



MICE sebagai Instrumen *Soft Power*: Peran KTT ASEAN dalam Diplomasi Pariwisata Indonesia

Achlis Nur Fajar

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: achlis.nurfajar99@gmail.com

Abstract. *MICE tourism (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) is a sub-sector with high economic value and a unique capacity to play a diplomatic role through interaction between international actors. At the regional level, the ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) Summit (Summit) has been used by Indonesia not only for economic purposes, but also as an arena for public diplomacy and soft power development. This article examines how the ASEAN Summit (especially the series of ASEAN 2023 activities spread across several locations including Labuan Bajo, Yogyakarta, and Jakarta) shows the function of MICE as a soft power instrument in Indonesian tourism diplomacy. By combining a literature review on soft power and tourism diplomacy, an analysis of official documents, MICE industry reports, and a case study of the 2023 ASEAN Summit, this paper identifies the mechanisms of influence, determinants of effectiveness, economic and reputational impact, and policy challenges. The results show that the ASEAN Summit provides a great opportunity for nation branding and international public engagement, but its effectiveness depends on policy synergy, MICE infrastructure readiness, image management, and post-event strategies to turn temporary exposure into long-term benefits.*

Keywords: *ASEAN Summit; Indonesia; MICE; Soft Power; Tourism Diplomacy.*

Abstrak. Pariwisata MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) merupakan subsektor dengan nilai ekonomi tinggi dan kapasitas unik untuk memainkan peran diplomatik melalui interaksi antar aktor internasional. Di tingkat regional, KTT (Konferensi Tingkat Tinggi) ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) telah dimanfaatkan Indonesia bukan hanya untuk tujuan ekonomi, tetapi juga sebagai arena diplomasi publik dan pembangunan *soft power*. Artikel ini memeriksa bagaimana penyelenggaraan KTT ASEAN (khususnya rangkaian kegiatan ASEAN 2023 yang tersebar di beberapa lokasi termasuk Labuan Bajo, Yogyakarta, dan Jakarta) memperlihatkan fungsi MICE sebagai instrumen *soft power* dalam diplomasi pariwisata Indonesia. Dengan menggabungkan kajian literatur tentang *soft power* dan diplomasi pariwisata, analisis dokumen resmi, laporan industri MICE, serta studi kasus KTT ASEAN 2023, tulisan ini mengidentifikasi mekanisme pengaruh, faktor penentu efektivitas, dampak ekonomi dan reputasi, serta tantangan kebijakan. Hasil menunjukkan bahwa KTT ASEAN memberikan peluang besar untuk *nation branding* dan *engagement* publik internasional, namun efektivitasnya bergantung pada sinergi kebijakan, kesiapan infrastruktur MICE, pengelolaan citra, serta strategi pasca-event untuk mengubah eksposur sementara menjadi manfaat jangka panjang.

Kata kunci: Diplomasi Pariwisata; Indonesia; KTT ASEAN; MICE; Soft Power.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu industri penting dalam pembangunan ekonomi nasional dan regional di negara-negara Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Bagi negara berkembang seperti Indonesia, pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting bagi peningkatan perekonomian nasional, melalui penciptaan ribuan lapangan pekerjaan, mengembangkan infrastruktur suatu negara dan menanamkan rasa pertukaran budaya antara wisatawan mancanegara dan domestik (Rahayu, 2021). Negara adalah aktor utama dalam politik dunia (Jackson&Serensen, 2012), sehingga peran sentral ini menjadi langkah utama dalam menentukan bagaimana Indonesia dapat mengambil peluang diplomasi yang baik untuk dapat menarik kunjungan melalui diplomasi di sektor MICE.

Potensi besar ini tetap belum terpenuhi karena kurangnya promosi, kekurangan infrastruktur, dan konektivitas antarwilayah yang buruk. Dalam lanskap hubungan internasional kontemporer, kemampuan negara untuk memengaruhi aktor asing melalui daya tarik budaya, prakarsa publik, dan citra positif yang dikenal sebagai *soft power* semakin mendapat perhatian dari pembuat kebijakan dan akademisi. Konsep *soft power* yang dipopulerkan oleh Joseph Nye menunjukkan bahwa negara dapat memperoleh hasil yang diinginkan melalui daya tarik (*culture, political values and policy legitimacy*) ketimbang paksaan (*hard power*). Dalam praktiknya, pariwisata merupakan salah satu kanal penting untuk menumbuhkan daya tarik tersebut karena pengalaman kunjungan, interaksi budaya, dan pertemuan internasional memungkinkan negara menampilkan nilai dan citranya secara langsung.

