merupakan komunikasi satu arah pemerintah kepada publik yang dapat dilihat dari logo sirkuit Mandalika, lokasi penyelenggaraan dan *event-event* pendukungnya. Dalam hal keterlibatan pemerintah dalam menghadirkan kedua *event* bergengsi tersebut di Indonesia, pihak ITDC berupaya menarik CEO Dorna Sports Carmelo Ezpeleta dalam memperebutkan *slot* penyelenggaraan MotoGP. Kunjungan CEO Dorna Sports ke Mandalika sangat berpengaruh dalam menunjukkan secara langsung keseriusan Indonesia menghadirkan event tersebut. Infrastruktur, fasilitas, dan paket wisata kemudian di adakan untuk

menyukkseskan penyelenggaraan serta memberikan kenyamanan dan pengalaman yang menyenangkan wisatawan penonton yang berkunjung.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi stimulus dalam pembentukan strategi diplomasi publik yang efektif dan efisien. MotoGP dan World Superbike adalah dua acara balap yang paling terkemuka di seluruh dunia. Kedua acara ini memberikan dampak positif yang besar bagi negara tuan rumah mereka di mata publik internasional. Tingginya perhatian dari media dan masyarakat global terhadap kejuaraan balap motor bergengsi ini adalah kesempatan yang strategis yang dapat dikatakan berhasil mendatangkan wisatawan secara efektif ke Indonesia pasca pandemi Covid-19. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya angka kunjungan wisatawan di provinsi NTB yaitu sebanyak 1.376.295 orang pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2021 yaitu 839.215 orang. Dari pelaksanaan diplomasi publik tersebut pemerintah Indonesia tidak hanya dapat secara efektif mendatangkan wisatawan dalam menstimulus pemulihan pariwisata pasca Covid-19, melainkan juga mendorong pertumbuhan bidang olahraga, ekonomi dan minat investasi dalam banyak musim penyelenggaraan MotoGP dan WSBK kedepan. Serta diharapkan juga akan berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat di Pulau Lombok.

## **Referensi**

### **Buku**

Leonard, Mark. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.

### **Jurnal Ilmiah**

Alles, María Teresa Fernández. (2014). *Sports Events Tourist Impact: A Case Study*. *Cuadernos de Turismo*, (33), 365-367.

Elistia. (2021). Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid-19. " Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA), 1 (1), 1-16. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/article/view/9066>.

Gunalan, Sasih, Haryono dan I Nyoman Miyarta Yasa. (2022). Analisis Pemaknaan dan Tanda Pada Desain Logo *GP Mandalika Series*. Gorga: *Jurnal Seni Rupa*, 11 (1), 212-219. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.34285>.

Indraswari, Ratih dan Yulius Purwadi Hermawan. (2015). "Diplomasi Publik dan Nation Branding." *Research Report-Humanities and Social Science*, 2 (11). 1-64. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/Sosial/article/view/1655>.

Martha, Jessica. (2020). "Pemanfaatan Diplomasi Publik oleh Indonesia dalam Krisis Covid-19." *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*. 121-130. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3859.121-130>.

Satrio, Muhammad Arief. (2021). Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka *Branding 'Wonderful Indonesia'*." *Indonesian Perspective*, 6 (1), 65-85. <https://doi.org/10.14710/ip.v6i1.37513>.

### **Laporan**

Disbudpar NTB. (2022a). "Angka Kunjungan Wisatawan ke Nusa Tenggara Barat." [disbudpar.ntbprov.go.id. http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/angka-kunjungan-wisatawan-ke-ntb/](http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/angka-kunjungan-wisatawan-ke-ntb/).

NTB Satu Data. (2023). "Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2022." [Data.ntbprov.go.id. https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-provinsi-nusa-tenggara-barat-ntb/resource/0268b7ec-8abd-4a61#{view-grid:{columnWidth:\[{column:!Bulan,width:170},{column:!Wisman,width:148},{column:!Wisnus,width:224}\]}}}](https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-provinsi-nusa-tenggara-barat-ntb/resource/0268b7ec-8abd-4a61#{view-grid:{columnWidth:[{column:!Bulan,width:170},{column:!Wisman,width:148},{column:!Wisnus,width:224}]}}).

