

**STRATEGI NATION BRANDING INDONESIA
MELALUI INTERNATIONAL ESPORTS FEDERATION
(IESF) CHAMPIONSHIP 2022 DI BALI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun oleh :

INDAH LIFE STACIA SARAGIH

NIM. 07041282126065

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDERALAYA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

"STRATEGI NATION BRANDING INDONESIA MELALUI INTERNATIONAL ESPORTS FEDERATION (IESF) CHAMPIONSHIP 2022 DI BALI"

SKRIPSI

Disusun oleh:

INDAH LIFE STACIA SARAGIH
07041282126065

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing pada Tanggal 22 Mei 2025

Pembimbing I

Tanda Tangan

Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003



Pembimbing II

Tanda Tangan

Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA
NIP. 199408152023212040



Disetujui oleh,
Ketua Jurusan

Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

STRATEGI NATION BRANDING INDONESIA MELALUI INTERNATIONAL ESPORTS FEDERATION (IESF) CHAMPIONSHIP 2022 DI BALI

SKRIPSI

INDAH LIFE STACIA SARAGIH
07041282126065

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 15 Mei 2025
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI

Sofyan Effendi, S.IP., M.Si.
Pembimbing Utama



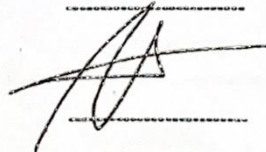
Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA.
Pembimbing II



juliantina, S.S., M.S
Ketua Penguji



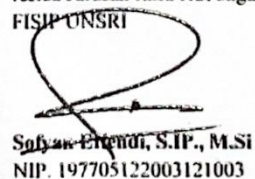
Muh Nizar Sohyb, S.IP., M.A.
Anggota Penguji



Mengetahui,



Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional
FISIP UNSRI



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Life Stacia Saragih

N I M : 07041282126065

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Nation Branding Indonesia Melalui International Esports Federation (IESF) Championship 2022 di Bali” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 03 Mei 2025



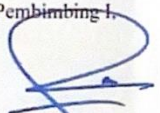
Indah Life Stacia Saragih
07041282126065

ABSTRAK

Penyelenggaraan IESF Championship 2022 di Bali menjadi momentum strategis bagi Indonesia dalam memperkuat nation branding melalui sektor esports. Ajang ini memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk menunjukkan kapasitas sebagai tuan rumah event internasional sekaligus membangun citra positif di mata komunitas global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi nation branding Indonesia melalui penyelenggaraan IESF Championship 2022, menggunakan metode deskriptif kualitatif. Landasan analisis mengacu pada konsep nation branding Simon Anholt yang mencakup enam dimensi utama: Tourism, Exports, Governance, Investment and Immigration, Culture and Heritage, serta People. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia mengoptimalkan keenam dimensi tersebut untuk membentuk citra nasional yang modern, kreatif, dan terbuka terhadap perkembangan global. Melalui pendekatan ini, Indonesia berusaha memperkuat posisinya di ranah esports internasional sekaligus meningkatkan daya tarik pariwisata. Penyelenggaraan IESF Championship 2022 tidak hanya mempertegas kapabilitas Indonesia dalam mengelola event berskala dunia, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap citra negara di berbagai sektor. Penelitian ini juga membuktikan bahwa event internasional berbasis digital seperti esports dapat menjadi instrumen yang efektif dalam diplomasi budaya dan promosi identitas nasional di era globalisasi, sekaligus membuka peluang baru untuk memperluas pengaruh Indonesia di tingkat internasional, khususnya terhadap sektor pariwisata yang tercermin dari meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara pada akhir tahun 2022.

Kata kunci: Nation Branding, Esports, IESF Championship 2022, Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Pembimbing I,


Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

Pembimbing II,


Maudy Noor Fadhli, S.Hub.Int., MA
NIP. 199408152023212040

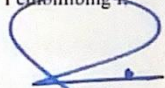


ABSTRACT

The IESF Championship 2022 in Bali marked a strategic opportunity for Indonesia to enhance its nation branding through the esports sector. The event enabled Indonesia to demonstrate its capacity to host international events and to project a positive image to the global community. Nation branding efforts were analyzed using Simon Anholt's framework, which includes six dimensions: Tourism, Exports, Governance, Investment and Immigration, Culture and Heritage, and People. Indonesia effectively leveraged these dimensions to cultivate a modern, creative, and globally engaged national image. Through this approach, Indonesia not only strengthened its presence in the international esports landscape but also boosted its tourism appeal. The successful organization of the IESF Championship 2022 underscored Indonesia's ability to manage world-class events and contributed significantly to improving its image across multiple sectors. Furthermore, the event highlighted the growing role of digital-based international events like esports as instruments of cultural diplomacy and national identity promotion in the era of globalization. The impact of these efforts was reflected in the notable increase in international tourist arrivals by the end of 2022, demonstrating the broader potential of esports to support national branding and expand Indonesia's global influence.

Keywords: Nation Branding, Esports, IESF Championship 2022, Foreign Tourist Visits

Pembimbing I.



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

Pembimbing II.



Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA
NIP. 199408152023212040



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya, sehingga peneliti dapat diberi kekuatan dalam menyelesaikan skripsi yang memungkinkan saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya. Penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari berbagai tantangan dan proses pembelajaran yang berharga. Saya menyadari bahwa pencapaian ini tidak dapat diraih tanpa bantuan, dukungan, serta doa dari banyak pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus, Bapa yang senantiasa hadir dalam setiap langkah saya, memberikan kekuatan, hikmat, serta kesempatan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
4. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si., selaku Ketuaa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA selaku Dosen Pembimbing saya, yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, dan mendampingi saya selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Juliantina, S.S., M.S dan Bapak Muh Nizar Sohyb, S.IP., M.A. selaku dosen pembahas yang telah memberikan masukan, serta kritik yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Ir. H.Abdul Nadjib,MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang membantu saya selama proses perkuliahan.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Hubungan Internasional FISIP Unsri yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta dukungan selama masa studi saya hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

9. Teristimewa kepada kedua orang tua saya, terima kasih atas doa, dukungan, dan kepercayaan yang terus kalian berikan. Tanpa kehadiran dan semangat dari kalian, perjalanan ini tidak akan mudah untuk saya lalui. Kalian jadi alasan kenapa saya terus maju, bahkan saat rasanya ingin berhenti. Terima kasih sudah menjadi tempat berpulang, tempat cerita, tempat doa-doa yang tidak pernah berhenti mengalir.
10. Untuk kembaran saya, adikku tercinta, terima kasih sudah menjadi tempat saya bercerita, menangis, dan melepas lelah di tengah proses yang nggak mudah ini. Kamu jadi bagian penting dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini, walau mungkin tanpa kamu sadari. Terima kasih sudah hadir dengan caramu sendiri, selalu bisa dipercaya. Saya doakan semoga jalan kamu selalu dipenuhi kebaikan, dan bisa tumbuh jadi pribadi yang kuat dan bahagia, apa pun pilihan hidupmu nanti.
11. Sahabat dari masa SMA saya, Theresia Margaretha dan Astrid Monica, yang tetap jadi tempat paling aman meski waktu dan jarak sudah banyak berubah. Terima kasih sudah jadi ruang buat saya bercerita, mengeluh, menangis, dan merasa cukup didengar. Kalian hadir di titik-titik paling rapuh dalam hidupku saat kuliah terasa berat, saat hati sedang kacau, dan saat mulai kehilangan arah. Saya harap kita terus berjalan bersama, saling menguatkan, dan tetap jadi rumah satu sama lain, apa pun bentuk hidup yang menunggu di depan.
12. Sahabat Peh Teknik yang selalu setia menemani dari awal perkuliahan hingga skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi tempat berbagi lelah, tawa, dan segala drama tugas yang tidak ada habisnya, terima kasih atas kebersamaan dan persahabatannya. Dari berbagai deadline tugas selama perkuliahan, sampai momen-momen panik bersama, kalian selalu berhasil mengubah stres menjadi semangat dan kesulitan menjadi cerita. Tanpa kalian, kehidupan kuliah ini pasti jauh lebih berat dan sepi.
13. Teman-teman Angkatan 2021 kelas B yang telah menjadi teman perjalanan selama masa perkuliahan, terima kasih atas kebersamaan yang tak terlupakan. Kalian adalah bagian dari cerita saya.
14. Untuk RRQ, tim Mobile Legends favoritku yang meskipun belum pernah juara, terima kasih telah menjadi hiburan yang menyenangkan setiap kali saya mengalami tekanan dan stres selama masa studi. Kegigihan kalian yang tak pernah menyerah, walau hampir terus menang tapi belum sampai puncak, menjadai pengingat dan motivasi buat aku bahwa proses dan perjuangan itu lebih penting daripada hasil akhir.

15. Untuk diriku, terima kasih sudah tetap bertahan meski diiringi lelah dan sedih. Terima kasih untuk kesabaran dan keberanian yang selalu kamu bawa. Berbahagialah selalu dimanapun berada, indah. Ingat setiap langkah perjalanan mu ini adalah bukti kekuatan, dan bahwa perjalanan ini belum selesai masih banyak yang bisa kau Jalani.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dan sangat mengapresiasi setiap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penulisan ini ke depannya. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi untuk kajian selanjutnya.

Indralaya, 26 Mei 2025

Indah Life Stacia Saragih
NIM: 07041282126065

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kerangka Konseptual.....	19
2.2.1 Nation Branding.....	19
2.3 Alur Pemikiran.....	25
2.4 Argumentasi Utama.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Definisi Konsep.....	28
3.3 Fokus Penelitian.....	28
3.4 Unit Analisis.....	32
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.5.1 Jenis Data.....	32
3.5.2 Sumber Data.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	34
3.8 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	37
4.1 Sejarah dan Perkembangan Esports di Indonesia.....	37
4.2 INTERNATIONAL ESPORTS FEDERATION.....	42
4.2.1 Sejarah IESF Championship.....	45
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
5.1 <i>Cultural and Heritage</i>	48
5.2 <i>People</i>	55
5.3 <i>Tourism</i>	60
5.4 <i>Government</i>	65

