



## MODEL STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA DI MASA COVID-19: STUDI KASUS FESTIVAL *CAP GO MEH* DI KOTA SINGKAWANG

Nurfitri Nugrahaningsih<sup>1</sup> dan Widha Anistya Suwarso<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Hubungan Internasional Universitas Tanjungpura, Indonesia:

nurfitri.nugrahaningsih@fisip.untan.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tanjungpura, Indonesia:

widha.as@fisip.untan.ac.id

### Abstract

*This study aims to identify the cultural diplomacy strategy carried out by Singkawang City Government during Covid-19 pandemic. Singkawang has a Cap Go Meh festival which is held every year which attracts the attention of domestic and foreign tourists. The Covid-19 pandemic has spread over the world since the end of 2019 and gave impacts on many sectors, including the number of tourist visits to Cap Go Meh in Singkawang City, West Kalimantan in 2021. This research was conducted through a qualitative approach with an exploratory method and refers to cultural diplomacy and digital diplomacy concept. The results of this study indicate that there are models of cultural diplomacy during pandemic: (1) The cooperation and commitment from government and non-government actors to support and promote cultural diplomacy, (2) The implementation of e-diplomacy, and (3) There are strict regulations related to the Covid-19 pandemic; however still provide space for cultural diplomacy.*

**Keywords:** *cap go meh, covid-1,; cultural diplomacy, digital diplomacy*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Singkawang saat pandemi *Covid-19*. Kota Singkawang memiliki festival *Cap Go Meh* yang diselenggarakan setiap tahunnya yang berhasil menarik perhatian wisatawan domestik serta mancanegara. Pandemi *Covid-19* yang melanda seluruh dunia sejak akhir tahun 2019 turut membawa dampak termasuk jumlah kunjungan wisatawan ketika penyelenggaraan festival internasional, yang dalam hal ini adalah *Cap Go Meh* di Kota Singkawang Kalimantan Barat tahun 2021. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan jenis eksploratif serta mengacu pada konsep tujuan diplomasi budaya dan diplomasi digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya terdapat karakteristik atau model diplomasi budaya di masa pandemi: (1) Adanya kerja sama dan komitmen pemerintah serta aktor non-pemerintah untuk mendukung dan mempromosikan diplomasi budaya, (2) Adanya penerapan *platform* digital atau *e-diplomacy*, dan (3) Adanya regulasi yang tegas terkait pandemi *Covid-19*; namun tetap memberikan akses atau ruang untuk kelancaran diplomasi budaya.

**Kata Kunci:** *cap go meh, covid-19, diplomasi budaya, diplomasi digital*

## Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya, adat istiadat, bahasa, maupun etnis yang tersebar di seluruh wilayahnya. Berdasarkan sensus penduduk tahun 2010, suku Jawa merupakan kelompok yang memiliki jumlah terbesar yakni mencapai 41 persen dari keseluruhan populasi di Indonesia (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2017). Etnis Tionghoa sendiri termasuk dalam urutan 20 terbesar penduduk Indonesia. Menurut sensus penduduk, pada tahun 2010 tercatat sebanyak 1,2 persen etnis Tionghoa yang tinggal di seluruh wilayah Indonesia. Dengan persentase tersebut, terdapat sebanyak 2,83 juta orang Tionghoa, sehingga menempatkan etnis tersebut berada di urutan 18 terbesar di Indonesia (Katadata.co.id, 2017).

Di Indonesia, etnis Tionghoa tidak terkonsentrasi dalam jumlah besar hanya pada satu wilayah. Menurut data sensus penduduk tahun 2010 di atas, DKI Jakarta menjadi provinsi yang memiliki jumlah masyarakat Tionghoa terbesar di Indonesia, yakni 632.372 jiwa. Di urutan kedua, Provinsi Kalimantan Barat dengan jumlah 358.451 jiwa. Selanjutnya, Sumatera Utara dengan jumlah populasi Tionghoa berjumlah 340.320 jiwa. Sedangkan, di urutan keempat dan kelima adalah provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur dengan jumlah secara berurutan 254.920 jiwa dan 244.393 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2011).

Terdapat kawasan yang menjadi pusat permukiman etnis Tionghoa terbesar di Kalimantan Barat tepatnya di Kota Singkawang. Kota Singkawang dihuni oleh 246 ribu penduduk berketurunan Tionghoa, Dayak, dan Melayu (Mustafa, 2017). Dijuluki sebagai Kota Seribu Kelenteng, Kota Singkawang memiliki nuansa yang oriental. Berbagai perayaan dan perhelatan budaya Tionghoa sering kali diadakan di Kota Singkawang dan menjadi ikon dari kota tersebut (Sendari, 2019). Perayaan tradisi tahunan khas Tionghoa yang diselenggarakan di Kota Singkawang antara lain Imlek, *Cap Go Meh*, dan tradisi *Ceng Beng*. Akan tetapi, salah satu perayaan yang sukses menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara adalah perayaan *Cap Go Meh* dan Pawai Tatung. Perayaan tersebut merupakan perpaduan dari tradisi Tionghoa dan tradisi Suku Dayak (Mustafa, 2017).

Keanekaragaman budaya memberikan keuntungan positif bagi pengembangan pariwisata Kota Singkawang. Hingga saat ini, Festival *Cap Go Meh* masih menjadi penyumbang kunjungan wisatawan terbesar ke Kalimantan Barat. *Cap Go Meh* menjadi

forum yang menampilkan tiga suku yang saling bekerja sama sebagai tim dalam mengembangkan pariwisata di Kalimantan Barat. Di samping itu, perayaan *Cap Go Meh* juga menjadi peluang bagi pengembangan sektor perekonomian lokal dan pelaku bisnis yang terkait dengan jasa pariwisata (Patriani & Burhan, 2019). Tabel di bawah ini menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Singkawang saat perayaan *Cap Go Meh* pada tahun 2015 hingga 2019.

**Tabel 1 – Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Singkawang (Perayaan *Cap Go Meh* 2015-2019)**

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan (Orang)
1.	2015	56.321
2.	2016	58.814
3.	2017	63.765
4.	2018	76.455
5.	2019	89.932

Sumber: (Melano, 2020)