### **Artikel Online dan Website**

Antara. (2021a). "LKBN ANTARA Dipercaya Kelola *Media Center* WSBK Sirkuit Mandalika." [Megapolitan.antaranews.com. https://megapolitan.antaranews.com/berita/165173/lkbn-antara-dipercaya-kelola-media-center-wsbk-sirkuit-mandalika#mobile-nav](https://megapolitan.antaranews.com/berita/165173/lkbn-antara-dipercaya-kelola-media-center-wsbk-sirkuit-mandalika#mobile-nav).

Antara. (2022). "Sandiaga: *Wonderful Indonesia* kerja sama dengan tim balap MotoGP 2022." [Antaranews.com. https://www.antaranews.com/berita/2688733/sandiaga-wonderful-indonesia-kerja-sama-dengan-tim-balap-motogp-2022#mobile-src](https://www.antaranews.com/berita/2688733/sandiaga-wonderful-indonesia-kerja-sama-dengan-tim-balap-motogp-2022#mobile-src).

Biro Adpim Provinsi NTB. 2022. "MotoGP Mandalika Makin Dekat, Infrastruktur Makin Mantap." [Biroadpim.ntbprov.go.id. https://biroadpim.ntbprov.go.id/motogp-mandalika-makin-dekat-infrastruktur-makin-mantap/](https://biroadpim.ntbprov.go.id/motogp-mandalika-makin-dekat-infrastruktur-makin-mantap/).

CNN Indonesia. (2021a). "Nama Baru Sirkuit Pertamina Jelang WSBK dan MotoGP 2022." [Cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20211008085535-156-705004/nama-baru-sirkuit-mandalika-jelang-wsbk-dan-motogp-2022](https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20211008085535-156-705004/nama-baru-sirkuit-mandalika-jelang-wsbk-dan-motogp-2022).

CNN Indonesia. (2021b). "Jelang WSBK Indonesia di Mandalika, MGPA Rilis Logo Baru." [Cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20211019162924-156-709780/jelang-wsbk-indonesia-di-mandalika-mgpa-rilis-logo-baru](https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20211019162924-156-709780/jelang-wsbk-indonesia-di-mandalika-mgpa-rilis-logo-baru).

CNN Indonesia. (2022a). "Mencermati Target dan Potensi KEK Mandalika Pasca Perhelatan MotoGP." [cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220326200709-92-776573/mencermati-target-dan-potensi-kek-mandalika-pasca-perhelatan-motogp](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220326200709-92-776573/mencermati-target-dan-potensi-kek-mandalika-pasca-perhelatan-motogp).

CNN Indonesia. (2022b). "MotoGP Mandalika Resmi Bernama *Pertamina Grand Prix of Indonesia*." [Cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20220210093012-156-757387/motogp-mandalika-resmi-bernama-pertamina-grand-prix-of-indonesia](https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20220210093012-156-757387/motogp-mandalika-resmi-bernama-pertamina-grand-prix-of-indonesia).

Crash. (2022). "Mandalika WorldSBK Race (1) Results: Toprak Razgatlioglu Wins in Style." [Crash.net. https://www.crash.net/wsbk/results/1016911/1/mandalika-worldsbk-race-1-results-razgatlioglu-wins-style](https://www.crash.net/wsbk/results/1016911/1/mandalika-worldsbk-race-1-results-razgatlioglu-wins-style).