Salah satu sub-sektor pariwisata yang relevan untuk diplomasi publik adalah MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) yang konsisten menarik delegasi berkualitas tinggi, pebisnis, pembuat kebijakan, dan media internasional. MICE menggabungkan unsur profesional, ilmiah, budaya dan komersial yang menciptakan peluang untuk mempresentasikan kapasitas negara sebagai penyelenggara, memperkenalkan budaya, serta membangun jejaring yang dapat berimplikasi pada kerja sama politik dan ekonomi. MICE juga mendorong pengeluaran per kapita yang relatif tinggi bagi destinasi, sehingga memiliki insentif ekonomi sekaligus diplomatik (Priyana & Sulistyawati, 2025).

Indonesia sebagai negara anggota ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) dan kekuatan ekonomi regional, telah aktif menggunakan penyelenggaraan event besar regional dan global sebagai bagian dari strategi diplomasi. Pada tahun 2023, Indonesia memegang kursi Ketua ASEAN dan menjadi tuan rumah serangkaian pertemuan tingkat tinggi, termasuk rangkaian KTT ASEAN yang sebagian diselenggarakan di Labuan Bajo dan Jakarta, serta forum pariwisata di Yogyakarta. Semua kegiatan yang melibatkan unsur-unsur MICE besar (konferensi, forum, *side events*) dan mendapat liputan internasional (Kemenpar, 2023). Hal tersebut menjadikan rangkaian kegiatan ini menghasilkan dampak ekonomi lokal seperti peningkatan okupansi hotel dan eksposur internasional yang signifikan bagi destinasi tuan rumah.

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan peran MICE dengan fokus pada KTT ASEAN sebagai instrumen *soft power* dalam diplomasi pariwisata Indonesia; mengidentifikasi mekanisme pengaruh, dampak, dan tantangan; merumuskan rekomendasi kebijakan untuk memaksimalkan manfaat diplomatik jangka panjang. Kontribusi tulisan ini adalah penggabungan kajian teoretis *soft power* dengan analisis empiris kasus KTT ASEAN, sehingga

memberikan kerangka kebijakan praktis untuk pemangku kepentingan pariwisata dan diplomasi.

2. KAJIAN TEORITIS

***Soft Power* dan Diplomasi Publik**

Soft power sebagai kemampuan mempengaruhi preferensi pihak lain melalui daya tarik budaya, nilai politik, dan kebijakan yang tampak sah dan diakui (Nye, 2004). *Soft power* bekerja secara tidak langsung, seringkali lewat institusi non-pemerintah, media, budaya populer, pendidikan, dan interaksi antarwarga. Diplomasi publik adalah praktik konkret untuk menyentuh audiens asing melalui komunikasi dan *engagement* yang bukan sekadar retorika kenegaraan. *Literature on public diplomacy* menekankan bahwa kegiatan bukan-militer dan bukan-koersif, termasuk event budaya dan ilmiah, dapat memperbaiki citra negara dan mempengaruhi opini publik luar negeri. Menurut Nicholas J. Cull dalam buku yang berjudul “Public Diplomacy: Lesson from the Past” menjelaskan bahwa diplomasi publik adalah bentuk upaya dari aktor internasional dalam mengelola lingkungan internasional melalui keterlibatan dengan publik asing (Cull, 2009), hal ini selaras dengan upaya pemerintah Indonesia dalam memanfaatkan peluang yang ada agar seluruh mata negara tamu tertuju pada Indonesia melalui perhelatan KTT ASEAN 2023 di Indonesia.