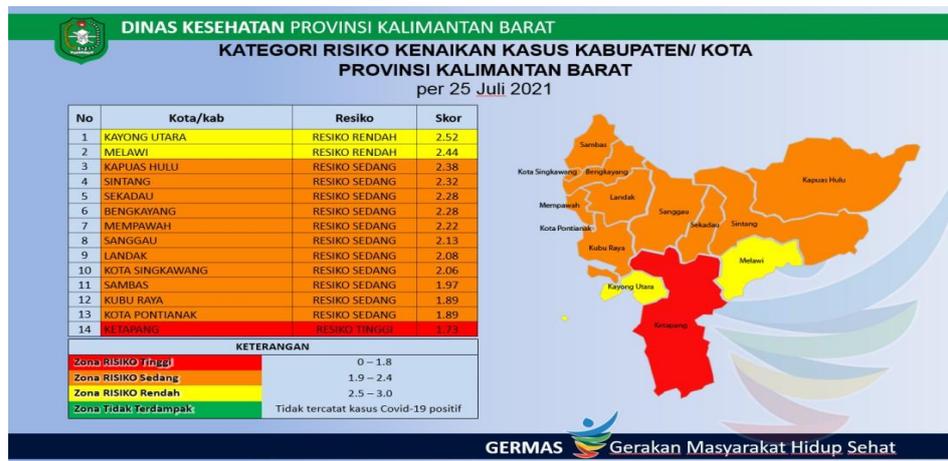
Berdasarkan tabel di atas, bahwa selama kurun tahun 2015 hingga tahun 2019, jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Singkawang saat perayaan *Cap Go Meh* selalu meningkat. Pada tahun 2015 dan 2016, kunjungan wisata berada di angka lebih dari 50 ribu orang. Angka tersebut naik di tahun 2017, di mana lebih dari 60 ribu orang mengunjungi Kota Singkawang saat perayaan *Cap Go Meh*. Pada tahun 2018, peningkatan terjadi secara signifikan hingga melebihi 76 ribu kunjungan. Angka kunjungan tertinggi terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah wisatawan sebanyak 89.932 orang (Melano, 2020).

Wisatawan yang mengunjungi Kota Singkawang khususnya pada saat perhelatan *Cap Go Meh* berasal dari dalam maupun luar negeri. Terkait kunjungan dari mancanegara, terdapat 414 wisatawan yang berasal dari 23 negara yang menghadiri perayaan *Cap Go Meh* pada tahun 2018. Kunjungan tersebut didominasi oleh wisatawan dari Malaysia, Taiwan, dan Tiongkok. Pada tahun 2019, sebanyak 479 wisatawan dari 24 negara mengikuti perhelatan *Cap Go Meh* di Kota Singkawang. Angka tersebut menunjukkan peningkatan dibanding tahun sebelumnya. Namun, masih didominasi oleh wisatawan dari Malaysia, Taiwan, dan Tiongkok (Melano, 2020)

Pandemi *Covid-19* yang terjadi pada akhir tahun 2019 memberikan dampak terhadap berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata. Perayaan *Cap Go Meh* yang diselenggarakan di Kota Singkawang berhasil menarik perhatian wisatawan domestik hingga wisatawan luar negeri. Tingginya minat tersebut dapat dilihat dari jumlah kunjungan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Akan tetapi, sejak kasus *Covid-19* diumumkan pertama kali pada akhir tahun 2019 serta berdampak pada penutupan akses dari dan ke luar negeri, menyebabkan jumlah pengunjung dari luar negeri ke Indonesia, khususnya ke Kota Singkawang pada saat diselenggarakannya *Cap Go Meh* tahun 2020 mulai berkurang (Purba, 2020).

Meskipun perayaan *Cap Go Meh* 2020 tetap diadakan, pemerintah melihat bahwa terjadi penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang signifikan. Hal ini ditandai dengan pembatalan sejumlah perjalanan yang menggunakan jasa agensi wisata oleh pihak wisatawan dari luar negeri, seperti Tiongkok dan Australia (Purba, 2020). Pada tahun 2021, perayaan *Cap Go Meh* ditiadakan akibat pandemi *Covid-19* yang masih marak terjadi. Hal tersebut dikarenakan adanya peraturan yang membatasi perkumpulan atau perayaan yang melibatkan banyak khalayak. Oleh sebab itu, *Cap Go Meh* tahun 2021 tidak dirayakan dengan festival atau pawai seperti tahun-tahun sebelumnya (Mita, 2021).

Gambar 1 – Kategori Risiko Kenaikan Kasus Kabupaten/Kota Provinsi Kalimantan Barat



Sumber: (Dinas Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat, 2021)

Gambar di atas ini menunjukkan bahwasanya terdapat satu kabupaten yang memiliki risiko kenaikan kasus tinggi, 11 kabupaten/kota yang memiliki risiko kenaikan kasus sedang, dan 2 kabupaten yang memiliki risiko kenaikan kasus rendah per 25 Juli 2021. Kota Singkawang termasuk pada daftar zona dengan tingkat risiko kenaikan kasus *Covid-*

19 dalam kategori sedang. Penetapan status kenaikan kasus *Covid-19* tersebut tentunya berimbas pada berbagai sektor yang terpaksa harus mengalami penghentian atau penutupan sementara, terutama sektor ekonomi dan pariwisata. Terhambatnya pertumbuhan atau perkembangan dalam bidang tersebut menjadi tantangan yang perlu diperhatikan oleh pemerintah terkait, karena sektor pariwisata merupakan salah satu pilar penting yang berkontribusi bagi perekonomian suatu daerah.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain tulisan yang berjudul “Pengaruh Festival *Cap Go Meh* terhadap Peningkatan Pendapatan pada Sektor Perdagangan dan Jasa Kota Singkawang” yang disusun oleh Atmojo dan Wijaya (2019). Dengan menggunakan konsep pariwisata serta pendekatan perdagangan dan karakteristik jasa, penelitian ini menunjukkan bahwa perhelatan musiman seperti *Cap Go Meh* belum mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Singkawang secara keseluruhan. Selanjutnya, terdapat artikel berjudul “Potensi Perhelatan Budaya *Cap Go Meh* sebagai salah satu Daya Tarik Wisata di Indonesia (Studi Kasus Perhelatan Budaya *Cap Go Meh* di Kota Singkawang)” yang disusun oleh Merry dan Rianto (2020). Dengan menggunakan konsep *heritage tourism*, artikel ini mengemukakan perlunya keterlibatan masyarakat lokal dan koordinasi antara pemerintah dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) guna memberikan dukungan promosi dan memperlancar pengembangan budaya tersebut.

Tulisan ini menghasilkan argumen bahwa tidak hanya kolaborasi kerja sama antar-kementerian yang diutamakan, melainkan sinergi dengan para pemangku kepentingan di sektor pariwisata, pelaku industri pariwisata, hingga masyarakat juga diperlukan guna meningkatkan kemajuan pariwisata Indonesia yang konsisten di ranah domestik maupun internasional. Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yakni model strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Singkawang di tengah pandemi *Covid-19* melalui Festival *Cap Go Meh* di Kota Singkawang. Dalam hal ini, diplomasi budaya dipandang sebagai upaya pendekatan kontemporer yang dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan citra dari Kota Singkawang sebagai salah satu penyelenggara festival *Cap Go Meh* terbesar di Indonesia dan dikenal hingga ke publik internasional.

## **Kerangka Teori dan Konsep Paradigma Pluralisme**

Pluralisme merupakan hasil interpretasi atas keragaman sosial dengan memaknai sikap budaya, politik, ataupun filosofis (Yumatle, 2015). Dalam praktiknya, pluralisme memiliki keterkaitan dengan ciri multikulturalisme yang melibatkan interaksi budaya di antara ragamnya etnik. Secara konteks, interaksi budaya membutuhkan zona gerak sehingga memunculkan pemahaman *Cultural Pluralism* yang meliputi ruang publik sebagai wadah artikulasi budaya politik oleh setiap etnik juga mengungkapkan kontribusi sosial-politik yang dimiliki, dan ruang privat guna menunjukkan budaya etnisitas secara bebas (Azzuhri, 2012).