- Disbudpar NTB. (2021). "Libatkan Masyarakat dan Komunitas, Kemenparekraf Hadirkan Kampanye CHSE di Mandalika." Disbudpar.ntbprof.go.id. <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/libatkan-masyarakat-dan-komunitas-kemenparekraf-hadirkan-kampanye-chse-di-mandalika/>.
- Dorna. (2023a). "MotoGP." Dorna.com. <https://www.dorna.com/motogp/>.
- Dorna. (2023b). "WorldSBK." Dorna.com. <https://www.dorna.com/worldsbk/>.
- Eurosport. (2022). "Alvaro Bautista Becomes 2022 WorldSBK Champion, Toprak Razgatlioglu Takes Mandalika Hat-Trick." Eurosport.com. [https://www.eurosport.com/superbikes/indonesia/2022/alvaro-bautista-becomes-2022-worldsbk-champion-toprak-razgatlioglu-takes-mandalika-hat-trick\\_sto9224531/story.shtml](https://www.eurosport.com/superbikes/indonesia/2022/alvaro-bautista-becomes-2022-worldsbk-champion-toprak-razgatlioglu-takes-mandalika-hat-trick_sto9224531/story.shtml).
- Global Times. (2022). "A New Inspiration: Sports Tourism Given High Hopes for Boosting Economic Recovery." Globaltimes.cn. <https://www.globaltimes.cn/page/202111/1239817.shtml>.
- IHGMA. (2022). "Sukseskan MotoGP Mandalika, Menparekraf Bikin Paket Wisata Murah Mulai dari Rp1,5 Juta." Ihgma.com. <https://ihgma.com/sukseskan-motogp-mandalika-menparekraf-bikin-paket-wisata-murah-mulai-dari-rp15-juta/>.
- Kalimantan Post. (2022). "Strategi Promosi Wisata Wonderful Indonesia Melalui Event MotoGP Mandalika 2022." Kalimantanpost.com. <https://kalimantanpost.com/2022/05/strategi-promosi-wisata-wonderful-indonesia-melalui-event-motogp-mandalika-2022/>.
- Kemhub. (2022a). "Bus Gratis Kemhub Layani Penonton MotoGP Mandalika 2022." Dephub.go.id. <https://dephub.go.id/post/read/bus-gratis-kemhub-layani-penonton-motogp-mandalika-2022>.
- Kemhub. (2022b). "Jelang Gelaran MotoGP Mandalika, Kemhub Sediakan Akomodasi Terapung Gratis." Hubla.dephub.go.id. Diakses 1 Mei 2023. <https://hubla.dephub.go.id/home/post/read/11272/jelang-gelaran-motogp-mandalika-kemhub-sediakan-akomodasi-terapung-gratis>.
- Kemenparekraf. (2022a). "Media Center Indonesia Mandalika MotoGP 2022." wonderfulimages.kemenparekraf.go.id. <https://wonderfulimages.kemenparekraf.go.id/read/624/media-center-indonesia-mandalika-motogp-2022>.
- Kemenparekraf. (2023). "Logo Wonderful Indonesia." Kemenparekraf.go.id. Diakses 29 Mei 2023. <https://www.kemenparekraf.go.id/profil/logo/Logo-Wonderful-Indonesia>.
- Kominfo RI. (2022). Fasilitasi Jurnalis, Kominfo Sediakan Media Center MotoGP Mandalika 2022. Kominfo.go.id. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/40594/fasilitasi-jurnalis-kominfo-sediakan-media-center-motogp-mandalika-2022/0/berita\\_satker#:~:text=Direktur%20IKPMK%20Ditjen%20IKP%20Septriana,%2C%20televisi%2C%20dan%20kursi%20refleksi](https://www.kominfo.go.id/content/detail/40594/fasilitasi-jurnalis-kominfo-sediakan-media-center-motogp-mandalika-2022/0/berita_satker#:~:text=Direktur%20IKPMK%20Ditjen%20IKP%20Septriana,%2C%20televisi%2C%20dan%20kursi%20refleksi).
- Kompas. (2021a). "Pertamina Mandalika International Street Circuit Jadi Nama Resmi Sirkuit Mandalika." Kompas.com.

