

UPAYA INDONESIA MENJADIKAN LABUAN BAJO SEBAGAI DESTINASI MICE INTERNASIONAL TAHUN 2023

Oleh : Klara Novtasya

(email : klara.novtasya5472@student.unri.ac.id)

Pembimbing : Dr. Umi Oktyari Retnaningsih, MA.

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas KM 12,5 Simp. Baru Pekanbaru

ABSTRACT

The implementation of international MICE events provides various benefits for the region or host organizers both from the economic sector and foreign exchange to national branding which can improve the image of the organizers in the international world. This research aims to analyze the strategies and efforts made by the Indonesian government in developing Labuan Bajo as an international MICE (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions) destination in 2023.

The research method used in this study is descriptive qualitative. The data collection method is collected from analyzing documents such as international and national journals, books, official publications, news, twitter and other relevant sources. The theory used is the theory of national branding to explain the government's efforts to make Labuan Bajo a MICE Destination (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions) in 2023 with the level of analysis used is the country.

The study showed that the Indonesian government through the Ministry of Tourism and Creative Economy has launched various programs and initiatives to improve the attractiveness and infrastructure of Labuan Bajo. Some of them are the construction of international standard convention facilities, increasing airport capacity, and intensive promotion through various international media and events. In addition, cooperation with various stakeholders, including the private sector and local communities, is a key factor in realizing these goals.

Keywords: MICE (Meeting, Incentives, Convention, and Exhibitions), Labuan Bajo, ASEAN Summit, Indonesia

PENDAHULUAN

Negara-negara di dunia termasuk Indonesia mulai memfokuskan perhatiannya pada industri pariwisata alam (*eco-tourism*). *Eco-tourism* telah menjadi fokus internasional karena dapat menjadi sumber devisa yang menguntungkan bagi suatu negara karena keuntungan yang diperoleh dari sektor pariwisata meliputi berbagai bidang seperti ekonomi, politik, sosial, hingga budaya.¹

Labuan Bajo merupakan ibu kota dari Kabupaten Manggarai Barat yang terletak di ujung Pulau Flores Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Daerah ini dikelilingi banyak pulau indah serta hamparan laut biru yang membentang luas sejauh mata memandang. Kota Labuan Bajo berlimpah akan potensi wisata alam yang sangat menjual dan dapat memikat hati para wisatawan domestik hingga mancanegara dari berbagai penjuru dunia. Labuan Bajo yang kaya akan wisata bahari menawarkan pengalaman eksklusif untuk wisatawan dapat menikmati keindahan alam yang original dan otentik dengan berbagai kegiatan yang ditawarkan seperti *sailing trip* Pulau Komodo, kegiatan *snorkeling* dan *diving* ditengah laut biru Bajo, serta menikmati keindahan biota laut sang primadona Bajo Pari Manta di Manta Point.² Pengalaman premium tersebut tidak dapat dijumpai di banyak tempat namun wisatawan dapat menikmatinya saat berkunjung ke Labuan

Bajo. Labuan Bajo juga merupakan satu-satunya gerbang menuju Taman Nasional Komodo, rumah bagi habitat langka biawak komodo (*Varanus Komodoensis*). Taman Nasional Pulau Komodo merupakan pusat konservasi dan pengembangan hewan endemik langka komodo yang telah memiliki label global sebagai cagar biosfer dan merupakan warisan dunia oleh UNESCO.

Dalam mengembangkan industri pariwisata di Indonesia, pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia menyediakan industri MICE untuk mempromosikan dan meningkatkan bisnis sektor pariwisata Indonesia.³ MICE sebagai industri baru merupakan kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business* serta merupakan industri yang kompleks karena melibatkan banyak sektor dalam penyelenggaraannya. Kegiatan industri MICE berpeluang besar menciptakan lapangan pekerjaan baru, tidak hanya menciptakan tenaga kerja musiman saja, tetapi juga telah menciptakan pekerjaan yang tetap bagi banyak masyarakat. Pada pelaksanaannya. Kegiatan MICE banyak menggunakan infrastruktur pariwisata, seperti alat transportasi untuk perpindahan peserta dari daerah asal ke daerah tujuan kegiatan MICE, penginapan menggunakan hotel, hingga kunjungan ke objek wisata sebagai pendukung kegiatan bisnis pariwisata MICE.

¹ Rianti, n.d. *Upaya Korea Tourism Organization (KTO) Dalam Mempromosikan Pariwisata Korea di Indonesia*. JOM FISIP. Hal, 9-11.

² Jurnal Flores. 2023. *Menghabiskan Waktu Liburan Bersama Ikan Pari di Manta Point Labuan Bajo-Komodo*. <https://www.jurnalflores.co.id/news/7769265783/menghabiskan-waktu-liburan-bersama-ikan-pari-di->

manta-point-labuan-bajo-komodo diakses paa 08 Maret 2024

³ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2023. *Pariwisata MICE di Indonesia*. <https://mice.kemenparekraf.go.id/news/a46e88a0-dc7b-4583-b45a-1d327ec30ed3> diakses pada 18 Maret 2024

Indonesia menjadi destinasi MICE yang mulai diperhitungkan oleh pasar wisata MICE sebagai tujuan otentik dan menarik. Pencapaian industri MICE di Indonesia telah berhasil dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan besar bertaraf internasional seperti *Asian Games 2018*, *Asian Para Games 2018*, *Annual Meeting INF-World Bank Group 2018*, *Our Ocean Conference 2018*, dan *World Conference on Creative Economy (WCCE) 2018*, serta pada tahun 2022 berhasil melaksanakan *Global Platform for Disaster Risk Reduction (GPDRR)* dan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 di Nusa Dua, Bali. Tentunya hal ini memberikan dampak positif yang sangat besar untuk memberikan perhatian terhadap daerah lain yang juga memiliki potensi dalam menyelenggarakan acara pertemuan.

Indonesia telah menunjukkan minat dan tekad yang kuat untuk menjadikan Labuan Bajo sebagai pusat kegiatan MICE tingkat internasional. Salah satu event MICE berskala internasional yang baru-baru ini sukses digelar di Labuan Bajo, Indonesia adalah KTT Ke-42 ASEAN.⁴ Terpilihnya Indonesia sebagai tuan rumah KTT ASEAN ke-42 pada tahun 2023 dan akan memegang jabatan keketuaan di tahun yang sama membuka peluang Labuan Bajo berkesempatan menjadi tuan rumah perhelatan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke-42, yang dipilih langsung oleh Presiden RI Joko Widodo. Kegiatan ini akan

berlangsung selama tiga hari yang dimulai dari tanggal 9-11 Mei 2023.⁵

Pemerintah Indonesia berusaha mendorong MICE untuk menjadi alternatif mempromosikan pariwisata Indonesia, khususnya Labuan Bajo secara tepat sebagai salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP). Dalam upayanya mempersiapkan Labuan Bajo sebagai destinasi MICE internasional perhelatan KTT ASEAN Ke-42, pemerintah turut mengikutsertakan masyarakat dalam pembangunan dan pengembangan Labuan Bajo. Dari sisi potensi non-fisik, kawasan Pariwisata Labuan Bajo didukung oleh keramahmatan (*hospitality*) masyarakat lokal dengan meningkatkan kapasitas dan kualitas sumber daya manusia dari sisi keterampilan dan *skill*, melalui *upskilling*, *reskilling*, dan *new skilling*. Salah satunya selama ini sudah dilakukan pelatihan-pelatihan dari Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores (BPOLBF) seperti Sekolah Vokasi jangka pendek dengan biaya pemerintah atau *corporate social responsibility* (CSR) hotel-hotel di Labuan Bajo.

Berpegang pada komitmen Indonesia dalam menjadikan Labuan Bajo sebagai destinasi MICE berskala internasional, pemerintah menyatakan komitmen tersebut melalui program pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Labuan Bajo. Program pengembangan KEK Labuan Bajo

⁴ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Destinasi MICE Internasional yang Ada di Indonesia*. <https://www.kemendparekraf.go.id/hasil-pencarian/destinasi-mice-internasional-yang-ada-di-indonesia> diakses pada 22 Februari 2024

⁵ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Siaran Pers KTT ASEAN 2023*:

Personel Polda NTT Mulai Bertolak ke Labuan Bajo Amankan KTT ASEAN. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-ktt-asean-2023-personel-polda-ntt-mulai-bertolak-ke-labuan-bajo-amankan-ktt-asean> diakses pada 25 Januari 2024

merupakan inisiatif pemerintah Indonesia untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dan pengembangan infrastruktur di wilayah Labuan Bajo. Program ini bertujuan guna meningkatkan pembangunan infrastruktur, investasi, dan pengembangan sumber daya manusia di daerah Labuan Bajo. Hal ini akan semakin menegaskan bahwa Labuan Bajo layak disebut sebagai destinasi MICE berskala internasional.