5.5 <i>Brand Exports</i>	69
5.6 <i>Investment and Immigration</i>	72
BAB VI PENUTUP	76
6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Jumlah Keanggotaan International eSports Federation.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2019-2022	2
Gambar 1. 2 Grafik Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Bali Tahun 2019-2022	5
Gambar 2. 1 Bagan Alur Pemikiran.....	25
Gambar 4. 1 Logo IESF	42
Gambar 4. 2 Struktur International Esport Federation.....	43
Gambar 5. 1 Konferensi Pers PBESI.....	50
Gambar 5. 2 Pembukaan IESF 14th World E-sports Championship 2022	51
Gambar 5. 3 Maskot IESF Bali, Mana, Waci, dan Kayi.....	52
Gambar 5. 4 Kunjungan SMA N 1 Sukawati Ramaikan IESF	58
Gambar 5. 5 Pertandingan Terpopuler di IESF Championship	62
Gambar 5. 6 Stage Mediatalk Sebagai Salah Satu Stage Outdoor	63
Gambar 5. 7 Statistik Vaksinasi di Bali Tahun 2022.....	68

DAFTAR SINGKATAN

AS	: Amerika Serikat
AVGI	: Asosiasi Olahraga Video Games Indonesia
BPS	: Badan Pusat Statistik
Covid-19	: <i>Coronavirus Disease 2019</i>
CS:GO	: <i>Counter-Strike: Global Offensive</i>
E-Sport	: Elektronik Sport
EWCF	: <i>Esports World Cup Foundation</i>
GAISF	: <i>Global Association of International Sports Federations</i>
IESF	: <i>International Esports Federation</i>
IESPA	: <i>Indonesia Esports Association</i>
KONI	: Komite Olahraga Nasional Indonesia
MOBA	: <i>Multiplayer Online Battle Arena</i>
OGA	: <i>Online Gamers Association</i>
PBESI	: Pengurus Besar Esports Indonesia
PUBG	: <i>Player Unknown's Battlegrounds</i>
RRQ	: <i>Rex Regum Qeon</i>
TAFISA	: <i>The Association For International Sport for All</i>
UMKM	: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
WCG	: <i>World Cyber Games</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian di PBESI	84
Lampiran 2. Transkrip Wawancara PBESI.....	85
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara.....	93

BAB I

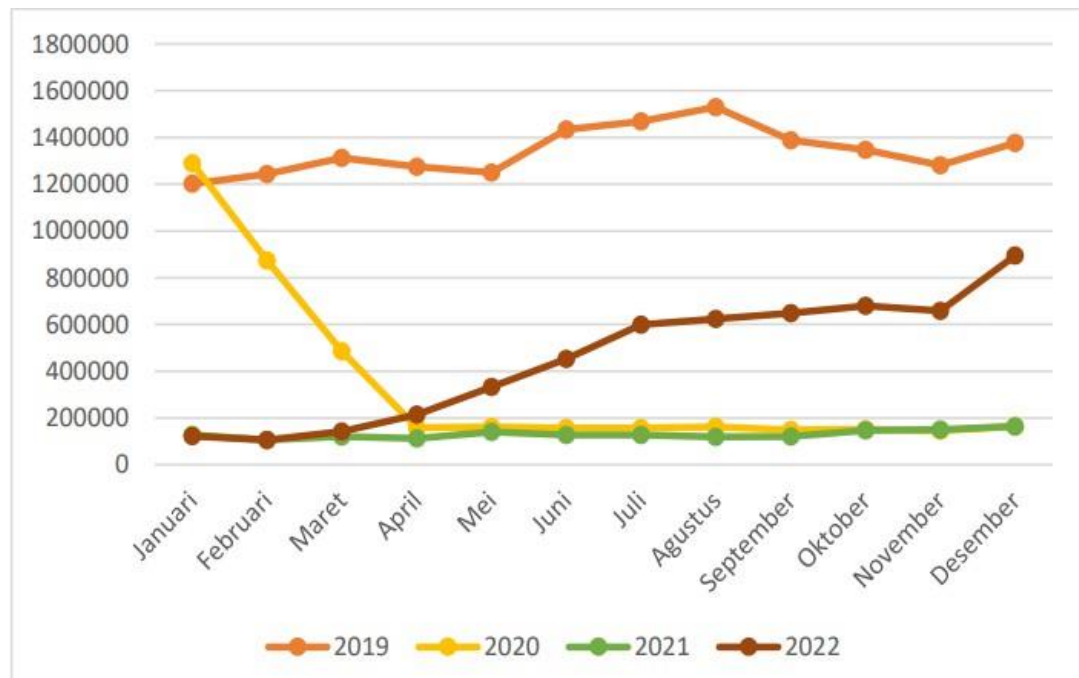
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia yang berkontribusi besar terhadap pendapatan negara dan penciptaan lapangan kerja. Dengan kekayaan alam dan budaya yang beragam, Indonesia menjadi destinasi favorit bagi wisatawan mancanegara (Hasibuan, 2023). Namun, kebergantungan terhadap arus kunjungan wisatawan membuat sektor ini sangat rentan terhadap gejolak global, salah satunya adalah pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020.

Dampak negatif ini semakin nyata jika melihat data statistik yang menunjukkan penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan mancanegara selama pandemi Covid-19. Dimana berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada awal tahun 2020, jumlah wisatawan asing mengalami penurunan sebesar 7,62 persen, dari 1,37 juta kunjungan pada Desember 2019 menjadi 1,27 juta kunjungan. Selain itu, tekanan yang kontras semakin terlihat dalam laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang mencatat penurunan drastis sebesar 89,22 persen dalam jumlah wisatawan mancanegara. Jika pada Agustus 2019 jumlah kunjungan mencapai 1,5 juta wisatawan, maka jumlah tersebut mengalami penurunan drastis hingga hanya mencapai sekitar 164 ribu kunjungan (Anggarini, 2021). Penurunan ini mencerminkan tekanan besar yang dialami sektor pariwisata akibat pandemi, yang tidak hanya berdampak pada pemasukan negara, tetapi juga pada lapangan pekerjaan dan pendapatan masyarakat yang bergantung pada industri pariwisata. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada grafik dan tabel berikut.