- <https://www.kompas.com/properti/read/2021/10/07/201845721/pertamina-mandalika-international-street-circuit-jadi-nama-resmi?page=all>.  
Kompas. (2021b). "Alasan Mengapa Sirkuit MotoGP Dibangun di Mandalika." Otomotif.kompas.com.
- <https://otomotif.kompas.com/read/2021/10/26/170200915/alasan-mengapa-sirkuit-motogp-dibangun-di-mandalika>.  
Kompas. (2021c). "MotoGP Mandalika, Pemerintah Siapkan Paket Wisata dari Gili." Travel.kompas.com.
- <https://travel.kompas.com/read/2021/12/28/190700027/motogp-mandalika-pemerintah-siapkan-paket-wisata-dari-gili?page=all>.  
Kompas. (2022a). "WSBK Mandalika 2022, Alasan Penonton Lebih Sepi Ketimbang MotoGP." Kompas.com.
- <https://www.kompas.com/sports/read/2022/11/12/22243608/wsbk-mandalika-2022-alasan-penonton-lebih-sepi-ketimbang-motogp?page=all>.  
Kompas. (2022b). "Banyak Negara Siarkan MotoGP Mandalika 2022." Kompas.com.
- <https://www.kompas.com/motogp/read/2022/03/09/21120068/banyak-negara-siarkan-motogp-mandalika-2022?page=all>.  
Kompas. (2022c). "Mengintip Suasana *Media Center* WSBK Mandalika 2022." Kompas.com.
- <https://www.kompas.com/sports/read/2022/11/12/10000028/mengintip-suasana-media-center-wsbk-mandalika-2022>.  
Kompas. (2022d). "Event Internasional Mendongkrak "Country Branding" Indonesia. Kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/riset/2022/12/05/event-internasional-mendongkrak-country-branding-indonesia>.
- Komsary, Kasih Cakaputra. (2017). "4 Pilar Pembangunan Kepariwisata Indonesia." [tourism.binus.ac.id](https://tourism.binus.ac.id). <https://tourism.binus.ac.id/2017/04/20/4-pilar-pembangunan-kepariwisataan-indonesia/>.
- [lomboksumbawa.go. \(2022\). "Calender of Event 2022." Instagram.com. https://www.instagram.com/p/CXoFJckhdnz/](https://www.instagram.com/p/CXoFJckhdnz/).
- Marketplus. (2021). "ITDC dan MGPA Luncurkan Logo *Mandalika GP Series* Dan *Mandalika Xperiences*." Marketplus.co.id. <https://marketplus.co.id/2021/10/19/itdc-dan-mgpa-luncurkan-logo-mandalika-gp-series-dan-mandalika-xperiences/>.
- Medcom.id. (2019). "Bertemu CEO *Dorna Sport* di Istana, Jokowi Jajal Motor Balap." Medcom.id. <https://www.medcom.id/foto/news/Wb7jwMaN-bertemu-ceo-dorna-sport-di-istana-jokowi-jajal-motor-balap>.
- Media Indonesia. (2022a). MCI Siap Manjakan Jurnalis Peliput MotoGP Mandalika. <https://mediaindonesia.com/olahraga/478252/mci-siap-manjakan-jurnalis-peliput-motogp-mandalika>.
- Media Indonesia. (2022b). "Gaung MotoGP Mandalika Diharapkan Jadi Berita Positif Indonesia di Mata Dunia." [mediaindonesia.com. https://mediaindonesia.com/humaniora/479513/gaung-motogp-mandalika-diharapkan-jadi-berita-positif-indonesia-di-mata-dunia](https://mediaindonesia.com/humaniora/479513/gaung-motogp-mandalika-diharapkan-jadi-berita-positif-indonesia-di-mata-dunia).

- MGPA. (2023). "@themandalikagp." Instagram.com. Diakses 31 Mei 2023. <https://www.instagram.com/themandalikagp/>.
- MotoGP. (2022a). "2022 #IndonesiaGP" Instagram.com. <https://www.instagram.com/motogp/p/17948976952817075/?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>
- MotoGP. (2022b). "What an incredible place! The Mandalika Circuit is firmly in the category of most beautiful circuits in the world." Twitter.com. <https://twitter.com/MotoGP/status/1492389239140630531>
- Motor Plus-Online. (2022). "Ini Alasan MGPA Kasih Tiket Gratis di Hari Pertama WSBK Indonesia 2022 di Sirkuit Mandalika." Motorplus-online.com. <https://www.motorplus-online.com/read/253468615/ini-alasan-mgpa-kasih-tiket-gratis-di-hari-pertama-wsbk-indonesia-2022-di-sirkuit-mandalika>.
- Motorsport.com. (2018). "Dorna Kunjungi Calon Sirkuit MotoGP Indonesia," motorsport.com. <https://id.motorsport.com/motogp/news/itdc-kunjungan-dorna-motogp-indonesia-lombok/3209250/#gal-3209250-m0-peta-sirkuit-indonesia-di-mandalika-lombok>.
- Motorsport.com. (2021). "ITDC-MGPA Luncurkan Logo Resmi *Mandalika GP Series* dan *Mandalika Xperiences*." motorsport.com. <https://id.motorsport.com/motogp/news/itdc-luncurkan-logo-resmi-mandalika/6688840/>.
- Motorsport.com. (2022a). "Perjuangan ITDC Datangkan MotoGP ke Indonesia." motorsport.com. <https://id.motorsport.com/motogp/news/perjuangan-itdc-datangkan-motogp-ke-indonesia/9309323/>.
- Motorsport.com. (2022b). "2022 Indonesian MotoGP - Start time, how to watch & more." motorsport.com. <https://www.motorsport.com/motogp/news/2022-indonesian-motogp-start-time-how-to-watch-more/9132769/>.
- Nugroho, Sutopo Purwo. (2019). "Rentannya Pariwisata dari Bencana." Badan Nasional Penanggulangan Bencana. <https://bnpb.go.id/berita/rentannya-pariwisata-dari-bencana>.
- Reuters. (2022). "MotoGP in Magical Mandalika Indonesia." Reuters.com. Diakses 3 April 2023. <https://www.reuters.com/article/sponsored/moto-gp-in-magical-mandalika-indonesia>.
- Sindonews. (2022). "Pertamina Grand Prix of Indonesia Jadi Brand MotoGP Bisa Dongkrak Citra RI." ekbis.sindonews.com. <https://ekbis.sindonews.com/read/681679/34/pertamina-grand-prix-of-indonesia-jadi-brand-motogp-bisa-dongkrak-citra-ri-1644415351?showpage=all>.
- Speedweek. (2022). "Lombok: Das neue Paradies für die Superbike-WM." Speedweek.com. Diakses 3 April 2023. <https://www.speedweek.com/sbk/news/185199/Lombok-Das-neue-Paradies-fuer-die-Superbike-WM.html>.
- Suara NTB. (2022). "Benahi Kekurangan WSBK 2022." Suarantb.com. Diakses 20 Juni 2023. <https://www.suarantb.com/2022/11/15/benahi-kekurangan-pelaksanaan-wsbk-2022/>.
- Voice of ASEAN. (2022). "Watch Pertamina Grand Prix of Indonesia in Beautiful Mandalika and Get These Unbelievable Bundling Deals Only from tiket.com, the MotoGP's Official Ticket and Travel App Partner." Voiceofasean.com.