KERANGKA TEORI

Perspektif Pluralisme

Pluralisme adalah sebuah pandangan yang mengakui keberagaman aktor, kepentingan, dan ideologi dalam sistem internasional. Perspektif ini menyatakan bahwa hubungan internasional bukan hanya sekedar hubungan antara negara dengan negara saja. Terdapat juga pola hubungan antara kelompok-kelompok, masyarakat, dan organisasi-organisasi lintas batas internasional atau yang berasal dari negara berbeda dalam hubungan internasional. Terdapat empat asumsi dasar dalam memahami pluralisme, yaitu:⁶

1.) Peranan penting dimiliki oleh aktor non-negara dalam politik internasional baik individu dan kelompok, *Multi-National Corporations* (MNCs), pemerintahan dan non-pemerintahan;

2.) *Unitary actor* atau aktor tunggal bukanlah negara, karena peranan yang sama dimiliki oleh aktor lain seperti halnya negara;

3.) Aktor rasional bukanlah negara. Konflik, kompetisi, dan kompromi antar aktor dalam negara yang selalu mewarnai proses pembuatan kebijakan luar negeri suatu negara;

4.) Masalah-masalah tidak hanya berfokus pada *national security* dan kekuasaan atau *power* tetapi lebih mengacu kepada masalah-masalah seperti ekonomi, lingkungan, dan sosial.⁷

Pluralisme percaya bahwa interaksi berupa kerja sama yang dilakukan oleh aktor negara dan non-negara akan lebih efisien dalam menyelesaikan isu-isu yang terjadi pada masyarakat. Selain itu dengan meyakini akan keberagaman aktor serta interaksi yang terjadi, ilmuwan pluralisme memandang bahwa eksistensi dari aktor-aktor non negara dapat diperhitungkan serta membawa pengaruh yang bermakna dalam sistem internasional.⁸

Secara keseluruhan, perspektif pluralisme membantu menjelaskan bagaimana beragam aktor dan kepentingan berkontribusi terhadap upaya Indonesia dalam menjadikan Labuan Bajo destinasi MICE internasional. Pluralisme menunjukkan bahwa keberhasilan upaya ini tidak hanya bergantung pada kebijakan pemerintah saja, tetapi juga pada dinamika interaksi antara aktor-aktor negara dan aktor non-negara menjadi sangat penting.⁹

⁶ Jackson, Robert. *Review Articles: Pluralism in International Political Theory*. Review of International Studies. Vol, 18. No.3.

⁷ Viotti. Paul R. Kauppi, Mark V. 1993. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism*. New York: Macmillan Publishing Company.

⁸ Mas'ood, Mohtar. 2020. *Isu dan Aktor Politik Luar Negeri*. Sleman: Gadjah Mada University Press.

⁹ Burchill, Scoot. Et al. 2009. *Theories of International Relations*. Palgrave Macmillan.

Level Analisa

Dalam buku yang ditulis Mas'ood, Patrick Morgan mengatakan peringkat analisis dibagi dalam lima golongan, yaitu: individu, perilaku kelompok, negara bangsa, perilaku negara-bangsa, dan sistem internasional atau global.¹⁰ Peringkat analisis adalah sebuah proses menetapkan unit analisa. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tingkat analisis negara-bangsa. Asumsi dasar dari tingkat ini yaitu seringkali negara tidak bertindak sendiri-sendiri melainkan sebagai sebuah kelompok.

Analisis negara bangsa berasumsi bahwa setiap pembuat keputusan, dimanapun berada, akan berperilaku yang sama jika menghadapi situasi yang sama pula. Analisis ini juga difokuskan pada proses pembuatan keputusan tentang hubungan internasional, melalui politik luar negeri suatu negara. Dengan demikian, analisis ini menekankan pada perilaku negara bangsa karena hubungan internasional pada dasarnya didominasi oleh perilaku kedua objek ini. Ditingkat ini, asumsinya adalah semua pembuat keputusan, dimanapun berada, pada dasarnya berperilaku sama apabila menghadapi situasi yang sama.

Teori Diplomasi Publik

Pada buku karya Mark Leonard yang berjudul *Public Diplomacy*, mengatakan bahwa diplomasi publik merupakan sebuah cara untuk membangun hubungan dengan cara memahami kebutuhan, budaya, dan masyarakat; mengkomunikasikan pandangan; membenarkan mispersepsi yang

ada dalam masyarakat internasional; mencari area dimana pemerintah dapat menemukan kesamaan pandangan. Mark menjelaskan bahwa terdapat tiga dimensi pada diplomasi publik yaitu manajemen berita, komunikasi strategis, dan pembangunan hubungan.

Leonard dalam bukunya menjelaskan mengenai tujuan yang dapat dicapai dari diplomasi publik:

- 1.) Meningkatkan rasa familiar masyarakat terhadap suatu negara sehingga masyarakat memikirkan negara tersebut, memperbarui citra negara tersebut, dan membalikkan opini yang kurang menguntungkan terhadap negara tersebut.
- 2.) Meningkatkan apresiasi/penghargaan masyarakat terhadap suatu negara dengan menciptakan persepsi positif dan mengajak masyarakat lainnya untuk melihat betapa pentingnya melihat permasalahan global melalui perspektif yang sama.
- 3.) Mengikutsertakan masyarakat pada suatu negara dengan memperkuat kerjasama dari bidang pendidikan hingga ke hal-hal ilmiah, mengajak masyarakat melihat suatu negara sebagai destinasi menarik untuk wisata, belajar, mengajak masyarakat untuk membeli produk dalam negeri dari negara tersebut dan mengaplikasikan nilai-nilai yang dapat diambil dari negara tersebut.
- 4.) Mempengaruhi masyarakat suatu negara untuk mau berinvestasi, mendukung posisi suatu negara baik di dalam hal politik dan menjadi partner yang menguntungkan.

Diplomasi publik dapat mendukung keberhasilan diplomasi jalur pertama

¹⁰ Mas'ood, Mohtar. 1994. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.

bersama dengan aktor-aktor non-negara. Diplomasi publik bertujuan untuk menumbuhkan opini masyarakat yang positif di negara lain melalui interaksi dengan kelompok-kelompok kepentingan. Diplomasi publik menjadi salah satu alat untuk pengukuhan identitas diri dari suatu negara, atau lebih dikenal sebagai *nation branding*.

Melalui penyelenggaraan MICE internasional KTT ASEAN Ke-42 tahun 2023 di Labuan Bajo, Indonesia dapat memperkenalkan wisata alam, budaya, kuliner Indonesia dan menarik minat masyarakat internasional. Hal ini sesuai dengan tujuan dari diplomasi publik yang dikemukakan oleh Mark Leonard, yaitu mengajak masyarakat internasional melihat Indonesia sebagai destinasi menarik untuk wisata, mempelajari nilai-nilai budaya yang terkandung, dan meningkatkan rasa familiar masyarakat internasional terhadap Indonesia. Selain itu Indonesia dapat memperlihatkan kesiapan Labuan Bajo sebagai tuan rumah acara MICE berskala internasional, melalui kemampuannya dalam menyediakan fasilitas yang kompetitif dan mumpuni untuk acara berskala global, yang berfungsi sebagai instrumen *soft power* di kancah internasional.

Konsep Nation Branding

Sun menyatakan *national branding* sebagai *image* dan reputasi suatu bangsa yang dibangun atas dasar persepsi yang dibentuk dan didefinisikan oleh orang-orang di luar negara tersebut berdasarkan *stereotip*, liputan media, serta pengalaman pribadi.¹¹ Anholt juga turut menyatakan bahwa *nation branding* merupakan cara untuk membentuk persepsi terhadap suatu target kelompok

masyarakat tertentu melalui enam aspek yaitu: pariwisata, ekspor masyarakat, pemerintahan, kebudayaan dan warisan budaya, serta investasi dan imigrasi.¹² Dengan ini *nation branding* dinilai lebih efektif dalam hal membangun citra positif bagi negara dan juga rakyat, serta berfungsi untuk membangun identitas merek suatu negara dan menarik minat wisatawan.

Dalam buku *The New Public Diplomacy*, *nation branding* dilakukan oleh semua negara dengan tujuan untuk menciptakan dan memodulasi reputasi mereka untuk menciptakan loyalitas domestik dan menjadikan promosi dari kekuatan mereka dan menjadi pengaruh bagi negara – negara lainnya. *Nation branding* adalah bagian tak terpisahkan dari diplomasi publik. Keduanya saling melengkapi dan mendukung dalam upaya membangun citra positif suatu negara dimata dunia. Dengan menerapkan strategi *nation branding* yang efektif, Indonesia dapat meningkatkan daya tariknya di mata internasional, memperkuat hubungan diplomatik, dan mencapai tujuan-tujuan strategis lainnya.

Dengan menjadikan Labuan Bajo sebagai destinasi MICE internasional, Indonesia dapat memperkuat *nation branding* sebagai negara yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan negara-negara lain di kawasan. Dengan potensi di bidang pariwisata alam yang sangat memukau, diantaranya termasuk Taman Nasional Komodo, pantai-pantai eksotis, dan kekayaan biota laut, merupakan aspek unik yang tidak dimiliki oleh destinasi MICE lainnya di dunia. Sehingga dalam upaya membangun citra Indonesia sebagai tujuan

¹¹ Sun, Q. 2009. *An Analytical of The Determinants and Outcomes of Nation Branding*. Dissertation for Degree of Doctor of Philosophy. University of North.