Gambar 1. 1 Grafik Kunjungan Wisatawan Mnncanegara ke Indonesia Tahun 2019-2022



Sumber: (Kemenparekraf RI, 2023)

Tabel 1. 1 Daftar Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia

Bulan/Tahun	2019	2020	2021	2022
Januari	1.201.735	1.290.411	126.515	121.978
Februari	1.243.996	872.765	105.788	105.195
Maret	1.311.911	486.155	119.979	142.007
April	1.274.231	158.066	112.756	213.381
Mei	1.249.536	161.842	139.433	333.109
Juni	1.434.103	156.561	126.844	452.995
Juli	1.468.173	155.742	127.249	598.164

Agustus	1.530.268	161.549	118.533	624.256
September	1.388.719	148.984	120.100	648.901
Oktober	1.346.434	142.293	146.137	678.901
November	1.280.781	144.476	150.577	657.269
Desember	1.377.067	164.079	163.619	895.121
Total	16.106.954	4.052.923	1.557.530	5.471.277

Sumber: (Kemenparekraf Indonesia, 2023)

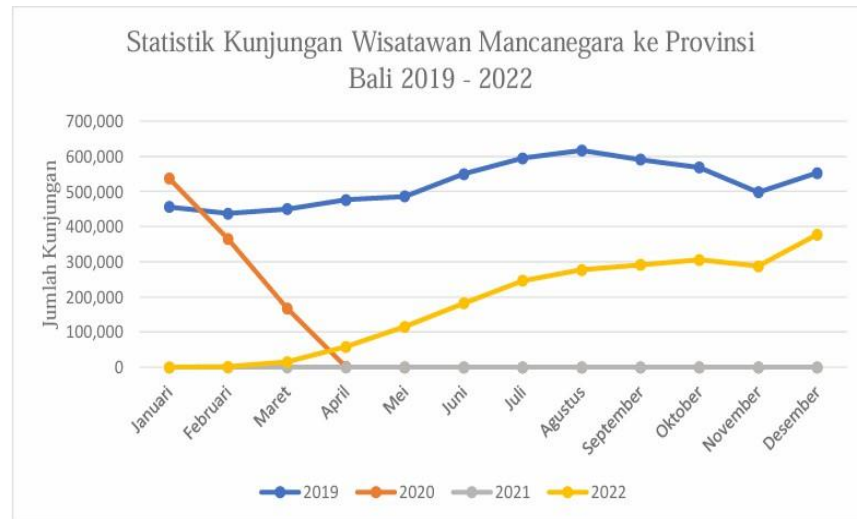
Berdasarkan rincian data di atas, sebelum pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia, yakni pada tahun 2019, terjadi kenaikan kunjungan wisatawan mancanegara di setiap bulannya, walaupun sempat menurun sebanyak 141.549 kunjungan pada bulan September dari bulan sebelumnya, namun kembali naik hingga pada bulan Desember mencapai 1.377.067 kunjungan. Pada bulan April 2020 mulai terjadi penurunan tajam dalam jumlah kunjungan wisatawan, yang dipicu oleh kebijakan Pemerintah Indonesia yang memberlakukan penutupan sementara akses bagi warga negara asing atau turis mancanegara untuk masuk ke wilayah Indonesia. Kebijakan ini mulai diberlakukan sejak 2 April 2020 sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 11 Tahun 2020 tentang Larangan Sementara Orang Asing Masuk Wilayah Indonesia (BBC Indonesia, 2020). Sejak periode April 2020 hingga Desember 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berada pada tingkat yang sangat rendah dan menunjukkan kecenderungan stagnan, sebagaimana terlihat dalam grafik. Tren kenaikan baru mulai tampak kembali pada tahun 2022, diawali pada bulan Januari dengan jumlah kunjungan mencapai 121.978, dan terus meningkat hingga mencapai 895.121 kunjungan pada bulan Desember, berdasarkan data terakhir dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Total kunjungan wisatawan mancanegara sepanjang tahun 2022 tercatat sebanyak 5.471.277 kunjungan. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa

setelah mengalami penurunan tajam pada tahun 2020, terjadi peningkatan jumlah kunjungan yang cukup signifikan mulai tahun 2022.

Adapun penurunan jumlah wisatawan ini sendiri ialah terjadi akibat berbagai faktor, termasuk pembatasan perjalanan internasional, penutupan perbatasan di banyak negara, serta ketidakpastian global terkait penyebaran Covid-19 (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Selain itu, diterapkannya Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 11 Tahun 2020 sebagai langkah antisipatif dalam mencegah dan memutus rantai penyebaran Covid-19 di dalam negeri, turut memberikan dampak yang cukup besar terhadap sektor pariwisata. Dimana hal ini, secara langsung membatasi masuknya wisatawan mancanegara ke Indonesia, terutama destinasi wisata utama seperti Bali.