Dalam konteks pariwisata, kunjungan dan pengalaman langsung menciptakan efek persuasi yang kuat karena mereka menyentuh emosi dan persepsi aspek yang esensial dalam pembentukan *soft power* (Simanjuntak, R, T). Oleh karena itu, praktik diplomasi pariwisata (*tourism diplomacy*) menggabungkan promosi destinasi dengan agenda diplomatik untuk mencapai tujuan politik dan ekonomi. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa kombinasi event internasional dengan elemen budaya lokal dapat memperkuat *nation branding* dan hubungan bilateral atau bahkan multilateral (Melissen, 2015).

Dari segenap faktor yang menyebabkan kekuatan suatu negara, yang terpenting bagaimanapun tidak stabilnya, ialah kualitas diplomasi (Morgenthau, 2010) bagaimana dalam hal ini Indonesia mampu memanfaatkan peluang pelaksanaan KTT ASEAN ini sebagai media strategis dalam menentukan arah dan upaya diplomasi yang cukup besar, terlihat dari bagaimana pemerintah menegdepankan Labuan Bajo sebagai dayab Tarik utama, mulai dari Kawasan Marina Labuan Bajo, kapal pinisi, tenun Songke, beberapa destinasi hingga asset gastronomi yang ada sebagai media promosi, (Setkab, 2023).

MICE sebagai Sub-Sektor Pariwisata dan *Platform* Diplomasi

MICE adalah subsektor yang memerlukan kapasitas penyelenggaraan tinggi (infrastruktur konvensi, layanan hotel, logistik). Nilai tambahnya bukan hanya dalam ekonomi langsung (akomodasi, transportasi, F&B), tetapi juga dalam penciptaan jejaring antar pelaku bisnis, akademisi, dan pembuat kebijakan. Event MICE sering disertai program kultural dan *side events* yang menampilkan kekayaan lokal instrumental bagi diplomasi budaya dan pembentukan persepsi internasional (Gahaffara, et.all, 2018). Penelitian tentang MICE menekankan bahwa destinasi MICE yang sukses menampilkan kualitas layanan, kemudahan akses (visa), kapabilitas infrastruktur, dan strategi pemasaran yang proaktif.

Dalam kajian akademis, MICE dipandang sebagai salah satu sub-sektor strategis dalam industri pariwisata yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta promosi destinasi dan citra suatu negara. MICE, yang mencakup pertemuan, insentif, konferensi, dan pameran, merupakan bagian dari pariwisata bisnis yang menggabungkan layanan transportasi, akomodasi, rekreasi dan *event management* untuk memenuhi kebutuhan peserta yang biasanya berasal dari kelompok profesional atau organisasi tertentu. Sebagai sub-sektor industri pariwisata, MICE memainkan peran penting dalam meningkatkan devisa negara melalui pengeluaran para pengunjung yang datang untuk menghadiri kegiatan tersebut, serta memperluas penggunaan layanan pariwisata di suatu destinasi yang ada.

Lebih jauh lagi, kegiatan MICE juga memiliki peran strategis dalam diplomasi ekonomi dan diplomasi budaya, khususnya dalam konteks hubungan internasional dan pembangunan citra negara. Penyelenggaraan event MICE internasional dapat berfungsi sebagai platform diplomasi tidak langsung (*soft diplomacy*), di mana negara tuan rumah memperkenalkan diri kepada komunitas global melalui pertukaran pengetahuan, jejaring bisnis, dan kolaborasi lintas batas yang pada gilirannya dapat memperkuat hubungan ekonomi, budaya, dan politik antarnegara. Misalnya, dalam studi kasus di Indonesia, penyelenggaraan event MICE menunjukkan kontribusi signifikan terhadap promosi pariwisata suatu wilayah dan ekonomi kreatif negara, yang memberi dampak positif terhadap diplomasi ekonomi, terutama dalam memperluas ruang kerja sama internasional dan meningkatkan visibilitas destinasi di mata dunia.