¹² Anholt, S. 2011. *Branding New Justice*. The Upside of Global Branding.

destinasi MICE internasional, Indonesia memanfaatkan kesempatan sebagai tuan rumah KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo sebagai salah satu strategi (*nation branding*) dari diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Indonesia dengan misi memperkenalkan keindahan pariwisata serta kebudayaan Labuan Bajo ke kancah internasional.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari berbagai referensi seperti: analisis dokumen-dokumen jurnal internasional dan nasional, buku, terbitan resmi, berita, twitter dan sumber lain yang relevan yang kemudian dipadukan sehingga nantinya dapat diolah untuk melengkapi kebutuhan penelitian. Melihat bahwa dengan menggunakan metode ini penelitian yang akan dilakukan dapat membantu penulis mengenai apasaja upaya pemerintah Indonesia dalam mengupayakan keberhasilan Labuan Bajo sebagai destinasi MICE internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

MICE merupakan produk dari industri pariwisata yang melibatkan komponen bisnis dan rekreasi serta fungsinya yang mencakup berbagai wilayah, dari global hingga lokal. Transformasi Labuan Bajo melalui kegiatan perhelatan KTT ASEAN Ke-42 yang diselenggarakan di Labuan Bajo adalah bukti kesiapan Labuan Bajo sebagai tuan rumah kegiatan MICE kelas internasional. Kedatangan ribuan pengunjung dari seluruh penjuru Asia Tenggara menjadi kesempatan emas Labuan

Bajo memperkenalkan potensi pariwisata yang dimilikinya ke mata internasional. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, sektor swasta, hingga komunitas lokal untuk bersinergi menggabungkan keindahan alam dengan fasilitas kelas dunia untuk menciptakan pengalaman MICE yang luar biasa di Labuan Bajo.

Labuan Bajo terletak di Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata di Indonesia. Labuan Bajo mulai dikenal masyarakat seiring dengan ditemukannya habitat Hewan Komodo yang berada di Taman Nasional Komodo (TNK) daerah Labuan Bajo. Letak Pulau Bajo sendiri berada di sebelah barat Kota Labuan Bajo, dan secara geografis terletak pada posisi 080 derajat 29' 16" LS dan 119 derajat 52' 10" BT. Pulau Bajo sendiri merupakan salah satu dari gugusan pulau-pulau kecil yang berada di sekitar Kota Labuan Bajo dan Kabupaten Manggarai Barat pada umumnya.

Kaya wisata bahari yang otentik dan terkesa premium menjadi kekuatan utama Labuan Bajo dalam bidang atraksi wisata. Kondisi geografis daya tarik pariwisata di Labuan Bajo yang sebagian besar ada pada gugusan pulau-pulau kecil ini menjadi sangat unik. Keberadaaan bukit-bukit di wilayah daratannya juga menjadi kawasan geografis yang menarik. Potensi pariwisata di destinasi pariwisata Labuan Bajo meliputi potensi fisik dan non fisik. dimana potensi fisik yang dimaksud adalah segala sesuatu yang berwujud sehingga dapat disaksikan langsung sebagai daya tarik wisata, sedangkan potensi non fisik yang dimaksud adalah segala sesuatu yang tidak berwujud namun dapat berpengaruh positif dalam mendukung pengembangan pariwisata di destinasi pariwisata Labuan Bajo.

Kawasan Taman Nasional Komodo sebagai daya tarik utama Labuan Bajo memiliki keanekaragaman hayati laut yang kaya, dengan terumbu karang yang indah, kehidupan bawah laut yang melimpah, serta berbagai spesies ikan, penyu, dan mamalia laut seperti lumba-lumba dan paus. Taman Nasional Komodo dikelola dengan standar konservasi yang ketat untuk memastikan bahwa populasi komodo dan ekosistem sekitarnya tetap terlindungi. Keberadaan pulau-pulau kecil di sekitar Labuan Bajo, seperti Pulau Padar dan Pulau Rinca, juga turut menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan, dari pantai berpasir putih hingga bukit-bukit hijau.

Labuan Bajo dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam dengan alam, dengan lingkungannya yang masih alami dan jauh dari perkembangan industri besar, adalah destinasi yang sangat tepat untuk menawarkan pengalaman "*back to nature*." Pulau-pulau kecil yang belum tersentuh, pantai yang sepi, dan hutan-hutan yang masih alami memberikan ruang bagi wisatawan untuk melakukan meditasi atau hanya sekadar beristirahat di alam terbuka. Wisatawan dapat merasakan kedamaian dan ketenangan sambil menikmati pemandangan matahari terbit atau terbenam yang spektakuler, menjelajahi jalur trekking yang menawarkan pemandangan indah, atau hanya duduk di tepi pantai yang tenang tanpa gangguan.

Ekosistem laut yang kaya memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai destinasi ekowisata

Back to nature dan *nomadic tourism* yang dinilai sangat cocok dengan karakteristik Labuan Bajo.

Back to nature merupakan konsep dari kegiatan ekowisata dimana wisatawan melakukan aktivitas yang berkaitan dengan alam. Wisatawan diajak melihat alam dari dekat, menikmati keaslian alam dan lingkungannya sehingga membuatnya tergugah untuk mencintai alam. Dipadukan dengan *nomadic tourism* yang dinilai dapat meningkatkan amenitas dan mempermudah akses bagi wisatawan yang ingin berpindah dari lokasi satu ke lokasi lain dalam rentang waktu yang singkat. Potensi besar yang dimiliki Labuan Bajo terutama dalam hal panorama alam dan wisata bahari tentunya mendorong pengembangan kepariwisataan lebih lanjut.¹³ Melalui konsep serta strategi ekowisata ini diharapkan dapat menjangkau destinasi alam potensial dan mampu mengemas serta menjual wisata berbasis pengalaman, bukan berbasis komoditas pariwisata biasa.¹⁴

Penyelenggaraan MICE di Labuan Bajo: KTT ASEAN Ke-42

Penyelenggaraan Konferensi Tingkat Tinggi ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) merupakan forum penting yang mengumpulkan para pemimpin dari sepuluh negara anggota di Asia Tenggara. Didirikan pada tanggal 8 Agustus 1967 dengan Deklarasi Bangkok, tujuan utama ASEAN adalah untuk mempromosikan kerjasama regional yang erat dan membangun kestabilan politik, keamanan,

¹³ Sugiarto, Antonius. Mahagangga, I Gusti Agung Oka. 2020. *Kendala Pengembangan Pariwisata di Destinasi Pariwisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (Studi Kasus Komponen Produk Pariwisata)*. Jurnal Destinasi Pariwisata. Vol, 8. No, 2.

¹⁴ KOMPAS. 2019. *Labuan Bajo Tawarkan Wisata Konsep Nomadic Tourism, Apa Itu?* <https://travel.kompas.com/read/2019/03/27/170900927/labuan-bajo-tawarkan-wisata-konsep-nomadic-tourism-apa-itu-> diakses pada 19 September 2024

serta kemakmuran ekonomi di kawasan Asia Tenggara. Negara-negara pendiri ASEAN termasuk Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand, yang kemudian diikuti oleh Brunei Darussalam, Vietnam, Laos, Myanmar, dan Kamboja.

Alur proses penunjukkan tuan rumah Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN berdasarkan *The ASEAN Charter* dilakukan melalui sistem rotasi di antara negara-negara anggota ASEAN berdasarkan abjad english. Setiap negara secara bergiliran menjadi tuan rumah, dan penjadwalan ini ditetapkan beberapa tahun sebelumnya melalui diskusi di pertemuan ASEAN. Negara yang akan menjadi tuan rumah mengajukan kesiapannya kepada Sekretariat ASEAN, memastikan bahwa calon tuan rumah memiliki fasilitas dan infrastruktur yang memadai untuk menyelenggarakan acara tersebut. Proses ini memastikan bahwa setiap negara anggota memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi tuan rumah KTT ASEAN.¹⁵

Forum ini menjadi platform penting untuk berbagai inisiatif bersama, seperti penguatan integrasi ekonomi, perlindungan lingkungan, peningkatan kesejahteraan sosial, serta promosi perdamaian dan keamanan di kawasan. Setiap tahun, KTT ASEAN menjangkau berbagai isu strategis dan kebijakan, menghasilkan keputusan bersama dan deklarasi yang memandu kerjasama antarnegara anggota. Melalui KTT ASEAN, para pemimpin mengadakan dialog reguler untuk menyelesaikan masalah masalah yang kompleks dan membangun

konsensus yang kuat untuk mencapai tujuan bersama di Asia Tenggara.

Pada kesempatan ini Labuan bajo berkesempatan menjadi tuan rumah perhelatan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke 42, yang dipilih langsung oleh Presiden Joko Widodo. Kegiatan tersebut berlangsung selama tiga hari yang dimulai dari tanggal 9-11 Mei 2023, salah satu tujuan utama dipilihnya Labuan Bajo sebagai tempat perhelatan KTT ASEAN ke 42 ini diantaranya sebagai upaya pemerintah dalam membentuk *national branding* daerah destinasi pariwisata Indonesia yang berada kepulauan Nusa Tenggara Timur.¹⁶

Di kegiatan KTT ASEAN ke 42 Indonesia mempunyai peranan yang sangat penting dikarenakan keketuaan ASEAN pada tahun 2023 ini dipegang oleh Indonesia, dengan mengusung tema “*ASEAN Matters: Epicentrum of Growth*”. yang bermakna bahwa Indonesia ingin menjadikan ASEAN tetap penting dan relevan bagi masyarakat ASEAN dan dunia. Hal ini karena, Indonesia ingin membawa ASEAN menjadi kawasan yang memiliki peran penting, bagi negara kawasan dan dunia.