Negara, individu, dan kelompok merupakan aktor yang dapat memengaruhi perbedaan sikap dalam realitas sosial yang bersifat plural. Asumsi ini didukung dengan perspektif Viotti & Kauppi (1998) bahwa paradigma pluralis melibatkan: 1) Peran aktor negara juga non-negara, 2) Penguraian negara menjadi sejumlah komponen, dengan salah satunya dioperasionalkan secara trans-nasional, 3) Sistem pembentukan kebijakan luar negeri dan transnasional juga menyertakan isu konflik, koalisi negosiasi, dan kompromi guna memperoleh hasil yang konkret, 4) Berbagai rancangan dan isu mengenai sosial-ekonomi, kesetaraan, hingga keamanan nasional.

## **Diplomasi Budaya**

Diplomasi budaya adalah usaha pertukaran budaya antara dua atau lebih kelompok budaya yang dijalankan dalam rangka memperkuat kerja sama antar kelompok dan memajukan kepentingan nasional. Diplomasi kebudayaan tidak hanya dapat dilakukan oleh pemerintah maupun lembaga non-pemerintah, tetapi dapat juga dilakukan oleh individual maupun kolektif dan setiap warga negara. Sehingga pola hubungan diplomasi kebudayaan bisa terjadi antara siapa saja baik itu pemerintah-pemerintah, pemerintah swasta, swasta-swasta, individu-individu, pemerintah-individu dan yang lainnya, dengan tujuan pada sasaran utamanya mempengaruhi kepentingan umum baik pada level nasional maupun internasional (Roy, 1995). Menurut Leonard (2002), suatu negara melakukan diplomasi budaya untuk beberapa tujuan. Tujuan tersebut sebagai berikut: (1) *Increasing Familiarity*, yakni untuk membentuk, meningkatkan, dan memperbarui citra negara di hadapan publik internasional; (2) *Increasing Appreciation*, yakni untuk menciptakan persepsi positif negara serta meyakini pihak lain untuk melihat suatu masalah atau

fenomena dari sudut pandang negara itu; (3) *Engaging People*, yakni untuk mendorong publik internasional melihat suatu negara sebagai tujuan yang menarik untuk berwisata. Selain itu, suatu negara menggunakan langkah ini sebagai upaya untuk memajukan produk lokalnya; (4) *Influencing People's Behavior*, yaitu untuk mendorong perusahaan asing agar berinvestasi serta mendorong dukungan publik agar negara tersebut mendapat pengakuan di lingkup internasional.

Selanjutnya, menurut Mark (2009), terdapat elemen-elemen yang terdapat dalam upaya diplomasi budaya. Elemen-elemen itu, antara lain: 1) *Actors and government involvement* (Pelaku dan keterlibatan pemerintah). Dalam upaya diplomasi budaya memerlukan keterlibatan baik aktor dari *state* (pemerintah) dan aktor non pemerintah dengan tujuan untuk mendukung tujuan politik luar negeri suatu negara dan memproyeksikan citra negara di luar negeri. 2) *Objective* (Tujuan). Umumnya, tujuan dasar atau tradisional dari diplomasi budaya ialah menciptakan sikap saling pengertian, mencegah etnosentrisme, stereotip maupun pencegahan konflik. Namun, tujuan dari diplomasi budaya dapat juga mencakup meningkatkan kerja sama mengenai perdagangan, ekonomi, pertukaran budaya, diplomatik, sarana penghubung antara negara dengan praktisi diplomasi budaya di luar negeri (diaspora), dan membantu menjaga hubungan bilateral di saat terjadi konflik atau ketegangan. 3) *Activities* (Kegiatan). Dalam upaya diplomasi budaya, perlu mencakup suatu aktivitas atau kegiatan budaya yang dapat berkontribusi dalam mencapai kepentingan suatu negara. Hal ini mencakup kegiatan yang melibatkan atau dilakukan oleh pelaku seni seperti seniman, penyanyi dan lainnya, kemudian juga manifestasi kesenian suatu negara seperti film. Kegiatan lain yang juga mencakup promosi budaya seperti bahasa, maupun pertukaran akademisi. Sehingga kegiatan aktivitas budaya tidak hanya bersifat atau terbatas pada '*high culture*,' tetapi juga mencakup aktivitas budaya yang ditargetkan pada populasi atau kalangan yang lebih luas. 4) *Audience*. Aspek *audience* merupakan bagian terpenting dalam diplomasi budaya. Hal ini terkait target diplomasi budaya yaitu publik negara penerima atau tujuan. Tidak hanya pada publik di negara tujuan, audiens diplomasi budaya dapat mencakup anggota diaspora di negara penerima.

### **Diplomasi Digital**

Dampak pandemi *Covid-19* telah mempengaruhi berbagai bidang kehidupan, termasuk

dalam bidang diplomasi. Akibat terbatasnya arus mobilisasi, sarana dan prasarana diplomasi perlahan mengalami perubahan. Diplomasi modern saat ini ditandai dengan adanya perkembangan teknis, terutama digitalisasi yang mempengaruhi layanan diplomasi dan kinerja diplomat. Praktisi diplomasi memandang bentuk teknologi baru sebagai instrumen diplomasi, seperti portal *e-government* serta situs pemerintahan lainnya yang berskala nasional dan internasional (Gulf Research Center, 2020).

Diplomasi digital juga dikenal dalam berbagai istilah seperti *e-diplomacy*, *cyber diplomacy*, *virtual diplomacy*, *networked diplomacy* atau *social diplomacy*. Terdapat beberapa keunggulan dalam diplomasi digital yang dipraktikkan selama pandemi sehingga memicu tren diplomasi baru. Pertama, diplomasi digital berdampak pada peningkatan efisiensi penggunaan waktu kerja yang dapat digunakan untuk menambah intensitas dialog atau pertemuan dalam rentang waktu tertentu. Kedua, terbangunnya jaringan diplomatik bagi lembaga internasional, organisasi kemanusiaan, akademisi, dan aktor lokal lainnya. Ketiga, diplomasi digital memungkinkan terjalinnya komunikasi

### **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan mengacu pada hasil riset yang diperoleh melalui eksplorasi terhadap fenomena sosial tertentu. Data yang disajikan berupa hasil analisis dan deskripsi berdasarkan pelaksanaan wawancara dengan sejumlah informan, studi literatur, maupun observasi lapangan. Informan penelitian ini adalah perwakilan Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Provinsi Kalimantan Barat, Disporapar Kota Singkawang, dan aktor-aktor non-pemerintah yang bergerak di bidang budaya. Untuk validitas data digunakan teknik triangulasi sumber yang bertujuan untuk membandingkan data dari berbagai sumber yang berbeda. Kemudian pelaksanaan analisis data berdasarkan pendekatan kualitatif berfokus pada tiga tahapan, yakni reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan.