[https://voiceofasean.com/newsroom/pr\\_entertainment/watch-pertamina-grand-prix-of-indonesia-in-beautiful-mandalika-and-get-these-unbelievable-bundling-deals-only-from-tiket-com-the-motogps-official-ticket-and-travel-app-partner/](https://voiceofasean.com/newsroom/pr_entertainment/watch-pertamina-grand-prix-of-indonesia-in-beautiful-mandalika-and-get-these-unbelievable-bundling-deals-only-from-tiket-com-the-motogps-official-ticket-and-travel-app-partner/). Wonderful Indonesia. (2022a). "Bersiap ke Mandalika, 6 Hal Seru Ini Bakal Ada di *World Superbike* (WSBK) 2022!." Indonesia.travel. <https://www.indonesia.travel/event/id/categories/sport/serba-serbi-world-superbike-wsbk-2022-di-sirkuit-mandalika>. Wonderful Indonesia. (2023a). "7 Destinasi Wisata di Sekitar Mandalika yang Wajib Masuk Daftar Kunjungan!." Indonesia.travel. <https://www.indonesia.travel/id/id/ide-liburan/7-destinasi-wisata-di-sekitar-mandalika-yang-wajib-masuk-daftar-kunjungan>. Wonderful Indonesia. (2023b). "MotoGP Mandalika." Indonesia.travel. Diakses 31 Mei 2023. <https://www.indonesia.travel/id/id/search?q=motogp+mandalika>. Wonderful Indonesia. (2023c). "WSBK." <https://www.indonesia.travel/id/id/search?q=wsbk>. WorldSBK. (2022). "Where Can You Watch the WorldSBK Tittle Race on TV in 2022." [worldsbk.com. https://www.worldsbk.com/en/news/2022/Where+can+you+watch+the+WorldSBK+title+race+on+TV+in+2022](https://www.worldsbk.com/en/news/2022/Where+can+you+watch+the+WorldSBK+title+race+on+TV+in+2022). Zakaria, Ismail. (2022). "Pencegahan Penularan Covid-19 Tetap Jadi Prioritas Selama *MotoGP*." Kompas.id. [https://www.kompas.id/baca/olahraga/2022/03/14/pencegahan-penularan-covid-19-tetap-jadi-prioritas-selama-motogp?status=sukses\\_login&status\\_login=login](https://www.kompas.id/baca/olahraga/2022/03/14/pencegahan-penularan-covid-19-tetap-jadi-prioritas-selama-motogp?status=sukses_login&status_login=login).

### **Skripsi**

Triana, Maria Fransisca. (2023). "*Media Relations* untuk Pariwisata Berkelanjutan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika (Studi Kasus pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat)." Skripsi., Universitas Mataram.