Persiapan Labuan Bajo untuk menyambut KTT ASEAN Ke-42 melibatkan banyak stakeholders serta tahapan yang kompleks mulai dari perencanaan awal, pembangunan infrastruktur, hingga promosi wisata. Persiapan dilakukan mulai dari soal agenda diplomasi yang akan diusung, keamanan, sarana dan prasarana, hingga lokasi pariwisata¹⁷ meliputi pembangunan

¹⁵ The ASEAN Charter. 2007. <https://asean.org/wp-content/uploads/images/archive/publications/ASEAN-Charter.pdf> diakses pada 17 Juli 2024

¹⁶ Fauzi, Reza. Witarti, Denik Iswardani. 2023. *NATIONAL BRANDING PARIWISATA LABUAN BAJO*

PADA KONFERENSI TINGKAT TINGGI (KTT) ASEAN KE-42. Jurnal CommLine. Vol, 8. No, 2.

¹⁷ Kompas Pedia. 2023. *KTT ASEAN 2023 dan Kebangkitan Nasional*. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan->

dan perbaikan infrastruktur seperti bandara, jalan, hotel, dan fasilitas umum lainnya. Selain itu, terdapat juga persiapan terkait dengan aspek non-fisik seperti keamanan, transportasi, akomodasi, dan promosi wisata.

Persiapan lain dari segi keamanan dan sarana lainnya antara lain, Divisi Imigrasi di Labuan Bajo telah melangsungkan pemantauan orang asing dan memastikan keamanan daerah disebabkan oleh perkiraan KTT ASEAN yang akan dihadiri oleh 1.000 hingga 1.500 tamu asing. Sementara dari segi sarana, juga telah dibangun infrastruktur telekomunikasi berbasis jaringan 4G dan 5G. Infrastruktur telekomunikasi untuk penyelenggaraan KTT ASEAN 2023 telah siap 94 persen. Akan ada 1.635 unit *base transceiver station* (BTS) untuk jaringan 4G dan tiga unit BTS untuk jaringan 5G. Semua persiapan ini dilakukan secara terintegrasi dan melibatkan berbagai pihak, mulai dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, hingga masyarakat setempat.

Rangkaian KTT ke-42 ASEAN 2023 akan menghadirkan delapan *Leaders*, ditambah Sekjen ASEAN dan Perdana Menteri Timor Leste, untuk membahas sejumlah isu kepentingan bersama ASEAN.¹⁸ Para Pemimpin ASEAN akan mulai membahas sejumlah isu penting dalam rangka mendorong kawasan ASEAN yang lebih kuat dalam menghadapi tantangan, serta memperkuat ketahanan ekonomi ASEAN. Upaya ini sejalan dengan tema yang diusung dalam Keketuaan Indonesia *ASEAN Matters: Epicentrum of Growth*. Selama dua hari penyelenggaraan KTT ke-42 ASEAN pada 10 hingga 11 Mei 2023 akan diadakan

delapan pertemuan. Dari delapan pertemuan tersebut, lima pertemuan akan digelar di hari pertama, sedangkan tiga pertemuan lainnya digelar di hari kedua.

Adapun rangkaian kegiatan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ke-42 ASEAN 2023 pada Senin, 8 Mei 2023 dengan agenda pertemuan Pejabat Senior ASEAN (*ASEAN Senior Officials' Meeting/SOM*). Pertemuan ini dipimpin oleh Direktur Jenderal Kerja Sama ASEAN Kementerian Luar Negeri RI, Sidharto Reza Suryodipuro yang juga sebagai *ASEAN SOM Leader* Indonesia. Berlangsung di *The Golo Mori Convention Center* di kawasan MICE Golo Mori, Kecamatan Komodo, Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur (NTT). Pertemuan SOM membahas sejumlah hal termasuk prioritas Keketuaan Indonesia di ASEAN pada 2023 serta persiapan penyelenggaraan rangkaian pertemuan tingkat Menteri Luar Negeri (Menlu) negara-negara ASEAN dan KTT ke-42 ASEAN 2023 hal ini disampaikan oleh Teuku Faizasyah, Juru Bicara Kementrian Luar Negeri.

Di hari pertama semua pertemuan akan dipimpin oleh Bapak Presiden Indonesia Joko Widodo, sementara di hari kedua, tiga pertemuan, dua diantaranya dipimpin oleh Bapak Presiden. Sementara satu pertemuan lainnya secara rotasi saat ini memang akan dipimpin oleh Perdana Menteri Malaysia. Pertemuan hari pertama KTT ke-42 ASEAN 2023 pada Rabu 10 Mei 2023, yang dipimpin oleh Presiden Joko Widodo berlangsung di Hotel Meruorah, Labuan

[topik/ktt-asean-2023-dan-kebangkitan-global](#) diakses pada 19 September 2024

¹⁸ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2023. *KTT Ke-42 ASEAN Diawali Pertemuan Pejabat*

Senior.

<https://kemlu.go.id/portal/id/read/4680/berita/ktt-ke-42-asean-diawali-pertemuan-pejabat-senior> diakses pada 18 Juli 2024

Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT).

Adapun pertemuan yang dipimpin oleh Presiden Jokowi di antaranya adalah Pembukaan dan Sesi Pleno KTT ke-42 ASEAN, Pertemuan Antarmuka Pemimpin ASEAN dengan Perwakilan *ASEAN Inter-Parliamentary Assembly* (AIPA), Pertemuan Antarmuka Pemimpin ASEAN dengan Perwakilan Pemuda ASEAN, Pertemuan Antarmuka Pemimpin ASEAN dengan Perwakilan *ASEAN Business Advisory Council* (ASEAN-BAC), dan Pertemuan Antarmuka Pemimpin *ASEAN dengan High-Level Task Force on ASEAN Community's Post-2025 Vision* (HLTFACV). Lima rangkaian pertemuan KTT ASEAN itu, akan ditutup secara langsung oleh Presiden Joko Widodo pada waktu malam hari. Bertepatan dengan kegiatan *Welcoming Dinner* di Ayana Komodo Waecicu Beach.¹⁹

Agenda pada hari kedua penyelenggaraan KTT ASEAN ke-42 yang berlangsung pada Kamis, 11 Mei 2024, terdiri dari tiga pertemuan. Dari tiga pertemuan tersebut, dua pertemuan diantaranya Sesi *Retreat* dan KTT Indonesia *Malaysia-Thailand Growth Triangle* (IMT-GT) akan dipimpin oleh Bapak Presiden Joko Widodo. Sementara pertemuan Brunei-Indonesia-Malaysia-Philippines *East ASEAN Growth Area* (BIMP-EAGA) dipimpin Perdana Menteri Malaysia Anwar Ibrahim karena keketuaan BIMP-EAGA saat ini dipegang oleh Malaysia.

Stakeholders dalam Penyelenggaraan MICE di Labuan Bajo Tahun 2023: KTT ASEAN Ke-42

Dalam penyelenggaraan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*), terutama pada acara berskala internasional seperti KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo, keberhasilan acara tidak dapat dicapai tanpa keterlibatan berbagai pihak yang berperan sebagai *stakeholder*. Dukungan *stakeholder* sangat diperlukan dalam memainkan peran kunci dalam penyelenggaraan KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo. Keterlibatan berbagai pihak mulai dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, sektor swasta, hingga masyarakat lokal sangat krusial dalam setiap tahap penyelenggaraan. Masing-masing *stakeholder* memiliki peran dan tanggung jawab yang penting dalam mendukung kelancaran dan kesuksesan acara.

Pemerintah pusat dan daerah merupakan pemangku kepentingan utama dalam penyelenggaraan KTT ASEAN Ke-42. Pemerintah pusat, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Luar Negeri, berperan dalam merancang kebijakan dan regulasi yang mendukung penyelenggaraan acara. Sedangkan pada tingkat daerah, pemerintah provinsi Nusa Tenggara Timur dan pemerintah kabupaten Manggarai Barat memiliki tanggung jawab dalam mendukung kebijakan dan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah pusat.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno dalam "*The Weekly Brief With Sandi Uno*"

¹⁹ KEMENKO PMK. 2023. Presiden RI Pimpin Ilma Pertemuan Hari Pertama KTT Ke-42 ASEAN Hari ini. <https://www.kemenkopmk.go.id/presiden-ri-pimpin->

[lima-pertemuan-hari-pertama-ktt-ke-42-asean-2023-hari-ini](#) diakses pada 18 Juli 2024

telah memastikan Labuan Bajo siap menyambut para tamu dalam perhelatan KTT ke-42 ASEAN 2023.²⁰ Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores (BPOLBF), sebagai akselerator pembangunan pariwisata di Labuan Bajo, ditunjuk untuk mengemban tanggung jawab dalam memastikan bahwa semua aspek infrastruktur dan layanan pendukung siap digunakan. Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores merupakan satuan kerja di bawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) /Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dibentuk berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2018 dan secara struktur dibentuk pada tahun 2019.