### **Kerja Sama serta Komitmen Pemerintah dan Aktor Non-Pemerintah untuk Mendukung dan Mempromosikan Diplomasi Budaya**

Secara tradisional, diplomasi budaya menurut Ang dkk. (dalam Ishar & Triandafyllidou, 2020) merupakan alat *soft power* yang digunakan oleh negara atau organisasi internasional untuk mencapai tujuan dari kebijakan luar negerinya. Diplomasi budaya

dalam perspektif ini akan terbatas pada praktik yang dilakukan oleh diplomat formal yang mewakili pemerintahan negaranya dengan menggunakan sumber daya budaya untuk memajukan kepentingan nasionalnya. Namun dalam beberapa tahun terakhir, ditemukan definisi yang lebih luas di mana diplomasi budaya merupakan upaya untuk mempromosikan seni, pembangunan kapasitas bersama, serta pertumbuhan ekonomi dan sosial yang melibatkan masyarakat sipil, baik sebagai produsen maupun konsumen kegiatan budaya. Hal ini kemudian menyebabkan definisi diplomasi budaya diperluas sehingga dapat digunakan untuk merujuk pada kegiatan pertukaran barang dan jasa budaya, kerja sama antara yayasan dan kementerian budaya, seniman dan kurator dari berbagai negara. Lebih luas, kegiatan diplomasi budaya juga dapat digunakan untuk memajukan kepentingan geopolitik tertentu atau untuk memajukan perekonomian dan perdagangan.

Dalam penelitian ini, upaya diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Singkawang juga melibatkan berbagai pihak dalam pelaksanaannya. Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam praktik promosi dan kerja sama diplomasi budaya Kota Singkawang menurut Kepala Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Disporapar Kota Singkawang adalah Pemerintah Kota Singkawang serta Majelis Seni Budaya Kota Singkawang yang merupakan perkumpulan dari paguyuban multi-etnis yang ada di Kota Singkawang. Selain itu, terdapat pula Komunitas Pecinta Pejuang Instagram dan Generasi Pesona Indonesia (GenPI) Kota Singkawang yang berdiri di bawah naungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Maulana, 2021).

GenPI Kota Singkawang berdiri pada tahun 2018 dan telah melibatkan diri dalam berbagai perhelatan kebudayaan dan pariwisata. Pemerintah Kota Singkawang juga menggandeng GenPI untuk turut mempromosikan tempat wisata, budaya, dan produk-produk lokal Singkawang kepada masyarakat domestik bahkan internasional. Pada tahun 2019, GenPI menjadi salah satu pengisi acara di festival pariwisata *Rainforest* di Sarawak, Malaysia. Festival *Rainforest* adalah festival musik tahunan dari seluruh dunia. Negara-negara yang bergabung dalam festival tersebut menampilkan musik tradisional khasnya masing-masing. Ketika itu, GenPI Kota Singkawang diberikan kesempatan untuk menampilkan pertunjukan musik dengan tiga alat musik yang berasal dari Kota Singkawang, yakni alat musik khas Dayak, Tionghoa, dan Melayu (Novrianto, 2021).

Selain penampilan musik tradisional, dalam festival tersebut diadakan pula

pertunjukan tarian dan perkenalan produk khas dari negara masing-masing. *Audiences* yang meramaikan Festival *Rainforest* itu tidak hanya berasal dari Asia, namun juga dari Eropa. Bapak Iwan Setiawan selaku Kepala Seksi Pemasaran dan Industri Pariwisata Disporapar Kota Singkawang juga menyatakan bahwa pihaknya turut memperkenalkan dan mempromosikan *Cap Go Meh* kepada pengunjung Festival *Rainforest* (Setiawan, 2021). Melalui hal tersebut, Pemerintah Kota Singkawang dan kelompok GenPI telah turut melakukan diplomasi budaya kepada publik dengan tujuan mempromosikan pariwisata di Kota Singkawang, di antaranya Festival *Cap Go Meh*.

Menurut Mustarudin, selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata, Kota Singkawang memiliki daya tarik bagi wisatawan lokal dan mancanegara. Singkawang juga termasuk di dalam Riparnas (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional) Tahun 2010-2025. Singkawang masuk sebagai salah satu DPN (Destinasi Pariwisata Nasional). Sementara di dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (Riparda) yang di atur dalam Perda No. 8 Tahun 2017, Singkawang menjadi salah satu KSPP (Kawasan Strategi Pariwisata Provinsi). Hal tersebut juga yang mendasari Disporapar Kalbar berupaya mengembangkan destinasi yang ada di Kota Singkawang baik melalui *event*, festival dan sebagainya (Mustarudin, 2021).

Adapun kolaborasi Disporapar Kalbar dan Singkawang di saat pandemi ini, yakni adanya program *Singkawang Reborn*, dengan bekerja sama juga dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Singkawang juga termasuk dalam kabupaten yang penerima bantuan terkait pengembangan Pokdarwis (kelompok sadar wisata), penyediaan cadangan dan prasarana dalam mendukung protokol kesehatan. Disporapar Kalbar juga telah menyosialisasikan pengelolaan pariwisata di tingkat lanjut dan tata tara pelaksanaan event di masa pandemi. Disporapar Kalbar menyatakan terdapat kelemahan karena Kalimantan Barat belum sepenuhnya memiliki kualitas level internasional layaknya seperti di Bali dan sebagainya sehingga terdapat upaya dalam melakukan pembinaan *event organizer* (EO), dan kolaborasi dengan masyarakat dalam pengembangan jasa-jasa pariwisata khususnya di Kota Singkawang (Mustarudin, 2021).

## Upaya Pemerintah dan Aktor Non-Pemerintah melalui Penerapan Platform Digital (e-Diplomacy) dalam Mendukung dan Mempromosikan Diplomasi Budaya

Pada tahun 2019, Indonesia menggagas penggunaan teknologi digital sebagai sarana diplomasi jenis baru dalam pembukaan *Regional Conference on Digital Diplomacy* (RCDD). Acara yang dihadiri 200 peserta dari 16 negara Asia Pasifik tersebut menjadi kesempatan bagi Indonesia untuk memperkenalkan transformasi diplomasi tradisional menjadi diplomasi melalui media digital yang menampilkan beberapa tarian etnik kontemporer dari Indonesia. Menurut Retno Marsudi selaku Menteri Luar Negeri Republik Indonesia, diplomasi harus mampu beradaptasi menyesuaikan perkembangan yang terjadi agar tidak tertinggal. Oleh sebab itu, kemajuan teknologi digital menjadi salah satu solusi yang dapat mendukung terwujudnya diplomasi kontemporer di masa kini (Kementerian Luar Negeri RI, 2019).

Pada masa pandemi *Covid-19*, diplomasi tradisional yang dilakukan melalui pertemuan secara langsung menjadi sulit untuk dilakukan. Melalui diplomasi digital, setiap negara kemudian memiliki kesempatan yang sama untuk terlibat dalam politik internasional. Hal tersebut menyebabkan sekat diplomatik yang sebelumnya ada menjadi berkurang, sehingga negara-negara di dunia memiliki sarana penyampaian argumen yang seimbang antara satu dan lainnya melalui media digital. Menurut laporan *We Are Social* pada tahun 2020, terdapat sebanyak 3,8 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia dan jumlah ini terus meningkat setiap tahunnya. Oleh sebab itu, diplomasi digital menjadi tren yang berkembang dengan media sosial sebagai salah satu sarana yang dominan digunakan dalam kegiatan diplomasi (Triwibowo, 2020a).

