

Strategi Pencitraan Pariwisata Sri Lanka Melalui *Eco-Cultural Tourism* Pasca Konflik Etnis Tahun 2011-2016

Ni Made Ari Rismaya Dewi¹⁾, Ni Wayan Rainy Priadarsini²⁾, Penny Kurnia Putri³⁾

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: arismayadewi@gmail.com¹⁾, rainypriadarsini@yahoo.com²⁾,
penny.tjokrodihardjo@gmail.com³⁾

ABSTRACT

This study aims to analyze Sri Lanka's imaging strategy through eco-cultural tourism after the 2011-2016 ethnic conflict using qualitative research methods. Sri Lanka has the potential for nature and culture-based tourism or currently known as eco-cultural tourism. However, tourism in Sri Lanka had experienced a drastic decline due to ethnic conflicts that occurred for 26 years. With the desire to develop its tourism, Sri Lanka is re-implementing a tourism strategy as well as to build its image even though it has just been separated from ethnic conflicts through the "Sri Lanka Tourism Development Strategy 2011-2016" internally and especially externally. Researcher uses the framework of national image and cultural diplomacy to analyze Sri Lanka's imaging strategy. This research perceives that Sri Lanka's imaging strategy through cultural diplomacy is characterized by participation in international expos to international cooperation cultural diplomacy was marked by participating in international expos and participating in international forums.

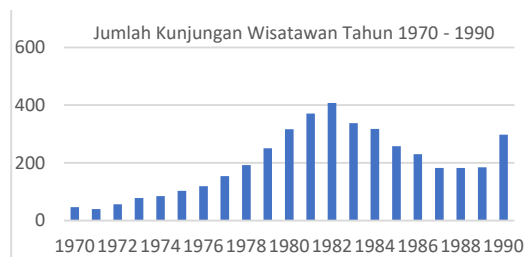
Keyword: Sri Lanka, Eco-Cultural Tourism, Tourism Strategy, National Image, Cultural Diplomacy

1. PENDAHULUAN

Sri Lanka yang awalnya dikenal sebagai negara dengan tujuan wisata massal, kini berangsur-angsur mengubah citranya menjadi tujuan wisata alternatif dengan menggunakan *eco-cultural tourism*. *Eco-cultural tourism* dikenal sebagai bentuk baru dari *eco-tourism* yang menggabungkan aspek ekologi dan budaya berdasarkan tuntutan turis modern dan tren baru dalam pariwisata (Quintana, 2020: 1), serta menjadikan kekayaan alam dan budaya sebagai daya tarik utama dengan tetap mendukung pelestarian habitat alam, pameran budaya, dan sebagai alternatif ekonomi keberlanjutan (Cajee, 2014: 2). Potensi wisata yang ditawarkan Sri Lanka yakni keindahan flora dan fauna, keanekaragaman sumber daya alam, hingga warisan budayanya yang dilestarikan sejak

dulu. Menurut *World Tourism Organization* (WTO), Sri Lanka memiliki keuntungan karena memiliki 49 situs yang digolongkan sebagai atraksi unik, 91 atraksi langka, dan 6 situs warisan dunia.

Grafik 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 1970-1990



Sumber: Sri Lanka Tourism Development Authority (2011)

Pariwisata di Sri Lanka mengalami penurunan kedatangan wisatawan yang cukup drastis akibat konflik etnis antara Hindu Tamil

dengan Buddha Sinhala. Konflik etnis antara Hindu Tamil dengan Buddha Sinhala berlangsung sejak tahun 1983 hingga 2009.

Keadaan pariwisata di Sri Lanka selama konflik mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil berulang kali. Pariwisata di Sri Lanka mengalami penurunan kedatangan wisatawan yang cukup drastis akibat konflik etnis antara Hindu Tamil dengan Buddha Sinhala. Seperti pada Grafik 1.1, peningkatan terus terjadi dari tahun 1970 hingga 1982, namun tahun 1983 terdapat penurunan kunjungan dan semakin menurun hingga tahun 1989. Namun pariwisata Sri Lanka kembali berkembang hingga tahun 2001 akibat penerapan kampanye pembangunan citra dan beragamnya produk pariwisata untuk ditawarkan, salah satunya melalui strategi "*Regaining Sri Lanka*" yang mulai menerapkan *eco-tourism*.

Berkaca dari pengalaman, Pemerintah Sri Lanka kembali merencanakan strategi pariwisata yang diperlukan pasca konflik serta perumusan kebijakan untuk menjaga stabilitas selama penerapan strategi pariwisata. Pemerintah kemudian menyusun visi untuk membangun citra pariwisata berbasis alam dan budaya serta membentuk citra sebagai salah satu tujuan terbaik bagi wisatawan yang berkualitas dengan menawarkan kedamaian, ketenangan, dan atraksi yang beranekaragam. Berdasarkan visi yang dibentuk Sri Lanka, strategi pemasaran dan pembangunan citra Sri Lanka perlu diterapkan untuk mengembangkan *eco-cultural tourism* pasca konflik. Sehingga, penggunaan *eco-cultural tourism* sesuai dengan penyusunan strategi pengembangan pariwisata Sri Lanka melalui "*Tourism Development Strategy 2011-2016*".