BPOLBF telah diamanahkan secara langsung oleh pemerintah pusat sebagai pemangku kepentingan utama dalam pembangunan dan pengembangan infrastruktur pariwisata di Labuan Bajo memiliki tanggung jawab yang sangat besar dan kompleks. Selain berperan dalam mengawasi dan mengarahkan berbagai proyek pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata daerah ini. BPOLBF juga harus memastikan bahwa setiap aspek infrastruktur memenuhi standar internasional. Hal ini termasuk pengembangan fasilitas akomodasi, transportasi, ruang pertemuan, dan teknologi informasi yang semuanya harus siap digunakan untuk mendukung kegiatan MICE berskala internasional.

Selain itu, peran media massa, baik lokal maupun internasional, turut penting

sebagai stakeholder yang berperan dalam publikasi dan pemberitaan terkait KTT ASEAN. Liputan yang komprehensif dan objektif oleh media memberikan informasi yang transparan kepada masyarakat luas dan mempromosikan Labuan Bajo sebagai destinasi MICE yang potensial.²¹ Publikasi media internasional dalam penyelenggaraan KTT ASEAN secara tidak langsung menjadi ajang promosi untuk Indonesia, khususnya Labuan Bajo-Flores.

Masyarakat lokal di Labuan Bajo memiliki peran yang tak kalah penting sebagai salah satu stakeholder dalam penyelenggaraan MICE: KTT ASEAN ke-42. Partisipasi masyarakat tidak hanya terlihat dalam bentuk dukungan moral tetapi juga keterlibatan langsung dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan acara tersebut. Masyarakat dilibatkan dalam penyediaan layanan seperti transportasi lokal, pemandu wisata, serta produk dan suvenir lokal yang dijual kepada peserta KTT. Keterlibatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan dan keramahan lingkungan untuk menunjang pariwisata berkelanjutan.

Peran masyarakat setempat juga terlihat dalam penyediaan layanan akomodasi dan kuliner. Banyak rumah warga yang diubah menjadi *homestay* untuk menampung para tamu yang datang. Ini tidak hanya memberikan penghasilan tambahan bagi

²⁰ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2023. *Siaran Pers: Menparekraf: Labuan Bajo Siap Sambut Delegasi KTT Ke-42 ASEAN 2023*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-labuan-bajo-siap-sambut-delegasi-ktt-ke-42-asean-2023> diakses pada 18 Juli 2024

²¹ InfoPublik. *KTT ASEAN Ke-42 ASEAN di Labuan Bajo Berpotensi Tingkatkan Nilai Masyarakat Lokal*. <https://www.infopublik.id/kategori/asean-2023/739105/ktt-ke-42-asean-labuan-bajo-berpotensi-tingkatkan-nilai-masyarakat-lokal> diakses pada 29 Juli 2024

warga, tetapi juga memperkenalkan budaya dan keramahan lokal kepada para delegasi dan pengunjung. Di sisi kuliner, pemerintah daerah mendorong para pelaku UMKM untuk memperkenalkan makanan khas Labuan Bajo dan Flores dalam berbagai acara pendampingan KTT guna memeriahkan suasana sekaligus memperkenalkan kekayaan kuliner lokal kepada dunia.

Penyelenggaraan KTT ASEAN di Labuan Bajo secara tidak langsung juga berpotensi sebagai alat budaya promosi dari mulut ke mulut. Para delegasi yang merupakan kepala pemerintahan memiliki pengaruh terhadap kebijakan dari suatu negara dapat menceritakan pengalamannya mengenai potensi pariwisata di Indonesia pada dunia. Hal tersebut, dapat dimanfaatkan dalam membuka peluang ekonomi termasuk soal kerja sama di bidang pariwisata. Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi secara real-time, yang membantu meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat.

KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo tahun 2023 merupakan contoh nyata dari kolaborasi *multi-stakeholder* dalam penyelenggaraan acara MICE. Peran aktif dari pemerintah pusat dan daerah, pelaku industri pariwisata, media, dan masyarakat setempat menunjukkan betapa kompleks dan terpadu proses penyelenggaraan acara internasional ini. Suksesnya penyelenggaraan event ini diharapkan dapat menjadi model bagi kegiatan MICE lainnya di masa mendatang, terutama dalam mempromosikan destinasi pariwisata

Indonesia yang beragam dan kaya akan potensi.

Sarana dan Prasarana Penyelenggaraan MICE: KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo

Pengembangan sarana dan prasarana MICE adalah salah satu usaha yang dilakukan secara sadar terencana, terarah untuk membuat atau memperbaiki semua fasilitas agar penyedia jasa MICE dapat memberikan sarana dan prasarana sesuai dengan kualitas dan kuantitas pada peserta MICE untuk memenuhi kebutuhan mereka terutama mendukung kemudahan peserta untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan MICE.²²

Menyambut acara terbesar pertama di Labuan Bajo, yaitu KTT ASEAN Ke-42 diperlukan berbagai sarana dan prasarana yang disiapkan secara komprehensif untuk memenuhi kebutuhan konferensi internasional dengan standar tertinggi untuk memastikan kesuksesan acara tersebut. Salah satu elemen paling krusial dalam penyelenggaraan KTT ASEAN Ke-42 adalah pemilihan tempat acara yang tepat. Dari seluruh rangkaian pertemuan yang akan digelar, Hotel Meruorah dan Hotel Ayana Komodo Labuan Bajo menjadi dua main venue penyelenggaraan KTT ASEAN 2023 untuk kegiatan MICE serta akomodasi bagi para delegasi.²³

Hotel Meruorah Labuan Bajo merupakan hotel milik BUMN yang berlokasi disekitar Kawasan Marina Terpadu Labuan Bajo. Hotel ini memiliki 145 kamar

²² Setiyawan, Agustinus Doedyl. Et al. 2021. *MICE FACILITIES AND INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT EAST JAVA PARK GROUP*. Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan. Vol, 5. No, 1.

²³ PATA DAILY NEWS. 2024. *Mengintip Hotel Meruorah Komodo Labuan Sambut KTT ASEAN Ke-42*. <https://patadaily.id/pages/mengintip-hotel-meruorah-komodo-labuan-sambut-ktt-asean-ke-42> diakses pada 18 Juli 2024

dengan fasilitas lengkap seperti *convention center* berkapasitas 1.000 orang dengan pemandangan indah, area komersial Plaza Marina Labuan Bajo, *restaurant*, dan berbagai pilihan ruang pertemuan. Selain hotel Meruorah, Labuan Bajo menawarkan lokasi unggulan lainnya yang siap menjadi tuan rumah pertemuan puncak ini. Ayana Komodo Resort menjadi *venue* pilihan *welcoming gala dinner* para pemimpin KTT ASEAN Ke-42²⁴ yang menyediakan fasilitas konvensi modern dengan pemandangan laut dan senja yang menakjubkan, menciptakan suasana yang kondusif untuk diskusi dan negosiasi penting.

Sejumlah lokasi beserta fasilitas penunjang lainnya telah ditata, guna menyokong KTT ASEAN ke-42. Adapun lokasi tersebut antara lain: wilayah Waterfront Labuan Bajo, Jalan Soekarno Hatta atas dan Bawah, lokasi pemandangan Puncak Waringin, Batu Cermin, Loh Buaya di Pulau Rinca, hingga Kawasan Wisata Tana Mori telah diperbaiki dan dipersiapkan untuk menyambut tamu-tamu *ASEAN Summit*. Hal ini disampaikan oleh Shana Fatina selaku Direktur Utama Badan Pelaksana Otoritas Labuan Bajo Flores (BPOLBF) dalam *The Weekly Brief with Sandi Uno*, Selasa 02 Mei 2023.²⁵

Fasilitasnya lainnya seperti Bandara Komodo Labuan Bajo dan Dermaga Marina Bay yang memainkan peran penting sebagai pintu masuk utama bagi para delegasi internasional turut ditinjau. Fasilitas Bandara Komodo memiliki panjang *runway* 2.650 dan lebar 45 meter dapat melayani pesawat tipe

A320 dan B738, luas apron mencapai 31.000 m2 untuk 7 parking stand dengan rincian 4 pesawat *narrow body* dan 3 pesawat *propeller*. Bandara Komodo juga memiliki terminal penumpang seluas 13.366 m2 yang dapat memuat penumpang hingga 1.100.000 per tahunnya.

Selain lokasi *venue*, sarana utama yang perlu dipersiapkan adalah transportasi sebagai tulang punggung dalam kelancaran mobilitas para delegasi dan tamu selama acara berlangsung. Kemenhub melalui Ditjen Perhubungan Udara telah melakukan penambahan frekuensi penerbangan dari dan ke Labuan Bajo satu minggu sebelum acara inti juga telah dicanangkan untuk mendukung pergerakan mobilitas panitia, stakeholder pendukung acara, dan logistik hal tersebut disampaikan oleh Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi.