Bali sebagai salah satu provinsi yang bergantung pada sektor pariwisata, Bali mengalami dampak paling signifikan akibat pembatasan perjalanan Covid-19 dan kebijakan penutupan perbatasan. Merujuk pada data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali dari tahun 2019 hingga 2022, tercatat bahwa pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 6.275.210 kunjungan. Angka tersebut menjadi rekor tertinggi sepanjang sejarah pariwisata di Bali. Namun, capaian ini mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 dengan persentase sebesar -82,96%, sehingga jumlah kunjungan hanya mencapai 1.096.473 akibat pandemi Covid-19. Kondisi ini bahkan memburuk di tahun berikutnya, yakni 2021, dengan penurunan mencapai -100% yang tercermin dari hanya 51 kunjungan wisatawan mancanegara yang tercatat. Meski demikian, pada tahun 2022 terjadi lonjakan signifikan, dengan total kunjungan meningkat menjadi 1.778.471 wisatawan (Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2022).

**Grafik 1. 2 Grafik Kunjungan Wisatawan Mnncanegara ke
Provinsi Bali Tahun 2019-2022**



Sumber : (Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2022)

Dari gambar grafik diatas, maka dapat dilihat saat memasuki awal tahun 2022, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mulai menunjukkan peningkatan. Peningkatan ini didorong oleh diberlakukannya Surat Edaran Nomor 13 Tahun 2022 mengenai Protokol Kesehatan bagi Pelaku Perjalanan Luar Negeri melalui pintu masuk Bali, Batam, dan Bintan selama masa pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), yang dimana peraturan tersebut diberlakukan sebagai uji coba untuk memulihkan pariwisata pada 3 daerah khusus yakni Bali, Batam, dan Bintan (Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2022). Kemudian, berdasarkan hasil uji coba tersebut, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, menyampaikan bahwa pemerintah secara resmi menghapus kewajiban karantina bagi Pelaku Perjalanan Luar Negeri (PPLN) sebagai bentuk respons atas membaiknya situasi pandemi Covid-19 di Indonesia Indonesia (CNN Indonesia, 2022). Meskipun demikian, Presiden Jokowi menegaskan bahwa kewajiban untuk menjalani tes PCR (Polymerase Chain Reaction) bagi PPLN yang baru tiba di

seluruh bandara di Indonesia tetap diberlakukan Indonesia (CNBC Indonesia, 2022).

Pemulihan sektor pariwisata pascapandemi tidak hanya didukung oleh kebijakan pelonggaran aturan perjalanan internasional, tetapi juga dengan adanya berbagai ajang internasional yang dapat dimanfaatkan untuk menarik kembali wisatawan mancanegara. Berbagai event internasional yang digelar di Bali terbukti mampu memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dan pemulihan sektor pariwisata pascapandemi. Salah satu ajang yang dimanfaatkan dalam strategi ini adalah IESF World Esports Championship 2022, yang tidak hanya menjadi kompetisi bergengsi di dunia esports tetapi juga berperan sebagai sarana promosi bagi Indonesia, khususnya Bali, dalam menarik kembali wisatawan mancanegara. Seiring dengan meningkatnya popularitas esports secara global, event ini memiliki potensi besar dalam memperkenalkan Bali kepada audiens internasional melalui sport tourism, yang menggabungkan daya tarik pariwisata dengan kegiatan olahraga.

Dimana pada 19 November 2021, Indonesia resmi ditunjuk sebagai penyelenggara IESF World eSports Championship ke-14 berdasarkan hasil pertemuan di IESF Ordinary General Meeting yang diselenggarakan di Eliat yang dihadiri Delegasi NOC Desra Firza Ghazfan dan Dewan Pembina PBESI Ibnu Riza (Esportsnesia, 2021). Acara ini diselenggarakan, pada 2 sampai 11 Desember 2022. Dimana dalam hal ini, Indonesia mengalahkan enam negara lainnya yang ikut proses bidding yang ingin menjadi tuan rumah dari kompetisi dunia esports selama empat bulan menjalankan proses bidding dilakukan secara formal dengan menyertakan dokumen yang begitu ketat untuk memastikan kejuaraan dunia ini dapat berlangsung secara aman bagi para atlet (Antara, 2021). Hal ini tentunya menunjukkan bagaimana keseriusannya pemerintah dalam mendukung industri esports di Indonesia. Indonesia sebagai tuan rumah, membawakan tema "*Unity in Diversity*" atau persatuan dalam keberagaman, dimana ini

disesuaikan dengan moto dan semboyan Indonesia "Bhinneka Tunggal Ika" . Adapun acara utamanya akan diselenggarakan di kawasan Pariwisata The Nusa Dua yang dikelola oleh PT pengembangan pariwisata Indonesia (Persero) atau Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC). Adapun alasan The Nusa Dua dipercaya sebagai tuan rumah penyelenggara dari event ini dikarenakan The Nusa Dua telah menunjukkan kemampuannya menyelenggarakan event-event internasional 4 lainnya seperti kegiatan side events KTT G20, Bali international fashion week, vespa world days dan masih banyak event-event lainnya (ITDC, 2022).