Di Indonesia, Pemerintah Kota Bogor melakukan pelaksanaan *Cap Go Meh* secara *online* atau daring. Tidak seperti perhelatan *Cap Go Meh* di tahun-tahun sebelumnya, perayaan *Cap Go Meh* daring ini dirayakan dalam bentuk *street festival* atau pawai karena dikhawatirkan akan menimbulkan kerumunan massa yang dapat memicu penyebaran *Covid -19*. Meskipun demikian, Arifin Himawan selaku Ketua *Cap Go Meh* Bogor menyatakan bahwa pelaksanaan *Cap Go Meh online* tidak akan menghilangkan makna dari tradisi yang telah ada. Adapun perayaan *Cap Go Meh online* di Kota Bogor yang sepenuhnya melibatkan koordinasi dengan Satuan Tugas Penanganan *Covid-19* tersebut dilangsungkan selama sekitar 45 menit dan dimeriahkan dengan adanya pertunjukan kesenian kolaborasi budaya Sunda dan Tionghoa yang telah direkam sebelumnya. Selain

itu, diadakan pula doa bersama dari perwakilan lintas agama. Untuk melengkapi siaran *online* tersebut, panitia turut menampilkan video dari perayaan *Cap Go Meh* tahun sebelumnya. Di samping itu, panitia juga mendekorasi Lawang Suryakencana dengan lampu dan lampion untuk memeriahkan peringatan *Cap Go Meh* di Kota Bogor (Maullana, 2021).

Sejalan dengan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bogor, Pemerintah Kota Singkawang sendiri telah melakukan langkah-langkah untuk memeriahkan momentum *Cap Go Meh* di masa pandemi *Covid-19* meskipun hanya secara virtual melalui media sosial. Menurut Bapak Heri Apriadi selaku Kepala Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (Disporapar) Kota Singkawang, terdapat beberapa hal sebagai berikut. *Pertama*, melakukan siaran rekaman *Cap Go Meh* tahun 2020. Hal tersebut dilakukan mengingat adanya aturan pembatasan aktivitas yang melibatkan banyak khalayak, maka melalui rapat antara Disporapar dengan pihak berwajib, Festival *Cap Go Meh* tahun 2021 hanya dapat dilakukan melalui pemutaran rekaman. Sedangkan untuk ritual, hanya dilakukan di Kelenteng tanpa dihadiri oleh masyarakat. Adapun media yang digunakan untuk membagikan siaran tersebut adalah melalui akun *Youtube* resmi Disporapar, yakni *Pasti ke Singkawang*. *Kedua*, pihak Disporapar juga memiliki akun media sosial yang digunakan sebagai sarana penyaluran informasi dengan menggunakan *Website*, *Instagram*, dan *Facebook* yang memiliki nama pengguna *Pasti ke Singkawang*. *Ketiga*, Pemerintah Kota Singkawang juga mendekorasi kota untuk memeriahkan momentum Imlek dan *Cap Go Meh* di tahun 2021, seperti memasang lampion dan membuat gapura di jalan-jalan pusat tertentu di Kota Singkawang. Adapun anggaran dekorasi dibiayai melalui APBD Kota Singkawang, Lembaga Swadaya Masyarakat, pengusaha Tionghoa, serta donasi yang diperoleh dari media sosial (Apriadi, 2021).

Sementara itu menurut Teddy selaku masyarakat Singkawang yang aktif menggunakan media sosial, sebelum pandemi *Covid-19*, Festival *Cap Go Meh* diadakan secara meriah dan banyak pengunjung turut berkontribusi untuk mempromosikan festival tersebut dengan membagikan foto-foto dan video melalui media sosial. Akibat pandemi *Covid-19* dan Festival *Cap Go Meh* ditiadakan, masyarakat hanya dapat membagikan foto dari ritual Imlek dan *Cap Go Meh* yang hanya diselenggarakan secara terbatas di tempat peribadatan masyarakat Tionghoa di Singkawang melalui media sosial (Teddy, 2021).

Adi Sucipto selaku Wakil Ketua Bidang Hukum dan Advokasi Majelis Adat

Budaya Tionghoa (MABT) Kota Pontianak menyatakan bahwa di tengah kondisi pandemi *Covid-19* ini, aktivitas budaya sangat membutuhkan teknologi digital terutama terkait upaya promosi. Menurutnya, kemajuan teknologi yang telah canggih dapat mempermudah akses informasi di antaranya mengenai budaya. MABT sendiri sangat mendukung pemerintah untuk mengembangkan diplomasi digital untuk mempromosikan budaya dan pariwisata (Sucipto, 2021).

Triwibowo dalam tulisannya berjudul “*Diplomacy and Covid-19: A Reflection*” menyatakan bahwa diplomasi saat ini hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi untuk berbagi informasi dan bukan sebagai seperangkat praktik dalam hubungan internasional yang dapat berkontribusi dalam menangani krisis. Seharusnya, salah satu unsur inti dari diplomasi di masa pandemi adalah komunikasi antar-aktor untuk menumbuhkan rasa saling pengertian untuk mencapai tujuan dan menyelesaikan permasalahan bersama (Triwibowo, 2020b).

Untuk itu, pemerintah diharapkan dapat memberi perhatian terhadap perkembangan tren diplomasi digital dan melibatkan peran serta dari masyarakat untuk turut bekerja sama dalam mewujudkan pertukaran informasi yang lebih optimal serta terlibat dalam hubungan internasional. Media sosial merupakan media yang dapat menjangkau masyarakat secara luas yang memungkinkan masyarakat semakin terintegrasi dalam pertukaran informasi yang masif. Dengan demikian, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana diplomasi, di mana masyarakat dapat turut ikut serta dalam politik internasional. Menurut Triwibowo (2020a), media sosial memberikan kemudahan bagi aktor diplomasi untuk mewujudkan kepentingan ekonomi, politik, dan budaya negaranya. Selain itu, media sosial sebagai sarana diplomasi juga dapat memberikan kontribusi bagi pembentukan citra negara.

### **Upaya Pemerintah dan Aktor Non-Pemerintah dalam Memberikan Ruang bagi Diplomasi Budaya dalam Kondisi Regulasi terkait Pandemi Covid-19**

Terkait upaya diplomasi dan mempertahankan destinasi pariwisata, Disporapar Kalbar menyatakan bahwa berwisata di masa pandemi diperbolehkan selama sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku. Adapun Disporapar telah melaksanakan sosialisasi kepada pelaku usaha jasa pariwisata baik pengelola tempat wisata, hotel maupun restoran. Sosialisasi tersebut berkaitan dengan penerapan sertifikasi CHSE (Clean, Healthy, Safety, Environment) sebagai panduan dalam menjaga kebersihan, kesehatan, keselamatan dan

lingkungan di destinasi atau tempat wisata. Sertifikat CHSE juga dapat meyakinkan kepada publik bahwa tempat wisata tersebut aman dan memiliki fasilitas yang memadai bagi para pengunjung (Mustarudin, 2021).