Memanfaatkan momentum KTT ASEAN Ke-42, Indonesia menggunakan kesempatan tersebut dengan mengadakan pesta rakyat yang digelar dalam upaya meramaikan penyelenggaraan KTT ASEAN ke-42. Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bekerjasama dengan Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores dan Pemerintah Kabupaten Manggarai Barat memberi dukungan dalam upaya menyelesaikan pelaksanaan KTT ASEAN 2023 dengan menghadirkan Pesta Rakyat – *Labuan Bajo Street Carnival*. *Side event* Pesta Rakyat diselenggarakan pada 7 Mei 2023²⁶, berlokasi di Lapangan Waekasambi Labuan Bajo. Pesta Rakyat diisi dengan konser musik dan pameran produk

²⁴ Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2023. *Welcoming Dinner KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/49024/welcoming-dinner-ktt-ke-42-asean-di-labuan-bajo/0/infografis> diakses pada 18 Juli 2024

²⁵ Antara News. *Otorita Labuan Bajo Ungkap Lokasi Telah Ditata Menjelang KTT ASEAN*. <https://www.antaranews.com/berita/3517221/otorita-labuan-bajo-ungkap-lokasi-telah-ditata-menjelang-ktt-asean> diakses pada 18 Juli 2024

UMKM daerah serta kegiatannya melibatkan masyarakat lokal dengan tetap memperhatikan aspirasi, budaya dan karakteristik yang ada di Kawasan Pariwisata Labuan Bajo Flores. BPOLBF juga bekerja sama dengan badan usaha dan lembaga/pihak dalam menyediakan *Tourist Information Center dan HelpDesk*²⁶ untuk memudahkan informasi terkait wisata dan aktivitas yang berlangsung sepanjang KTT ASEAN 2023 di Labuan Bajo.

Pengembangan Program Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Labuan Bajo

Program Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Labuan Bajo merupakan inisiatif pemerintah Indonesia pertumbuhan untuk mempercepat ekonomi dan pengembangan infrastruktur di wilayah Labuan Bajo. KEK Labuan Bajo ditetapkan berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019. Tujuan utama dari KEK Labuan Bajo adalah meningkatkan daya saing dan daya tarik Labuan Bajo sebagai tujuan pariwisata yang unggul serta mengembangkan sektor-sektor ekonomi lainnya.

Dengan status KEK, Labuan Bajo diharapkan dapat menjadi pusat ekonomi baru yang tidak hanya berfokus pada pariwisata tetapi juga pada berbagai sektor lainnya seperti perdagangan, jasa, dan industri kreatif. Pengembangan KEK Labuan Bajo didorong oleh kebutuhan untuk memanfaatkan potensi besar yang dimiliki wilayah ini, khususnya dalam konteks pariwisata dan penyelenggaraan acara MICE.

Salah satu komponen utama dalam pengembangan KEK Labuan Bajo adalah peningkatan infrastruktur. Pemerintah telah mengalokasikan anggaran yang signifikan untuk memperbaiki dan memperluas infrastruktur di kawasan ini. Salah satu proyek infrastruktur terbesar adalah peningkatan kapasitas Bandara Komodo. Bandara ini merupakan pintu gerbang utama bagi wisatawan domestik dan internasional yang ingin mengunjungi Labuan Bajo. Dengan perluasan landasan pacu, peningkatan fasilitas terminal, dan penambahan jadwal penerbangan, Bandara Komodo kini mampu menampung lebih banyak penerbangan internasional dan domestik, yang pada gilirannya meningkatkan aksesibilitas ke Labuan Bajo.

Selain bandara, pengembangan jalan raya dan fasilitas transportasi lainnya juga menjadi prioritas. Jalan-jalan utama yang menghubungkan Labuan Bajo dengan daerah-daerah sekitarnya diperlebar dan diperbaiki untuk memastikan kelancaran mobilitas barang dan orang. Transportasi lokal, termasuk layanan angkutan umum dan taksi, ditingkatkan untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan dan peserta acara MICE dalam menjelajahi kawasan tersebut. Pemerintah juga memperkenalkan sistem transportasi berbasis aplikasi untuk memudahkan akses transportasi yang efisien dan terintegrasi.

KEK Labuan Bajo juga mencakup pembangunan pusat-pusat ekonomi baru yang dirancang untuk mendukung berbagai sektor industri. Pusat konvensi dan pameran yang modern dibangun untuk mendukung

²⁶ Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. *Pesta Rakyat akan Menyemarakkan KTT ASEAN di Labuan Bajo*.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/48754/pe>

[sta-rakyat-akan-menyemarakkan-ktt-asean-di-labuan-bajo/0/rilis_media_gpr](https://www.kominfo.go.id/content/detail/48754/pe) diakses pada 18 Juli 2024

penyelenggaraan acara MICE. Fasilitas ini dilengkapi dengan teknologi terbaru dan berbagai fasilitas pendukung seperti hotel, restoran, dan ruang pertemuan yang memenuhi standar internasional. Pengembangan pusat-pusat ekonomi ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem bisnis yang dinamis dan menarik bagi investor dan penyelenggara acara dari seluruh dunia. KEK Labuan Bajo juga mengintegrasikan pendekatan *smart city* dalam pengembangannya. Teknologi informasi dan komunikasi digunakan untuk meningkatkan efisiensi layanan publik dan mendukung pengelolaan kawasan secara cerdas. Sistem manajemen lalu lintas, pengelolaan limbah, dan layanan keamanan diintegrasikan dengan teknologi canggih untuk memastikan bahwa Labuan Bajo dapat berkembang menjadi kota yang modern dan ramah lingkungan.

KEK Labuan Bajo diharapkan dapat berfungsi sebagai model bagi pengembangan KEK lainnya di Indonesia. Keberhasilan pengembangan KEK Labuan Bajo akan menjadi contoh bagi daerah lain tentang bagaimana memanfaatkan potensi lokal untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Pengalaman dan pelajaran yang didapat dari pengembangan KEK Labuan Bajo akan menjadi referensi berharga bagi perencanaan dan pelaksanaan KEK di wilayah-wilayah lain di Indonesia.

KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo sebagai Instrumen Diplomasi Publik Indonesia

Penyelenggaraan event MICE internasional KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo dimanfaatkan oleh Pemerintah Indonesia sebagai salah satu instrumen diplomasi publiknya dengan membangun *nation brand* karena KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo dinilai sebagai momentum yang tepat untuk memperkenalkan sisi lain dari keindahan alam yang dimiliki Indonesia. Penyelenggaraan KTT ASEAN di Labuan Bajo dikatakan sebagai instrumen diplomasi publik karena memiliki kesamaan tujuan. Menurut Mark Leonard, diplomasi publik memiliki beberapa tujuan, diantaranya, pertama, untuk membangun *image*/rasa familiar masyarakat terhadap suatu negara. Kedua, untuk membentuk opini publik di masyarakat demi mengubah persepsi publik pada negara tersebut. Ketiga, mempengaruhi perilaku publik salah satunya mempengaruhi masyarakat untuk berinvestasi.²⁷

Infrastruktur akomodasi juga telah ditingkatkan melalui pembangunan berbagai hotel berbintang hingga resort mewah dengan kemewahan fasilitas yang ditawarkan. Penginapan yang nyaman dengan pemandangan indah Labuan Bajo, ruang pertemuan yang dilengkapi dengan teknologi canggih, hingga pusat konvensi dan ruang pameran modern yang dibangun untuk menampung berbagai jenis acara berskala internasional menjadi pertimbangan sulit untuk menghapus Labuan Bajo sebagai destinasi penyelenggaraan MICE internasional. Upaya pemerintah mempromosikan Labuan Bajo dalam balutan KTT ke-42 ASEAN sangat jelas terlihat dalam rangkaian pertemuan para pemimpin ASEAN tersebut.²⁸ Dimulai sejak

²⁷ Leonard, Mark. 2002. *Diplomacy by Other Means*. London: The Foreign Policy Center.

²⁸ SEKRETARIAT KABINET REPUBLIK INDONESIA. 2023. *Promosi Pariwisata Labuan Bajo dalam Balutan KTT Ke-42 ASEAN*. <https://setkab.go.id/promosi>

kedatangan hingga kepulangan, para peserta KTT disuguhkan berbagai pesona Labuan Bajo seperti pemandangan alam, kuliner, kesenian, kerajinan tangan, serta produk kreatif dan UMKM lainnya.

Keberhasilan Labuan Bajo sebagai tuan rumah KTT ASEAN ke-42 pada tahun 2023 menjadi salah satu pencapaian besar dalam upaya memperkuat posisinya sebagai destinasi MICE internasional. Acara ini tidak hanya meningkatkan profil Labuan Bajo di kancah internasional tetapi juga memberikan bukti nyata bahwa Labuan Bajo memiliki kapasitas untuk menyelenggarakan acara berskala besar dan kompleks dan memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu destinasi MICE terkemuka di Asia Tenggara. Pengalaman dari penyelenggaraan KTT ASEAN ini menjadi modal berharga bagi Labuan Bajo dalam menarik lebih banyak acara MICE di masa depan.

Nation Branding Indonesia di Dunia Internasional

Nation branding berperan penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Melalui strategi yang efektif dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu daerah. Wisatawan yang berkunjung akan menghabiskan uang untuk akomodasi, transportasi, makanan, belanja, dan aktivitas wisata lainnya. Hal ini akan mendorong pertumbuhan sektor pariwisata serta sektor-sektor terkait seperti perhotelan, restoran, transportasi, dan toko-toko lokal. Pertumbuhan sektor pariwisata melalui National Branding yang baik dapat menciptakan lapangan kerja baru. Industri pariwisata membutuhkan tenaga kerja dalam berbagai bidang seperti pariwisata,

perhotelan, pemandu wisata, transportasi, dan jasa lainnya. Dengan adanya lapangan kerja baru, pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat dapat meningkat.