Hadirnya Indonesia sebagai tuan rumah penyelenggaraan IESF Championship 2022 di Bali tentunya dapat dipandang memberikan Indonesia platform strategis untuk menampilkan nilai budaya, keramahan, serta kemajuan dalam bidang esports di mata dunia. Melalui event ini, Indonesia menunjukkan kemampuan memproyeksikan citra yang tidak hanya berbasis wisata alam dan budaya, tetapi juga sebagai negara yang siap menyambut tren global seperti esports yang diminati generasi muda internasional. Penyelenggaraan event ini bahkan telah berhasil dalam mempromosikan pariwisata, budaya local, dan kapasitasnya dalam menyelenggarakan event global yang kompleks, kepada para peserta, penonton, dan media internasional yang meliput acara tersebut.

Menurut Ketua Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI), Letjen TNI (Purn.) Marciano Norman, pemerintah Indonesia, melalui kepemimpinan Presiden Joko Widodo, berkomitmen untuk membawa lebih banyak event internasional ke Indonesia sebagai bagian dari strategi pemulihan ekonomi pascapandemi. Salah satu upaya tersebut diwujudkan dengan menyelenggarakan turnamen esports berskala dunia seperti IESF World Esports Championship 2022. Dengan jangkauan industri esports yang luas dan berkembang pesat, event ini memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk membuktikan kemampuannya sebagai tuan rumah ajang kejuaraan dunia yang

terselenggara dengan baik. Selain itu, penyelenggaraan turnamen ini juga menjadi bagian dari strategi nation branding, di mana Indonesia dapat memperkuat citra positifnya sebagai destinasi yang mampu mengakomodasi industri kreatif dan olahraga digital.

Dalam konteks nation branding, pemanfaatan ajang internasional seperti IESF World Esports Championship 2022 selaras dengan konsep yang dikemukakan oleh Ying Fan (2010), yang menyatakan bahwa nation branding dapat membantu mengubah, meningkatkan, atau memperbaiki citra suatu negara, terutama setelah mengalami krisis seperti pandemi Covid-19. Dengan menjadikan Bali sebagai lokasi turnamen ini, Indonesia tidak hanya menunjukkan kesiapan dalam menyelenggarakan event esports berskala global, tetapi juga memperkenalkan potensi pariwisata, budaya, serta infrastruktur yang mendukung kegiatan internasional.

Di balik pencapaian target serta peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali yang terus mengalami tren positif, pemerintah Indonesia telah mengupayakan berbagai strategi secara maksimal. Oleh sebab itu, penelitian ini berfokus pada upaya nation branding yang dilakukan pemerintah melalui momentum IESF Championship 2022 dalam rangka memulihkan kembali arus kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali yang sebelumnya terdampak oleh pandemi Covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka, dalam penelitian ini rumusan masalah yang akan diteliti oleh peneliti adalah **“Bagaimana Strategi Nation Branding Indonesia Melalui International Esports Federation (IESF) Championship 2022 DI BALI”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penulisan Skripsi ini sendiri ialah untuk dapat

memberikan penjelasan tentang upaya strategi Indonesia untuk membangun Nation Brand dengan menjadi tuan rumah penyelenggaraan IESF Championship, implikasi penyelenggaraan acara tersebut terhadap Nation Branding Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau dasar pemikiran bagi penelitian-penelitian berikutnya yang membahas upaya pemerintah dalam memulihkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali pascapandemi Covid-19 melalui International Esports Federation (IESF) Championship 2022. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan baik bagi penulis maupun pembaca terkait langkah-langkah yang dilakukan oleh pemerintah dalam memulihkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali akibat dampak pandemi Covid-19 melalui International Esports Federation (IESF) Championship 2022.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan Memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait dalam penelitian ini, yakni diantaranya:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat memperdalam pengetahuan serta meningkatkan kemampuan dalam menganalisis isu-isu internasional lainnya, sebagai bentuk penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu penulis dalam menyelesaikan studi S1 Ilmu Hubungan Internasional di

Universitas Sriwijaya dan memperoleh gelar sarjana.

2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dalam kajian Ilmu Hubungan Internasional, yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa, dosen, maupun masyarakat umum sebagai dasar untuk pengembangan penelitian selanjutnya yang lebih mendalam dan sempurna.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau menjadi referensi bagi Pemerintah Indonesia dalam upaya meningkatkan atau memulihkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, baik melalui strategi nation branding yang lebih optimal maupun dalam menangani isu-isu lain yang berkaitan dengan sektor pariwisata nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata dalam Situasi Pandemi Covid -19. *Pariwisata*, Vol. 8 No. 1.
- Anholt, S. (2004). *Brand New Justice: The Upside of Global Branding*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity the new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan: England.
- Anas, (2022, Juli 25). *Game online, digital colonialism, dan lost generation*. Media Indonesia. From <https://mediaindonesia.com/opini/491238/game-online-digital-colonialism-dan-lost-generation>
- Aronczyk, M. (2013). *Branding the Nation the Global Business of National Identity*. London: Oxford University Press.
- Bacas, W. R. (2025, Maret 3). Wawancara Strategi Nation Branding Indonesia Melalui IESF Championship 2022 di Bali. (I. L. Saragih, Interviewer)
- BBC Indonesia. (2020, Maret 22). *Virus corona: Indonesia hentikan semua kunjungan dan transit warga negara asing mulai 2 April*. From <https://www.bbc.com/indonesia>: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51749229>
- Boungie, U. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- BPS RI. (2020). *STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula*. Jakarta: Kencana.
- CNBC Indonesia. (2022, November 20). *Esport Indonesia peringkat 17 dunia, sumbang Rp 30 T setahun*. CNBC Indonesia. From <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221120065129-37-389569/esport-indonesia-peringkat-17-dunia-sumbang-rp-30-t-setahun>
- CNBC Indonesia. (2022, Maret 24). *Aturan Terbaru PPLN: Wajib Tunjukan Tes PCR Negatif 2x24 Jam*. From <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220324080839-4-325510/aturan-terbaru-ppln-wajib-tunjukkan-tes-pcr-negatif-2x24-jam>