Salah satu kawasan di Kalimantan Barat yang mendapat pengakuan nasional dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada tahun 2020 adalah Hutan Adat Sungai Utik. Hutan adat tersebut terletak di Kabupaten Kapuas Hulu yang memiliki luas 9.480 hektar. Masyarakat yang menempati kawasan Sungai Utik merupakan suku Dayak Iban dengan ciri khas bangunan tempat tinggal yang berupa Rumah Betang atau rumah panjang yang ditempati secara komunal. Melalui pengakuan hutan adat oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan tersebut, masyarakat Dayak Iban mempunyai payung hukum untuk menjaga dan mengelola hutan secara bijak. Sebelumnya, masyarakat Iban juga telah mendapatkan penghargaan Internasional dari *United Nations Development Programme* (UNDP) pada September 2019 di New York, Amerika Serikat atas konsistensi dan kegigihan masyarakat Suku Iban dalam menjaga keasrian Hutan Adat Sungai Utik (Prastiwi, 2020).

Pengakuan hutan adat baik secara nasional maupun internasional turut mendapat sambutan dari dalam negeri. Pada Agustus 2020, diselenggarakan konferensi pers daring yang diselenggarakan oleh Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) bertepatan dengan Hari Masyarakat Adat Internasional. Peringatan tersebut menjadi momen penting untuk mengingatkan masyarakat dan pemerintah untuk memberikan perhatian kepada pelestarian sumber daya alam serta pentingnya kemampuan beradaptasi di tengah perubahan lingkungan dan teknologi (Adiyudha, 2021). Pada awal tahun 2021, Komunitas Dayak Iban di Sungai Utik membentuk Sekolah Adat yang diberi nama Sekolah Adat Temenggung Judan Sungai Utik. Pembangunan sekolah adat bertujuan untuk meneruskan tradisi adat dan budaya masyarakat Sungai Utik kepada generasi muda (Timotius, 2021a). Selain sekolah adat, masyarakat Sungai Utik telah terlebih dahulu membentuk rumah budaya yang merupakan replika dari Rumah Betang, yakni ciri khas masyarakat setempat. Rumah budaya tersebut terdiri dari perpustakaan, ruang tato, ruang tenun, ruang artefak budaya, ruang IT, dan beberapa fasilitas pendukung lainnya serta telah menjadi salah satu situs budaya yang dipamerkan di *Mother Earth and Architecture* yang merupakan pameran seni yang diselenggarakan di Jakarta. Dalam skala internasional, rumah budaya juga dipamerkan di pada Indelfnesia Tahun 2020 Urban and

Architecture di X TU Delft, Belanda (Timotius, 2021b).

Sementara itu di tengah pandemi *Covid-19*, pemerintah Kalimantan Barat melalui Disporapar Provinsi Kalbar menyampaikan bahwa pihaknya telah mengembangkan desa wisata yang tersebar di 14 kabupaten dan kota. Konsep desa wisata sendiri berasal dari ide untuk menyatukan keindahan sumber daya alam dan budaya pedesaan yang diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan (Rahmayunita, 2021). Desa wisata menjadi destinasi wisata yang unik karena dapat menghadirkan norma, kesadaran bersama dan ideologi, pemimpin adat dan tokoh kunci yang mewariskan kearifan lokal, serta rasa kepemilikan bersama untuk memajukan komunitasnya yang masih erat (Antara News, 2021).

Menurut Windy Prihastari selaku Kepala Dinas Disporapar Provinsi Kalbar, selain meningkatkan sektor pariwisata daerah, desa wisata juga diharapkan mampu menjadi sarana regenerasi ekonomi masyarakat setempat. Lebih lanjut Kepala Dinas Disporapar Provinsi Kalbar juga menyampaikan bahwa salah satu target dari adanya pengembangan desa wisata adalah untuk menghadirkan pembelajaran dan berbagi pengalaman antara wisatawan dengan penduduk desa mengenai pemahaman tentang perbedaan cara hidup serta mengenai kesadaran tentang pelestarian sumber daya. Terkait implementasi desa wisata, pihak Disporapar Provinsi Kalbar berupaya mendorong pihak desa agar dapat menerapkan aturan pengelolaan lingkungan, budaya, dan pariwisata secara bijaksana (Antara News, 2021).

Dalam pelaksanaan festival budaya saat pandemi, Mustarudin (2021) menyampaikan terdapat acara kesenian yang akan dilaksanakan, seperti Seni Adrah yang turut melibatkan masyarakat secara langsung. Kemudian terdapat Festival Budaya Robo-Robo, namun adanya instruksi *physical distancing*, maka titik kumpul festival tersebut akan dibagi di beberapa tempat. Mustarudin mengakui bahwa aspek pariwisata hanya menjadi dan bukan prioritas pemerintah daerah saat pandemi sehingga perencanaan *event* yang telah disiapkan tidak dapat terlaksana seperti Festival Titik Kulminasi tiap bulan Maret dan September, Festival Bahari Lemukutan dalam rangka ulang tahun Kabupaten Bengkayang, Festival Kelam (*Kelam tourism festival*) dan Festival Danau Sentarum. Sejumlah *event* tersebut tidak dapat dilaksanakan karena adanya *refocusing* anggaran penanganan *Covid-19* (Mustarudin, 2021).

Mustarudin (2021) menyatakan “... Kita setiap tahun melaksanakan yang namanya *Kharisma Event Nusantara*, dulu namanya *Calender of Event dan Cap Go Meh* termasuk salah satu yang kita unggulkan, termasuk juga *Festival Danau Sentarum*, untuk di Pontianak itu *Titik Kulminasi*. Dengan kata lain, *Cap Go Meh* memiliki daya tarik tersendiri dan dapat bersaing dengan wisata-wisata lain di tingkat nasional. Namun, tahun 2021, *Cap Go Meh* tidak dapat dilaksanakan, terlebih lagi Singkawang dan Pontianak sempat ditandai sebagai *red zone*. Gubernur Kalbar kemudian melarang dan membatasi kegiatan mengenai perayaan tahun baru *Chinese* tersebut, tetapi untuk kegiatan ritual tetap diperbolehkan. Pelarangan tersebut juga sebagai bentuk mencegah penyebaran dan kekhawatiran Pemerintah Daerah Kalbar karena kegiatan *Cap Go Meh* lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan asal Tiongkok.

Meskipun dalam situasi pandemi, Disporapar Kalbar juga berupaya tetap mempertahankan eksistensi budaya dan wisata melalui pagelaran seni secara *offline* dan *online*, dengan dihadiri secara terbatas sekaligus memvirtualkan seni tersebut kepada masyarakat. Dalam hal promosi, Disporapar juga mempromosikan *website* dan sistem informasi kepariwisataan, olahraga dan ekonomi kreatif yaitu “Si Kepo”, melalui sistem tersebut Disporapar mempromosikan seluruh usaha jasa baik destinasi maupun ekonomi kreatif yang perlu di kembangkan dorong dan Singkawang merupakan salah satunya. Adapun semua kabupaten atau kota dapat mengakses dan bisa mengisi platform yang telah disediakan. Disporapar Kalbar mengakui terdapat kekurangan internal seperti masalah SDM, namun berkaitan dengan *virtual meeting* dan *live streaming* telah dilaksanakan secara terpadu melalui dukungan dari Kominfo (Mustarudin, 2021).