Sektor MICE juga dapat dilihat sebagai instrumen *nation branding* dan paradiplomasi, di mana event-event profesional dan konferensi internasional menyediakan forum untuk interaksi formal dan informal antar delegasi, pelaku bisnis dan profesional dari berbagai negara. Interaksi tersebut berpotensi membuka peluang kerja sama baru, investasi, dan

pertukaran budaya yang memperkuat nilai tawar menawar negara (*bargaining position*) dalam arena global, sehingga MICE tidak hanya berperan sebagai subsektor pariwisata semata, tetapi juga sebagai media diplomasi lintas sektor yang mengkolaborasikan tujuan ekonomi dan politik luar negeri suatu negara. Dengan demikian, MICE menjadi jembatan yang menghubungkan tujuan pembangunan pariwisata dengan agenda diplomasi yang lebih luas, mencerminkan peran ganda sebagai penggerak ekonomi dan alat diplomasi dalam era globalisasi.

KTT ASEAN, ATF dan Event Regional sebagai Kasus MICE

Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN dan kegiatan pendukung (*ministerial meetings, forum, exhibition dan side events*) merupakan contoh MICE multilateral yang sarat nilai diplomatis. Selain agenda formal, KTT menyertakan *showcase* budaya, pameran produk lokal, dan rangkaian jejaring yang menjembatani hubungan negara peserta. *ASEAN Tourism Forum* (ATF) adalah forum pariwisata regional yang juga sering menjadi platform untuk memperkenalkan destinasi tuan rumah kepada peserta dari seluruh negara ASEAN dan mitra. Indonesia sebagai tuan rumah ATF 2023 yang di selenggarakan di Yogyakarta dan tuan rumah serangkaian pertemuan di bawah kepemimpinan ASEAN 2023 memanfaatkan forum ini untuk mempromosikan pariwisata dan potensi lokal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berbentuk kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka dan studi kasus. Langkah metodologis meliputi:

- 1) Kajian Literatur: Mengumpulkan dan mengevaluasi literatur tentang *soft power*, diplomasi pariwisata, dan MICE tourism dari buku, jurnal, serta artikel kebijakan.
- 2) Analisis Dokumen Resmi & Laporan Industri: Mengkaji dokumen resmi ASEAN (*chairman's statements*), laporan Kementerian/Lembaga terkait (Kemenparekraf, Setnas ASEAN), serta liputan media dan publikasi akademik yang membahas KTT ASEAN 2023 dan ATF 2023.
- 3) Studi Kasus: Memusatkan analisis pada rangkaian KTT ASEAN 2023 (termasuk kegiatan di Labuan Bajo dan Jakarta serta ATF di Yogyakarta) sebagai contoh konkret pemanfaatan MICE untuk diplomasi pariwisata Indonesia. Sumber empiris meliputi laporan media, data okupansi hotel lokal, dan rilis kementerian yang terkait dengan dampak event.
- 4) Sintesis Temuan: Mengorganisir temuan ke dalam mekanisme pengaruh MICE terhadap *soft power*, faktor pendukung/penghambat, dan rekomendasi kebijakan.

Metode ini sesuai untuk memahami hubungan kompleks antara event MICE dan outcome diplomatik yang bersifat kualitatif, jangka Panjang dan multidimensional.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Rangkaian KTT ASEAN 2023 dan Aktivitas MICE Pendukung

Sebagai Ketua ASEAN 2023, Indonesia menyelenggarakan berbagai pertemuan dan forum di beberapa lokasi. KTT 42 (Mei 2023) digelar di Labuan Bajo (Flores, NTT) dengan serangkaian kegiatan yang melibatkan pemimpin negara ASEAN dan delegasi luas; KTT 43 (September 2023) diselenggarakan di Jakarta. Selain KTT, Indonesia juga menjadi tuan rumah *ASEAN Tourism Forum 2023* di Yogyakarta dan beberapa pertemuan multilateral lain sepanjang tahun. Penyelenggaraan ini melibatkan fasilitas konvensi, hotel, transportasi khusus untuk delegasi, serta side events yang menampilkan budaya dan produk lokal. Laporan dan pernyataan resmi ASEAN mencatat kesuksesan logistik dan partisipasi dalam pertemuan ini.

Perpindahan lokasi KTT ke destinasi seperti Labuan Bajo sengaja menonjolkan produk pariwisata alam Indonesia strategi yang menempatkan kegiatan diplomatik di tengah promosi destinasi, sehingga menghasilkan sinergi ekonomi dan citra. Liputan media internasional tentang KTT di Labuan Bajo, misalnya, menyoroti peningkatan okupansi hotel hingga penuh selama pertemuan puncak, menandakan dampak ekonomi langsung bagi destinasi.