- CNN Indonesia. (2022, Maret 07). *Pemerintah Hapus Syarat Tes PCR dan Antigen untuk Perjalanan Domestik*. From <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220307144628-12-767822/pemerintah-hapus-syarat-tes-pcr-dan-antigen-untuk-perjalanan-domestik>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- Denzin, N. K. (2012). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. (2022). *DATA STATISTIK*. Bali: Bali Government Tourism Office.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. (2022). *DATA STATISTIK*. Jakarta: Dinas Pariwisata Provinsi Bali. doi:disparda.baliprov.go.id: <https://disparda.baliprov.go.id/category/data-statistik/>
- Dinnie, K. (2011). *City Branding: Theory and Cases*. New York: Palgrave Macmillan.
- Dnnie, K. (2015). *Nation Branding Concepts, Issues, Practice*. London: Routledge.
- Eportsnesia. (2021, November 19). *Indonesia Resmi Jadi Tuan Rumah IESF Esports World Championship Ke-14 2022*. From <https://esportsnesia.com/aktual/indonesia-tuan-rumah-iesf-esports-world-championship-14-2022/>
- Ermann, U., & Hermanik, K. J. (2017). *Branding the Nation, the Place, the Product*. London: Routledge.
- Esports Charts. (2022, Desember 22). *IESF World Championship 2022 has attracted a record number of viewers thanks to mobile game*. From <https://escharts.com/news/iesf-world-championship-2022-has-attracted-record-number-viewers-thanks-mobile-games>
- Fan, Y. (2006). Branding the nation: What is being branded? *Journal of vacation marketing Vol. 12 No. 1*.
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy Vol. 6*.
- Fitriani, E. (2022, Desember 6). *Industri Gim Lokapala Raih Investasi dari Greenwillow US\$ 3 Juta*. From <https://investor.id/business/315463/industri-gim-lokapala-raih-investasi-dari->

greenwillow-us-3-juta

- Galih. (2022, Desember 7). *Lokapala Dapatkan Investasi 3 Juta Dollar, Siap Tuju Global*. From <https://hybrid.co.id/>: <https://hybrid.co.id/post/lokapala-dapatkan-investasi-3-juta-dollar-siap-tuju-global/>
- Garudaku ESI. (2022, Desember 23). IESF 14th World Esports Championships Bali 2022 Opening Ceremony. *Youtuhbe*. Bali, Indonesia: Garudaku ESI.
- Glenniza, D. (2020, Oktober 13). *Bermain Video Game dan eSport Tak Sama dengan Olahraga*. From <https://sport.detik.com/aboutthegame/>: <https://sport.detik.com/aboutthegame/pandit/d-3078400/bermain-video-game-dan-esport-tak-sama-dengan-olahraga>
- Global Market Insights. (2024). *Esports Market Size*. New York: Global Market Insights.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research Vol. 27 No. 2*.
- Hasan, M. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, M. I. (2023). KONTRIBUSI SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PEREKONOMIAN NASIONAL. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Volume 8, No. 2*.
- Hutchins, B. (2014). *Signs of meta-change in Signs of meta-change in second modernity: The growth of e-sport and the World Cyber Games*. London: SAGE Publications.
- IESF. (2025). 146 MEMBER FEDERATIONS. From <https://iesf.org/>: <https://iesf.org/members/>
- IESF. (2025). *IESF Events*. From <https://iesf.org/>: <https://iesf.org/events/>
- IESF. (2025). *INTERNATIONAL ESPORTS FEDERATION*. From <https://iesf.org/>: <https://iesf.org/about-us/>
- IESF. (2025). *INTERNATIONAL ESPORTS FEDERATION*. From <https://iesf.org/>: <https://iesf.org/>
- ITDC. (2022, Desember 3). *Indonesia Esports Summit Resmi Dibuka, Diselenggarakan di The Nusa Dua ITDC*. From <https://www.itdc.co.id/>: Indonesia Esports Summit Resmi Dibuka, Diselenggarakan di The Nusa Dua ITDC
- Jenny, S. E. (2016). Virtual (ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of Sport. *Quest Vol.69 Issues 1*.
- Journey, S. (2022, Desember 12). *Diundang, 192 Warga Suksma Ramaikan Acara IESF*