Disporapar Kalbar menyebutkan bahwa pementasan dan pagelaran seni secara virtual cukup penting dalam memperkenalkan budaya dan wisata. Namun terdapat kondisi dilematik apabila kembali kepada tujuan dari pariwisata itu sendiri, seperti meningkatkan kesejahteraan, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, devisa, pergerakan dari wisatawan nusantara, berkaitan dengan pengeluaran dan sebagainya. Mustarudin (2021), menyebutkan bahwa:

*“Apabila pelaksanaan budaya diterapkan virtual secara penuh, maka belum tentu memberikan dampak yang besar. Pihak hotel yang merupakan bagian dari usaha jasa pariwisata tidak akan merasakan dampaknya, kemudian berkaitan dengan kuliner itu juga tidak, kemudian penginapan juga tidak karena adanya virtual. Kemudian ekraf (ekonomi kreatif) mungkin bisa melakukan penjualan melalui*

*virtual dengan sistem kita yaitu “Si Kepo”, tetapi sekarang sudah banyak usaha seperti Shopee dan lain sebagainya” (Mustarudin, 2021).*

Akan tetapi, Mustarudin menyebutkan bahwa Disporapar juga bekerja sama dengan Shopee, dan media-media *online* dalam penjualan barang seni dan hasil dari kerajinan lokal, karena pariwisata ini tidak hanya destinasi tetapi ekonomi kreatif yang menjadi target dari pemerintah. Beliau menambahkan bahwa saat ini belum berdampak besar, tetapi apabila berkaitan dengan diplomasi budaya, maka hal tersebut dapat menjadi media promosi dan memperluas kerja sama dengan pihak-pihak lain (Mustarudin, 2021).

Di samping itu, program dari Disporapar Kalbar di masa pandemi ialah membenahan terhadap objek-objek wisata mengingat kunjungan wisatawan belum terlalu penuh, hal ini sesuai dengan prioritas Gubernur, di mana mengupayakan destinasi Pantai Temajuk Paloh, akan menjadi destinasi nasional. Di Temajuk, Disporapar menyatakan terdapat bantuan yaitu Program Hibah Jalan Daerah (PHJD) dalam membentuk KSPN (Kawasan Strategi Pariwisata Nasional), salah satu yang menjadi prioritas ialah Pantai Temajuk dan Danau Sentarum. Adapun Disporapar juga kita berusaha melakukan vaksinasi bagi pelaku usaha jasa pariwisata, bekerja sama dengan Direktorat Pengamanan Obyek Vital. Berdasarkan *timeline*, di era pandemi ini dan pada masa *new normal*, di Bulan Januari hingga Mei 2020, merupakan periode vaksinasi untuk tenaga usaha jasa pariwisata. Sementara Bulan Juni sampai September 2021, merupakan masa transisi, kemudian targetnya bisa melaksanakan *event* sekitar Bulan Oktober hingga Desember 2021 (Mustarudin, 2021).

Terkait kondisi vaksinasi, Disporapar Kalbar menyampaikan belum ada aturan terkait kewajiban telah vaksin apabila masyarakat melakukan kunjungan ke *mall* atau obyek wisata, tetapi Disporapar mengharapkan bahwa seluruh masyarakat bisa turut mendukung vaksinasi demi melindungi diri dan orang lain dari virus Corona. Mustarudin (2021), menyebutkan bahwa dengan kondisi pintu masuk dari negara lain yang ada di Kalimantan Barat seperti di Aruk, Entikong, Badau, yang masih ditutup sehingga Bandara Supadio itu juga mengalami penurunan kunjungan secara drastis. Sehingga praktis sejak tahun 2020, Disporapar juga melakukan perubahan terhadap Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kalimantan Barat, misalnya sebelum pandemi, target kunjungan wisatawan Kalbar telah melampaui target baik mancanegara maupun nusantara. Namun setelah pandemi, mengalami *minus* sekitar 90%. Selanjutnya

Disporapat melakukan penyesuaian menyesuaikan target, apabila sebelum pandemi diharapkan terjadi kunjungan 75.000 wisatawan mancanegara dan 5.000 wisatawan nusantara. Saat ini, target per bulannya berkisar di ratusan wisatawan dan hal ini menjadi kesempatan lain bagi Disporapar dalam melaksanakan pembenahan baik berkaitan dengan imunitas maupun sarana dan prasarana obyek wisata.

### **Simpulan**

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan diplomasi budaya di masa pandemi belum dapat berjalan secara optimal. Hal tersebut dikarenakan terdapat kebijakan yang tegas terkait pelarangan kegiatan yang melibatkan banyak orang. Selain itu, kurangnya sumber daya manusia juga menjadi tantangan bagi Pemerintah Kalimantan Barat untuk melakukan diplomasi budaya terutama melalui media virtual. Tantangan lainnya yang ditemukan adalah kurangnya perhatian Pemerintah Kalimantan Barat untuk memajukan sektor budaya dan pariwisata karena bidang tersebut belum menjadi prioritas. Meskipun demikian, baik pemerintah Kalimantan Barat maupun Singkawang tetap memberikan ruang bagi pelaksanaan diplomasi budaya di masa pandemi. Hal ini terlihat dari upaya pemerintah dalam melakukan pembenahan terhadap objek wisata, mendorong pelaku usaha agar memiliki sertifikat CHSE, serta memastikan para pelaku usaha dan pengelola destinasi wisata telah melaksanakan vaksinasi di masa pandemi *Covid-19*.

### **Referensi**

- Adiyudha, R. (2021). *Masyarakat Adat Sungai Utik Terbukti Tangguh Hadapi Pandemi*. Diakses pada 9 September 2021, dari Republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/qes615423/masyarakat-adat-sungai-utik-terbukti-tangguh-hadapi-pandemi>.
- Antara News. (2021). *Disporapar Kalbar Targetkan Bentuk 15 Desa Wisata sebagai Percontohan*. Diakses pada 9 September 2021, dari Antara News: <https://kalbar.antarane.ws.com/berita/473650/disporapar-kalbar-targetkan-bentuk-15-desa-wisata-sebagai-percontohan>.
- Apriadi, H. (2021). Model Strategi Diplomasi Budaya di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh di Kota Singkawang. (W. A. Suwarso, Pewawancara)
- Atmodjo, S. T., & Wijaya, N. (2019). Pengaruh Festival Cap Go Meh terhadap Peningkatan Pendapatan pada Sektor Perdagangan dan Jasa Kota Singkawang. *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 10(1), 41-51.