Mekanisme MICE dalam Membangun *Soft Power*

Dari analisis dokumen dan literatur, terdapat beberapa mekanisme utama melalui mana *event MICE* (termasuk KTT ASEAN) mentransmisikan *soft power*:

- 1) Eksposur Media dan Narasi Nasional: Event besar menarik liputan media regional dan global. Narasi yang dibangun selama event yakni, fokus pada "*epicentrum of growth*" atau *showcase* keberlanjutan dan keramahan) memperkuat citra nasional. Misalnya, Indonesia memanfaatkan panggung KTT untuk menonjolkan prioritas pembangunan hijau dan agenda regionalnya.
- 2) Pertukaran Antar-elite & Jejaring Diplomatik: KTT menghadirkan kepala negara, menteri, pebisnis, dan akademisi; forum-forum tersebut memfasilitasi interaksi langsung yang memperkuat relasi bilateral bahkan multilateral, serta membuka peluang kerjasama ekonomi maupun kebijakan. Jejaring ini sering berlanjut setelah pertemuan formal melalui kerjasama proyek, investasi, atau dukungan politik.
- 3) Pameran Budaya dan Produk Lokal: *Side events*, *gala dinners*, pameran produk, dan performa budaya menjadi medium untuk memperkenalkan seni, kuliner, dan produk lokal kepada audiens internasional sehingga membentuk persepsi positif tentang

budaya dan kreativitas Indonesia. Hal ini menajamkan unsur budaya sebagai salah satu sumber *soft power*.

- 4) Demonstrasi Kapasitas Infrastruktur dan Profesionalisme: Keberhasilan logistik (bandara, konvensi, keamanan) memberi sinyal kapasitas negara untuk mengelola *event* berskala besar, yang meningkatkan kepercayaan investor dan partner internasional. Contoh: kesiapan fasilitas MICE di Bali (Nusa Dua) dan di *Jakarta Convention Center* menjadi atribut penting.
- 5) Pengalaman Pribadi Delegasi: Pengalaman positif delegasi (*hospitality, supply chain, interaksi budaya*) memiliki efek persuasi yang tahan lama dan seringkali lebih meyakinkan dibanding kampanye publik yang hanya berbentuk iklan.

Kelima mekanisme ini saling melengkapi dan memperbesar efek *soft power* ketika event dikelola terpadu antara aspek promosi, operasi dan kebijakan.

Dampak Ekonomi dan Reputasi: Bukti Kasus Labuan Bajo & Yogyakarta

Dampak Ekonomi: Laporan lokal dan liputan menunjukkan bahwa penyelenggaraan KTT di Labuan Bajo pada Mei 2023 mengakibatkan peningkatan okupansi hotel hingga 100% pada periode tertentu, serta peningkatan konsumsi lokal. Hal ini memberi bukti bahwa event MICE skala tinggi mampu menyebarkan manfaat ekonomi ke pelaku usaha lokal (perhotelan, transportasi, F&B, UMKM).

Dampak Reputasi: Selain angka ekonomi, eksposur internasional mendorong visibilitas destinasi. Misalnya, pameran budaya dan pengaturan citra di lokasi pertemuan KCC/Jakarta digambarkan oleh media asing instalasi "hutan buatan" di JCC yang memperkuat pesan lingkungan dan kekayaan hayati Indonesia. Liputan semacam itu membantu memosisikan Indonesia sebagai negara yang peduli pada isu lingkungan sekaligus kaya budaya unsur yang mendukung *soft power*.

Namun, dampak reputasi bersifat rapuh jika tidak diikuti oleh tindakan nyata, janji kebijakan yang tidak ditepati atau citra yang bertentangan, misalnya isu lingkungan lokal dapat mengurangi kredibilitas. Oleh karena itu, *soft power* melalui event harus sinkron dengan kebijakan domestik yang konsisten.



Gambar 1. Kinerja Makroekonomi Indonesia.