Labuan Bajo, dengan keindahan alamnya yang memukau dan dengan statusnya sebagai pintu gerbang menuju Taman Nasional Komodo, menjadi salah satu fokus dari komponen utama dalam konsep nation branding Indonesia. Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores (BPOLBF), hingga masyarakat selaku stakeholders turut melakukan berbagai upaya untuk menjadikan Labuan Bajo sebagai ikon pariwisata Indonesia yang dikenal di seluruh dunia. Dimana melalui keberhasilan Labuan Bajo dalam menarik perhatian internasional dapat memberikan dampak positif bagi citra Indonesia secara keseluruhan.

Dalam penyelenggaraan KTT ASEAN Ke-42 untuk membangun nation brand yaitu untuk membangun image positif Indonesia secara umum sekaligus memperkenalkan kekayaan alam dan budaya Indonesia dilakukan melalui strategistrategi yang digunakan melalui instrumen media event, menarik minat masyarakat internasional untuk datang mengunjungi Indonesia, dan membentuk opini masyarakat internasional terhadap Indonesia, bahwa Indonesia khususnya Labuan Bajo terbukti mampu menyelenggarakan event sebesar KTT ASEAN dengan infrastruktur dan pelayanan yang bertaraf internasional. Hal ini sejalan dengan pendekatan Simon yang dibawa Simon Anholt dalam bukunya

Competitive Identity bahwa diplomasi publik merupakan bagian dari *nation branding*.²⁹

Simon Anholt juga memaparkan mengenai “*Anholt Branding Hexagon*” dari enam elemen, terdapat empat elemen yang berusaha dimaksimalkan oleh Indonesia saat menjadi tuan rumah KTT ASEAN Ke-42 Tahun 2023 yaitu, pariwisata, masyarakat, kebudayaan dan warisan budaya, serta pemerintahan. Adapun kegiatan yang dilakukan pemerintah sebagai bentuk *nation branding* diantaranya inisiasi penyelenggaraan Pesta Rakyat yang diantaranya terdapat beberapa kegiatan seperti *street carnival*, Festival Goa Batu Cermin, dan SME’s HUB pada KTT ASEAN Ke-42.

Keberhasilan Indonesia dalam menyelenggarakan event-event internasional juga memberikan kontribusi signifikan terhadap *national branding*. Penyelenggaraan acara-acara besar seperti KTT ASEAN ke-42 di Labuan Bajo, *Asian Games*, dan *IMF-World Bank Annual Meetings* menjadi bukti bahwa Indonesia memiliki kapasitas dan infrastruktur yang memadai untuk menggelar acara internasional. Keberhasilan ini meningkatkan reputasi Indonesia sebagai destinasi yang mampu menyediakan fasilitas dan layanan berkualitas tinggi, serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi peserta acara.

Dampak dari *national branding* yang kuat dirasakan dalam berbagai aspek. Pertumbuhan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Indonesia memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Sektor pariwisata

menjadi salah satu sumber pendapatan devisa yang penting, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pembangunan daerah. Selain itu, peningkatan citra positif Indonesia di mata dunia juga membuka peluang kerjasama di berbagai bidang, termasuk perdagangan, investasi, dan diplomasi.

SIMPULAN

Menjadi tuan rumah sebuah event internasional merupakan momentum berharga bagi sebuah negara untuk dapat membangun *nation brand*nya. Hal ini yang kemudian menjadi alasan mengapa setiap negara akan berusaha untuk mendapatkan kesempatan tersebut. Berdasarkan penelitian yang dijelaskan oleh penulis dan penemuan serta kajian yang telah dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya, maka penulis merumuskan kesimpulan bahwa penunjukkan Labuan Bajo mewakili Indonesia sebagai tuan rumah penyelenggaraan KTT ASEAN Ke-42 Tahun 2023 dimanfaatkan Indonesia untuk membangun *nation branding*nya yakni, memperkenalkan pariwisata Labuan Bajo juga menjadikan Labuan Bajo sebagai destinasi event MICE internasional.

Indonesia dikenal sebagai negara kaya akan kebudayaan dengan 742 bahasa/dialek, terdiri atas berbagai suku bangsa dengan jumlah tidak kurang dari 478 suku bangsa serta negara yang kaya akan keindahan alam dan keberagaman budaya. Namun hal-hal tersebut dianggap masih belum bisa memaksimalkan potensinya untuk mendapatkan eksposur global dan membangun *nation brand*nya. Dipilihnya Labuan Bajo menjadi tuan rumah event

²⁹ Anholt, Simon. 2007. *Competitive Identity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

MICE KTT ASEAN Ke-42 Tahun 2023 menjadi momentum besar bagi Indonesia khususnya Labuan Bajo untuk memperkenalkan wisata alam dan budaya yang dimiliki kepada dunia internasional. Sehingga penyelenggaraan ini diharapkan mampu meningkatkan dan memicu sorotan dunia terhadap Indonesia sebagai tuan rumah.

Labuan Bajo telah ditetapkan sebagai destinasi super prioritas oleh pemerintah pusat sejak tahun 2019. Labuan Bajo menawarkan konsep pariwisata minat khusus dengan daya tarik utama adalah keindahan ekosistem alam kepulauan lengkap dengan komodo sebagai fauna endemik yang hanya ada di Indonesia. Selain itu, budaya Labuan Bajo juga mulai dikembangkan oleh pihak destinasi untuk memperkuat potensi produk pariwisata Labuan Bajo. Beberapa atraksi utama yang ditawarkan oleh Labuan Bajo telah berhasil menciptakan pertumbuhan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun.

Dalam menyelenggarakan event MICE bertaraf internasional seperti KTT ASEAN yang mengundang tamu penting dari negara-negara di ASEAN tentunya memerlukan persiapan yang matang. Mulai dari pembangunan berbagai infrastruktur penunjang untuk penyelenggaraan KTT ASEAN Ke-42, akomodasi, hiburan, hingga sarana dan prasarana lain dengan taraf internasional.

Kerjasama dengan berbagai pemangku kepentingan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan upaya ini. Pemerintah

telah melibatkan sektor swasta, pemerintah daerah, dan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pelaksanaan program-program pengembangan. Sinergi antara berbagai pihak ini menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan Labuan Bajo sebagai destinasi MICE. Partisipasi aktif dari masyarakat lokal juga menjadi penting dalam menciptakan pengalaman yang autentik dan menarik bagi peserta acara MICE sehingga dapat meningkatkan daya tarik Labuan Bajo sebagai destinasi MICE.³⁰

Namun, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian dan fokus pemerintah dalam hal ini adalah kasus penggunaan alih fungsi lahan hutan lindung Bowosie yang dapat dijadikan cerminan dari konflik yang lebih luas antara kebutuhan untuk memajukan pariwisata dan menjaga kelestarian lingkungan di Labuan Bajo. Dimana keberhasilan sektor pariwisata di masa depan bergantung pada bagaimana pemerintah menangani secara bijaksana masalah yang timbul, dengan mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan ekologi yang berkelanjutan.

Terkait penelitian ini, upaya-upaya yang telah dilakukan Indonesia untuk membangun nation brandnya terlihat dari respon para delegasi yang sangat mengapresiasi keindahan alam dan kebudayaan lokal Labuan Bajo.³¹ Pemerintah juga menyisipkan promosi pariwisata dengan menyiapkan paket wisata berupa rekomendasi dan informasi kepada para delegasi terkait

³⁰ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2023. *Pesta Rakyat akan Menyemarakkan KTT ASEAN di Labuan Bajo*. <https://www.kemendparekrif.go.id/berita/siaran-pers-ktt-asean-2023-pesta-rakyat-akan-menyemarakkan-ktt-asean-di-labuan-bajo> diakses pada 20 September 2024

³¹ KataData.co.id. 2023. Tiga Delegasi Nefara Bersiap Liburan di Labuan Bajo Usai KTT ASEAN. <https://katadata.co.id/berita/nasional/645b4f2ea9536/tiga-delegasi-negara-bersiap-liburan-di-labuan-bajo-usai-ktt-asean> diakses pada 20 September 2024

sailing package melihat satwa Komodo; *lunch*, dan *dinner package*; *city tour* ke beberapa destinasi seperti Gua Batu Cermin, Puncak Waringin, *Water Front*, dan Cunca Wulang; serta *cultural package* seperti ke Gua Rangkong, Sanggar Kope Oles Todo Kongkol, Desa Wisata Liang Ndara, dan Kampung Melo.