- Azzuhri, M. (2012). Konsep Multikulturalisme dan Pluralisme dalam Pendidikan Agama: Upaya Menguniversalkan Pendidikan Agama dalam Ranah Keindonesiaan. *Forum Tarbiyah*, 10(1), 13-29.
- Badan Pusat Statistik. (2011). *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama, dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia: Hasil Sensus Penduduk 2010*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dinas Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat. (2021). *Website Resmi Dinas Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat*. Diambil kembali dari Kategori Risiko Kenaikan Kasus Kabupaten/Kota Provinsi Kalimantan Barat
- Gulf Research Center. (2020). *Gulf Research Center*. Diakses 30 April 2021, dari Diplomacy in the time of the Coronavirus Pandemic: <https://www.grc.net/public/documents/5f9abb9b17b1cDiplomacyinthetimeoftheCOVID19pandemic.pdf>.
- Ishar, Y. R., & Triandafyllidou, A. (2020). Introduction to this Special Issue Cultural Diplomacy: What Role for Cities and Civil Society Actors? *International Journal of Politics, Culture, and Society*. doi:10.1007/s10767-020-09385-1
- Katadata.co.id. (2017). Diakses 17 April 2021, dari 1,2 Persen Penduduk Indonesia adalah Etnis Cina: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/01/28/283-persen-penduduk-indonesia-adalah-etnis-cina#>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2017). *Suku Bangsa*. Diakses 17 April 2021, dari <https://indonesia.go.id/profil/suku-bangsa/kebudayaan/suku-bangsa/>
- Kementerian Luar Negeri RI. (2019). *Indonesia Gaungkan Diplomasi Digital di Kawasan*. Diakses Agustus 23, 2021, dari <https://kemlu.go.id/portal/id/read/584/berita/indonesia-gaungkan-diplomasi-digital-di-kawasan>
- Leonard, M. (2002). *Diplomacy by Other Means*. Washington: Newsweek Interactive, LLC.
- Mark, S. (2009). *Discussion Papers in Diplomacy: A Greater Role for Cultural Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations: Clingendael.
- Maulana, R. H. (2021). Model Strategi Diplomasi Budaya di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh di Kota Singkawang. (W. A. Suwarso, Interviewer)
- Maullana, I. (2021). *Cap Go Meh di Bogor Tampilkan Pertunjukan Seni secara Online*. Diakses 17 April 2021 dari Kompas.com: <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/02/26/14380631/cap-go-meh-di-bogor-tampilkan-pertunjukan-seni-secara-online>
- Melano, R. K. (2020). *Pemkot Singkawang Targetkan 100 Ribu Wisatawan saat Cap Go Meh, Data 2018 Malaysia Dominasi*. Diakses 19 April 2021, dari Tribun News Pontianak: <https://pontianak.tribunnews.com/2020/02/03/pemkot-singkawang-targetkan-100-ribu-wisatawan-saat-cap-go-meh-data-2018-malaysia-dominasi>.
- Merry, & Rianto. (2020). Potensi Perhelatan Budaya Cap Go Meh Sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata di Indonesia (Studi Kasus Perhelatan Budaya Cap Go Meh di Kota Singkawang). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 6(1), 15-31.

- Mita, V. (2021). *Meriahnya Perayaan Imlek di Hongkong-nya Indonesia*. Diakses 17 April 2021, dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-singkawang/baca-artikel/13705/Meriahnya-Perayaan-Imlek-di-Hongkong-nya-Indonesia.html>
- Mustafa, A. (2017). *Singkawang 'Sepetak' Hong Kong di Indonesia*. Diakses 17 April 2021, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170127175405-269-189553/singkawang-sepetak-hong-kong-di-indonesia>
- Mustarudin. (2021, Agustus 30). Model Strategi Diplomasi Budaya di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh di Kota Singkawang. (N. Nugrahaningsih, Pewawancara)
- Novrianto, A. (2021). Model Strategi Diplomasi Budaya di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh di Kota Singkawang. (W. A. Suwarso, Pewawancara)
- Patriani, I., & Burhan, R. (2019). Cap Go Meh Festival as a Multicultural Event in Tourism Policy at Singkawang City, Indonesia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, GCBSS Special Edition*.
- Prabhawati, A. (2018). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 158-177.
- Prastiwi, A. M. (2020). *40 Tahun Menanti Pengakuan Hutan Adat Sungai Utik*. Diakses 9 September 2021, dari <https://katadata.co.id/padjar/berita/5f223faa519b6/40-tahun-menanti-pengakuan-hutan-adat-sungai-utik>
- Purba, D. O. (2020). *Dampak Virus Corona, Banyak Wisatawan Batalkan Kunjungan ke Kalbar Jelang Cap Go Meh*. Diakses 19 April 2021, dari Kompas.com: <https://regional.kompas.com/read/2020/02/07/13403161/dampak-virus-corona-banyak-wisatawan-batalkan-kunjungan-ke-kalbar-jelang-cap?page=all>.
- Rahmayunita, H. (2021). *Belasan Desa Wisata Bakal Dibangun di Kalbar, Ini Keistimewaannya*. Diakses 9 September 2021, dari <https://kalbar.suara.com/read/2021/06/02/113623/belasan-desa-wisata-bakal-dibangun-di-kalbar-ini-keistimewaannya?page=all>.
- Ratna, N. K. (2010). *Metode Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Roy, S. L. (1995). *Diplomasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sendari, A. A. (2019). *4 Kawasan Kampung Cina di Indonesia, Bukti Luasnya Persebaran Etnis Tionghoa*. Diakses 17 April 2021, dari Liputan 6 News: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3888620/4-kawasan-kampung-cina-di-indonesia-bukti-luasnya-persebaran-etnis-tionghoa>.
- Setiawan, I. (2021). Model Strategi Diplomasi Budaya di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh di Kota Singkawang 28 Juli 2021. (W. A. Suwarso, Interviewer)
- Sucipto, A. (2021). Model Strategi Diplomasi Budaya di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh di Kota Singkawang. (N. Nugrahaningsih, Interviewer)

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Teddy. (2021). Model Strategi Diplomasi Budaya di Masa Covid-19: Studi Kasus Festival Cap Go Meh di Kota Singkawang. (W. A. Suwarso, Pewawancara)
- Timotius, T. (2021a). *Dayak Iban Sungai Utik Perbatasan Membentuk Sekolah Adat*. Diakses 9 September 2021, dari Antara News: <https://www.antarane.ws.com/berita/1981932/dayak-iban-sungai-utik-perbatasan-membentuk-sekolah-adat>.
- Timotius, T. (2021b). *Dayak Iban Sungai Utik Perbatasan RI-Malaysia Bangun Rumah Budaya*. Diakses 9 September 2021, dari Antara News: <https://kalbar.antarane.ws.com/berita/459852/dayak-iban-sungai-utik-perbatasan-ri-malaysia-bangun-rumah-budaya>
- Triwibowo, A. (2020a). *Diplomasi Digital: Pencitraan Cina Lewat Media Sosial selama Pandemi*. Diakses 23 Agustus 2021, dari The Conversation: <https://theconversation.com/diplomasi-digital-pencitraan-cina-lewat-media-sosial-selama-pandemi-139216>
- Triwibowo, A. (2020b). Diplomacy and Covid-19: A Reflection. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional: Edisi Khusus*.
- Vimont, P. (2020). *Diplomacy During the Quarantine: An Opportunity for More Agile Craftsmanship*. Diakses 30 April 2021, dari Carnegie Europe: <https://carnegieeurope.eu/2020/09/02/diplomacy-during-quarantine-opportunity-for-more-agile-craftsmanship-pub-82559>.
- Viotti, P. R., & Kauppi, M. V. (1998). *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism and Beyond*. Boston: Allyn and Bacon.
- Yumatle, C. (2015). Pluralism. Dalam P. M. Gibbons, *The Encyclopedia of Political Thought* (hal. 1-19).