- Bali 2022. From <https://sma1-sukawati.sch.id/>: <https://sma1-sukawati.sch.id/berita/63965e3e3037397d1a000262/diundang-192-warga-suksma-ramaikan-acara-iesf-bali-2022?p=10>
- Kemenparekraf Indonesia. (2023). *Lampiran Tabel Laporan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan 2022*. Jakarta: Kemenparekraf Indonesia. From kemenparekraf.go.id.
- Kemenparekraf RI. (2023). *Lampiran Tabel Laporan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Desember 2022*. Jakarta: Kemenparekraf RI
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021, Agustus 24). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. From <https://www.kemenparekraf.go.id/>: <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>
- Kemenpora RI. (2022, Desember 2). *Menpora Amali Buka Kejuaraan Dunia Esport ke-14 tahun 2022 di Bali*. From <https://www.kemenpora.go.id/>: <https://www.kemenpora.go.id/detail/2922/>
- Kompas. (2022, November 3). *IESF dan PBESI Paparkan Desain Besar Kejuaraan World Championship 2022 di Bali*. From <https://www.kompas.com/>: https://foto.kompas.com/photo/read/2022/03/11/1646999912509/IESF-dan-PBESI-Paparkan-Desain-Besar-Kejuaraan-World-Championship-2022-di-Bali#google_vignette
- Kretchmar, R. S. (2005). *Practical philosophy of sport and physical activity*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Kumparan SPORT. (2018, Agustus 4). *Sejarah eSports Indonesia: Dari Warnet Menuju Panggung Dunia*. Retrieved from <https://kumparan.com/kumparansport/sejarah-esports-indonesia-dari-warnet-menuju-panggung-dunia-1533295225512>. From <https://kumparan.com/>: <https://kumparan.com/kumparansport/sejarah-esports-indonesia-dari-warnet-menuju-panggung-dunia-1533295225512257378>
- Kurniawan, F. (2019). Esport dalam Fenomena Olahraga Kekinian. *Jurnal Olahraga Prestasi (JORPRES) Vol. 15*.
- Mari, M., & Misiani, M. (2017). Cultural Products and National Image: The Role of Cultural Diplomacy in Enhancing National Identity. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Vol.6*. From Mari, M., & Misiani, M. (2017). . *Jurnal Ilmu Sosial*

- dan Humaniora, 6(1), 45-58.
- Mary, M., & Peter, M. (2017). Applying Anholt's National Branding Model: The Case of Kenya. *Business and Economics Journal Vol.8 Issue 4*.
- Mileneo, Muhammad. (2024, Oktober 7). *Dari hiburan ke ekonomi kreatif, esports makin menggairahkan pertumbuhan industri gim Indonesia*. From <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/10/07/dari-hiburan-ke-ekonomi-kreatif-esports-makin-menggairahkan-pertumbuhan-industri-gim-indonesia>
- Miles, M., Huberman, B., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publications.
- Nyoman, C. W. (2020). Aksiologi Esport sebagai Olahraga Non Fisik di Indonesia. *Jurnal SPORTIF. Jurnal Penelitian Pembelajaran Vol. 6, No. 3*.
- Saroji, A. (2021). SEJARAH EVOLUSI GENERASI INTERNET. *Jurnal Lani:Kajian Ilmu Sejarah & Budaya Vol.2 No.2*.
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. (2022). *Surat Edaran Nomor 13 Tahun 2022 tentang Protokol Kesehatan Pelaku Perjalanan Luar Negeri Khusus Pintu Masuk Bali, Batam, dan Bintan dalam Masa Pandemi COVID-19*. Jakarta: Satuan Tugas Penanganan COVID-19.
- Steiner, G. A. (1979). *Strategic Planning: What Every Manager Must Know*. New York: Free Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Szondi, G. (2008). *Public diplomacy and nation branding : conceptual similarities and differences*. The Hague: Netherlands institute of international relations Clingendael.
- Tanujaya, P. (2022, Agustus 24). *Turnamen Esports Pertama di Outdoor, Ini Alasan Bali Jadi Tuan Rumah IESF World Championship 2022*. From <https://revivaltv.id/https://revivaltv.id/berita/bali-iesf-world-championship-2022>
- Tempo. (2022, Desember 1). *INDONESIA GELAR IESF WORLD ESPORTS CHAMPIONSHIP 2022 DI BALI*. From <https://www.tempo.co/https://www.tempo.co/digital/indonesia-gelar-iesf-world-esports-championship-2022-besar-besaran-243366>
- UniPin. (2022, November 25). Official roster Indonesia di IESF 14th World Esports Championship 2022. From <https://www.unipin.com/id/article/official-roster-indonesia-iesf-2022>

- Topreneur. (2025, maret 22). *Investasi Arab Saudi: Tiga Raksasa E-sports Indonesia Segera Dapat Suntikan Dana*. From [https://www.topreneur.id/amp/:
https://www.topreneur.id/investasi-arab-saudi-tiga-raksasa-e-sports-indonesia-segera-dapat-suntikan-dana/amp/](https://www.topreneur.id/amp/:https://www.topreneur.id/investasi-arab-saudi-tiga-raksasa-e-sports-indonesia-segera-dapat-suntikan-dana/amp/)
- Viktorin, C., Gienow-Hecht, J., Estner, A., & Will, M. K. (2018). *Nation Branding in Modern History*. London: Berghahn Books.
- Yin, R. K. (2017). *Case Study Research: Design and Methods 5th Edition*. SAGE Publications.
- Yusuf, F. (2022, Desember 2). *Pembukaan Kejuaaan Dunia Esport di Bali*. From [https://www.antaraneews.com/:
https://www.antaraneews.com/foto/3282695/pembukaan-kejuaaan-dunia-esport-di-bali](https://www.antaraneews.com/:https://www.antaraneews.com/foto/3282695/pembukaan-kejuaaan-dunia-esport-di-bali)