Selain itu juga, upaya diplomasi lain terlihat pada kemeriahan dan antusiasme masyarakat dan wisatawan di event bernama "Pesta Rakyat: *Labuan Bajo Street Carnival*" yang berlangsung selama KTT ASEAN Ke-42 diselenggarakan. Event Pesta Rakyat ini terdiri dari bazar kuliner, pertunjukan musik dan budaya, serta Fashion Show. Kehadiran side event ini ditujukan untuk melibatkan masyarakat lokal secara aktif melalui dukungan ekosistem kreatif/UMKM di Labuan Bajo. Dibuktikan dari kehadiran 67 para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang turut hadir dan kehadiran 5000 warga lokal yang datang untuk menonton berbagai penampilan musik dan melihat pameran UMKM.³²

Dari data yang telah penulis temukan, dapat disimpulkan terlihat adanya peningkatan dari aspek *tourist arrival* dari jumlah kunjungan tamu hotel mancanegara dan domestik di Kabupaten Manggarai Barat berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur.³³ Berdasarkan hal ini, bahwa upaya Indonesia dalam Penyelenggaraan KTT ASEAN Ke-42 tahun 2023 sebagai Instrumen diplomasi publik untuk membangun *nation brandnya*

dapat disimpulkan telah berhasil. Upaya tersebut dinilai berhasil karena target-target yang dibuat oleh pemerintah Indonesia yakni menjadikan Labuan Bajo sebagai destinasi MICE internasional telah tercapai dengan berhasilnya dilaksanakan beberapa kegiatan MICE diantaranya: *Famtrip dan Table Top Meeting* Kemenparekraf-Tiongkok, *Diplomatic Tour* oleh 24 Duta Besar, dan *World Tourism Day* yang dalam hal ini meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Asia Tenggara tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku & Jurnal

Anholt, Simon. 2007. *Competitive Identity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Anholt, S. 2011. *Branding New Justice*. The Upside of Global Branding.

Burchill, Scoot. Et al. 2009. *Theories of Intenational Relations*. Palgrace Macmillan.

Fauzi, Reza. Witarti, Denik Iswardani. 2023. *NATIONAL BRANDING PARIWISATA LABUAN BAJO PADA KONFERENSI TINGKAT TINGGI (KTT) ASEAN KE-42*. Jurnal CommLine. Vol, 8. No, 2.

³² Kontan.co.id. 2023. *ASEAN Summit di Labuan Bajo, NTT, Disambut dengan Pesta Rakyat*. <https://regional.kontan.co.id/news/asean-summit-di-labuan-bajo-ntt-disambut-dengan-pesta-rakyat> diakses pada 20 September 2024

³³ Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur. 2024. *Jumlah Tamu Hotel Mancanegara dan Domestik (Jiwa), 2021-2023*. <https://ntt.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjciMg==/jumlah-tamu-hotel-mancanegara-dan-domestik.html> diakses pada 20 September 2024

Jakckson, Robert. *Review Articles: Pluralism in International Political Theory*. Review of International Studies. Vol, 18. No,3.

Leonard, Mark. 2002. *Diplomacy by Other Means*. London: The Foreign Policy Center.

Mas'oed, Mohtar. 1994. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.

Mas'oed, Mohtar. 2020. *Isu dan Aktor Politik Luar Negeri*. Sleman: Gadjah Mada University Press.

Rianti, n.d. *Upaya Korea Tourism Organization (KTO) Dalam Mempromosikan Pariwisata Korea Di Indonesia*. JOM FISIP, 6(1), hal. 9-11.

Setiyawan, Agustinus Doedyl. Et al. 2021. *MICE FACILITIES AND INFRASTURCTURE DEVELOPMENT EAST JAVA PARK GROUP*. Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan. Vol, 5. No, 1.

Sun, Q. 2009. *An Analytical of The Determunants and Outcomes of Nation Branding*. Dissertation for

Degree of Doctor of Philosophy. University of North.

Sugiarto, Antonius. Mahagangga, I Gusti Agung Oka. 2020. *Kendala Pengembangan Pariwisata di Destinasi Pariwisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (Studi Kasus Komponen Produk Pariwisata)*. Jurnal Destinasi Pariwisata. Vol, 8. No, 2.

Viotti. Paul R. Kauppi, Mark V. 1993. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism*. New York: Macmillan Publishing Company.

Website

Antara News. *Otorita Labuan Bajo Ungkap Lokaso Telah Ditata Menjelang KTT ASEAN*.
<https://www.antaranews.com/berita/3517221/otorita-labuan-bajo-ungkap-lokasi-telah-ditata-menjelang-ktt-asean> diakses pada 18 Juli 2024

InfoPublik. *KTT ASEAN Ke-42 ASEAN di Labuan Bajo Berpotensi Tingkatkan Nilai Masyarakat Lokal*.
<https://www.infopublik.id/kategori/asean-2023/739105/ktt-ke-42-asean->

[labuan-bajo-berpotensi-tingkatkan-nilai-masyarakat-lokal](#) diakses pada 29 Juli 2024

Jurnal Flores. 2023. *Menghabiskan Waktu Liburan Bersama Ikan Pari di Manta Point Labuan Bajo-Komodo*. <https://www.jurnalflores.co.id/news/7769265783/menghabiskan-waktu-liburan-bersama-ikan-pari-di-manta-point-labuan-bajo-komodo> diakses pada 08 Maret 2024

KataData.co.id. 2023. *Tiga Delegasi Nefara Bersiap Liburan di Labuan Bajo Usai KTT ASEAN*. <https://katadata.co.id/berita/nasional/645b4f2ea9536/tiga-delegasi-negara-bersiap-liburan-di-labuan-bajo-usai-ktt-asean> diakses pada 20 September 2024

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2023. *Pariwisata MICE di Indonesia*. <https://mice.kemenparekraf.go.id/news/a46e88a0-dc7b-4583-b45a-1d327ec30ed3> diakses pada 18 Maret 2024

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Destinasi MICE Internasional yang Ada di Indonesia*. <https://www.kemenparekraf.go.id/has>

[il-pencarian/destinasi-mice-internasional-yang-ada-di-indonesia](#) diakses pada 22 Februari 2024

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Siaran Pers KTT ASEAN 2023: Personel Polda NTT Mulai Bertolak ke Labuan Bajo Amankan KTT ASEAN*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-ktt-asean-2023-personel-polda-ntt-mulai-bertolak-ke-labuan-bajo-amankan-ktt-asean> diakses pada 25 Januari 2024

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2023. *KTT Ke-42 ASEAN Diawali Pertemuan Pejabat Senior*. <https://kemlu.go.id/porta/id/read/4680/berita/ktt-ke-42-asean-diawali-pertemuan-pejabat-senior> diakses pada 18 Juli 2024

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2023. *Siaran Pers: Menparekraf: Labuan Bajo Siap Sambut Delegasi KTT Ke-42 ASEAN 2023*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-labuan-bajo-siap-sambut-delegasi-ktt-ke-42-asean-2023> diakses pada 18 Juli 2024

KEMENKO PMK. 2023. *Presiden RI Pimpin Lima Pertemuan Hari Pertama KTT Ke-42 ASEAN Hari ini*.
<https://www.kemenkopmk.go.id/presiden-ri-pimpin-lima-pertemuan-hari-pertama-ktt-ke-42-asean-2023-hari-ini> diakses pada 18 Juli 2024

Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2023. *Welcoming Dinner KTT ASEAN Ke-42 di Labuan Bajo*.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/49024/welcoming-dinner-ktt-ke-42-asean-di-labuan-bajo/0/infografis> diakses pada 18 Juli 2024

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. *Pesta Rakyat akan Menyemarakkan KTT ASEAN di Labuan Bajo*.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/48754/pesta-rakyat-akan-menyemarakkan-ktt-asean-di-labuan-bajo/0/rilis_media_gpr diakses pada 18 Juli 2024

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2023. *Pesta Rakyat akan Menyemarakkan KTT ASEAN di Labuan Bajo*.
<https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-ktt-asean-2023-pesta->

[rakyat-akan-menyemarakkan-ktt-asean-di-labuan-bajo](#) diakses pada 20 September 2024

Kontan.co.id. 2023. *ASEAN Summit di Labuan Bajo, NTT, Disambut dengan Pesta Rakyat*.
<https://regional.kontan.co.id/news/asean-summit-di-labuan-bajo-ntt-disambut-dengan-pesta-rakyat> diakses pada 20 September 2024

Kompas Pedia. 2023. *KTT ASEAN 2023 dan Kebangkitan Nasional*.
<https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ktt-asean-2023-dan-kebangkitan-global> diakses pada 19 September 2024

KOMPAS. 2019. *Labuan Bajo Tawarkan Wisata Konsep Nomadic Tourism, Apa Itu?*
<https://travel.kompas.com/read/2019/03/27/170900927/labuan-bajo-tawarkan-wisata-konsep-nomadic-tourism-apa-itu-> diakses pada 19 September 2024

PATA DAILY NEWS. 2024. *Mengintip Hotel Meruorah Komodo Labuan Sambut KTT ASEAN Ke-42*.
<https://patadaily.id/pages/mengintip-hotel-meruorah-komodo-labuan->

[sambut-ktt-asean-ke-42](#) diakses pada
18 Juli 2024

SEKRETARIAT KABINET REPUBLIK
INDONESIA. 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/](https://setkab.go.id/promosi-pariwisata-labuan-bajo-dalam-balutan-ktt-ke-42-asean/) diakses pada
24 Juli 2024

The ASEAN Charter. 2007.
[https://asean.org/wp-
content/uploads/images/archive/publi-
cations/ASEAN-Charter.pdf](https://asean.org/wp-content/uploads/images/archive/publications/ASEAN-Charter.pdf) diakses
pada 17 Juli 2024