Sumber: Direktorat Kajian Strategis Deputi Bidang Kebijakan Strategis, Kemenparekraf RI

Berdasarkan bagan kinerja makroekonomi Indonesia, penyelenggaraan KTT ASEAN 2023 di Jakarta memberikan dampak positif yang terukur terhadap sejumlah indikator ekonomi utama. Secara agregat, kegiatan ini diproyeksikan meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 0,004 persen atau setara dengan Rp763,95 miliar. Peningkatan PDB tersebut mencerminkan adanya efek pengganda (*multiplier effect*) dari aktivitas ekonomi yang timbul selama penyelenggaraan KTT, terutama melalui belanja pemerintah, konsumsi peserta, serta keterlibatan berbagai sektor pendukung seperti akomodasi, transportasi, dan jasa penyelenggaraan acara.

Secara keseluruhan, bagan tersebut menegaskan bahwa penyelenggaraan KTT ASEAN 2023 di Jakarta tidak hanya berfungsi sebagai forum diplomasi regional, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap kinerja makroekonomi nasional. Dampak positif terhadap PDB, konsumsi, investasi, serta stabilitas inflasi memperkuat argumen bahwa event MICE berskala internasional dapat menjadi instrumen strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus memperkuat posisi Indonesia dalam diplomasi kawasan.

Syarat Keberhasilan dan Hambatan

Syarat Keberhasilan:

- 1) Kesiapan Infrastruktur MICE: *venue*, akses transportasi, konektivitas internasional, standar pelayanan. Fasilitas seperti ITDC Nusa Dua menjadi model pusat MICE unggulan dan perlu direplikasikan pada destinasi lain untuk distribusi manfaat (Priyana & Sulistyawati, 2025).
- 2) Kemudahan Akses dan Kebijakan Keimigrasian: *visa on arrival*, pengecualian visa, dan prosedur kedatangan yang efisien meningkatkan partisipasi delegasi internasional. Studi menunjukkan kebijakan keimigrasian yang ramah mendorong pertumbuhan MICE.

- 3) Koordinasi Lintas Sektor: sinergi Kementerian/Lembaga (Kemenparekraf, Kemenlu, pemerintah daerah), swasta (hotelier, *event organizer*), dan masyarakat lokal diperlukan untuk menyelaraskan tujuan ekonomi-kultural dan diplomasi. (Kemenparekraf, 2023)
- 4) Strategi Komunikasi dan Media Relations: membangun narasi yang konsisten dan menarik bagi audiens internasional, serta pengelolaan crisis communication bila muncul isu negatif.

Hambatan:

- 1) Fragmentasi Kebijakan dan Kapasitas Daerah: perbedaan kapasitas antara destinasi inti (Bali dan Jakarta) dan daerah baru (Labuan Bajo) menimbulkan tantangan logistik dan kualitas layanan.
- 2) Risiko Reputasi: isu lingkungan, hak asasi, atau masalah keamanan saat event dapat mengurangi efek *soft power* jika tidak diantisipasi.
- 3) Efek Temporal vs Sustained Impact: event menciptakan lonjakan eksposur tetapi efek jangka panjang bergantung pada program *follow-up* (promosi lanjutan, pengembangan produk, investasi).

Transformasi Digital dan Pasca-Pandemi: Hybrid Events & Jangkauan

Pandemi COVID-19 mempercepat digitalisasi dalam MICE: konferensi hybrid dan platform digital memperluas jangkauan peserta tanpa batasan geografis. Indonesia yang mengembangkan kapabilitas *hybrid event* dapat menjangkau audiens global lebih luas, menyebarkan narasi diplomasi pariwisata di luar event fisik, serta menurunkan hambatan partisipasi. Inovasi digital ini juga menambah dimensi *soft power* melalui konten budaya yang dapat diakses global. Namun, digitalisasi tidak menggantikan pengalaman langsung yang tetap penting untuk membangun hubungan interpersonal.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

MICE, dan secara khusus penyelenggaraan KTT ASEAN, memiliki potensi besar sebagai instrumen *soft power* dalam diplomasi pariwisata Indonesia. Rangkaian KTT ASEAN 2023 yang tersebar di Labuan Bajo, Yogyakarta, dan Jakarta memberikan contoh konkret bagaimana *event* multilateral dapat menggabungkan tujuan ekonomi, promosi budaya, dan diplomasi publik. Mekanisme pengaruh meliputi eksposur media, jejaring antar-elit, pameran budaya, demonstrasi kapasitas infrastruktur, dan pengalaman pribadi delegasi — semua berkontribusi pada pembentukan persepsi internasional. Namun, potensi tersebut hanya terwujud penuh jika didukung oleh kesiapan infrastruktur, kebijakan akses, koordinasi lintas sektor, dan strategi

pasca-event yang mengkonversi eksposur temporer menjadi engagement jangka panjang. Untuk itu, rekomendasi kebijakan terfokus pada integrasi lintas lembaga, penguatan infrastruktur, kemudahan akses, pengelolaan reputasi, dan monitoring non-ekonomi perlu diimplementasikan agar MICE dapat menjadi instrumen diplomasi yang berkelanjutan dan efektif.

DAFTAR REFERENSI

- Antara News. (2023). Tingkat hunian hotel di Labuan Bajo mencapai 100 persen selama KTT ASEAN. <https://en.antaranews.com/news/280962/labuan-bajos-hotel-occupancy-reaches-100-percent-during-asean-summit>
- AP News. (2023). An orangutan, chirping birds and a waterfall at ASEAN venue contrast to Jakarta's pollution outside. <https://apnews.com/article/asean-jungle-reception-jakarta-convention-center-273d65d78dfc551a954d6f33765d6292>
- ASEAN. (2023). Chairman's statement of the 43rd ASEAN Summit, Jakarta, Indonesia, 5 September 2023. <https://asean.org/wp-content/uploads/2023/09/CHAIRMAN-STATEMENT-OF-THE-43RD-ASEAN-SUMMIT-FIN.pdf>
- Cull, N. J. (2009). Public diplomacy: Lessons from the past. Los Angeles, CA: Figueroa Press.
- Ghaffara, J., Currie, G., & Rahmitasari, N. (2018). Factors influencing MICE tourism development in Pulau Seribu, Jakarta, Indonesia. *Tourism Research Journal*, 2(2), 2598–9839.
- Jackson, R., & Sørensen, G. (2012). Pengantar studi hubungan internasional: Teori dan pendekatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). (2023). ASEAN Tourism Forum 2023 hadirkan ministerial meetings hingga TRAVEX. <https://mice.kemenparekraf.go.id/news/b515130a-be33-4894-a67a-6044352adad2>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). (2023). Dampak penyelenggaraan KTT ASEAN 43 Jakarta. <https://tasransel.kemenparekraf.go.id/kajian-dampak-penyelenggaraan-ktt-asean-43-jakarta/show>
- Komdigi. (2023). KTT ke-42 ASEAN perkuat Labuan Bajo sebagai destinasi MICE. <https://en.antaranews.com/news/280962/labuan-bajos-hotel-occupancy-reaches-100-percent-during-asean-summit>
- Melissen, J. (2015). The new public diplomacy: Soft power in international relations. New York, NY: Palgrave Macmillan.

- Morgenthau, H. J., & Thompson, K. W. (2010). Politik antarbangsa. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nye, J. S. (2004). Soft power: The means to success in world politics. New York, NY: PublicAffairs.
- Prianata, A. P., & Sulistyawati, A. (2025). The excellence of ITDC Nusa Dua Bali as a world-leading MICE tourism venue. *Journey Journal*, 1(8), 25–36.
- Rahayu, D. S. (2021). Implikasi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016–2025 dalam pengembangan project Ten New Bali's Indonesia. *Dauliyah Journal*, 6(2), 249–278.
- Setkab. (2023). Promosi pariwisata Labuan Bajo dalam balutan KTT ke-42 ASEAN. <https://setkab.go.id/promosi-pariwisata-labuan-bajo-dalam-balutan-ktt-ke-42-asean/>
- Simanjuntak, R. T. (2015). Efektivitas nation branding “Wonderful Indonesia” sebagai strategi diplomasi pemerintah Indonesia 2011–2018. *Jurnal Cakrawala*, E-ISSN 2655-1969.