Dalam mewujudkannya, strategi pemasaran dan promosi Sri Lanka dilakukan secara eksternal dan internal dengan menyasar wisatawan yang berkualitas.

Peneliti ingin mengetahui pembahasan serta langkah-langkah yang akan dijalankan Sri Lanka dan interaksi seperti apa yang dilakukan Sri Lanka terhadap negara maupun organisasi yang menjadi target diplomasi budaya Sri Lanka dengan potensi *eco-cultural*. Penelitian ini menggunakan konsep citra negara dan diplomasi budaya untuk menjawab rumusan masalah.

2. KAJIAN PUSTAKA

Tulisan pertama adalah jurnal milik Marina Novelli et. al. (2012) yang berjudul "*Tourism in A Post-Conflict Situation of Fragility*". Tulisan ini membahas mengenai pengembangan pariwisata berbasis alam dan budaya di Burundi, yang sedang mengalami 'situasi rapuh' yang muncul dari perang saudara selama 12 tahun. Beirman dalam Novelli et. al. (2012: 1446) menyatakan bahwa situasi ini berbeda dari bencana jangka pendek, karena kerusuhan sipil dapat memengaruhi citra destinasi selama bertahun-tahun yang akan datang, sehingga konflik internal akan memengaruhi pembangunan pariwisata berkelanjutan. Hal ini tentunya menjadi masalah bagi banyak negara berkembang di dunia, yang sebagian besar sangat bergantung pada pariwisata. Situasi inilah yang disebut 'situasi kerapuhan' atau '*situation of fragility*'.

Potensi alam yang dimiliki Burundi terhimpun dalam tiga cagar nasional dan hutan alam. Ibukota Bujumbura menyediakan sebagian besar penginapan dan beberapa

atraksi budaya yang menarik seperti Museum Nasional, Istana Kepresidenan, hingga desa kerajinan. Menurut lima laporan pada '*Burundi Poverty Reduction Strategy Progress Reports*' tahun 2007 hingga 2011, terdapat peluang perkembangan pariwisata di Burundi.

Jika ingin melibatkan kontribusi pariwisata pada kesejahteraan sosial-ekonomi nasional dari situasi rapuh seperti Burundi, penelitian ini menyarankan agar negara meningkatkan pemahaman tentang kompleksitas, potensi, hingga manfaat dari industri pariwisata serta diperlukan juga hubungan yang baik antara para pemangku kepentingan utamanya. Peningkatan kapasitas sektor tertentu juga harus jelas dan fokus pada pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kepemimpinan dasar yang dapat mendukung otoritas lokal untuk memberikan tujuan yang kompetitif dan berkelanjutan kepada khalayak domestik, regional dan global. Tinjauan pustaka pertama membantu peneliti dalam memahami langkah yang dilakukan pemerintah suatu negara sebagai indikator perbaikan citra

Tulisan kedua yang menjadi kajian pustaka peneliti, yaitu "*Eco-Cultural Tourism: A Tool for Environmental, Cultural and Economic Sustainability (A Case Study of Darap Village, West Sikkim)*" tahun 2014, oleh Laitpharlang Cajee. Tulisan ini membahas mengenai penerapan konsep *Eco-Cultural Tourism* dalam menunjang pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya serta konservasi keanekaragaman hayati di wilayah Darap, India.

Konsep *eco-cultural tourism* merupakan bentuk baru dari *eco-tourism* yang mengarah pada pengelolaan sumber daya

untuk memenuhi kebutuhan ekonomi hingga sosial dengan tetap menjaga keutuhan budaya, ekologi, dan keanekaragaman hayati. Salah satu wilayah yang menerapkan konsep ini, yaitu Desa Darap yang terletak di India bagian Timur Laut dengan letak geografisnya yang unik dicirikan dengan hutan lebat, keanekaragaman flora dan fauna, sungai, kawasan perbukitan, air terjun, hingga gunung yang tertutup salju. Dari segi budayanya, daerah ini memiliki 65 suku asli dan 200 sub-suku dengan budaya, adat istiadat, dan tradisi khas yang masih dilestarikan hingga saat ini.

Tempat wisata yang populer dan diminati wisatawan di Desa Darap, yaitu sungai Rimbi yang terletak di lembah Asallah. Selain Asallah, Desa Darap juga menawarkan Rani Dhunga, yang merupakan tempat bersejarah dan religious yang terletak di kawasan gunung Khanchendzonga. Tidak hanya tempat wisata, Desa Darap juga menawarkan keunikan aktivitas sehari-hari yang mengandung nilai budaya dari masyarakat lokal.

Dengan adanya potensi *eco-cultural tourism*, Desa Darap berhasil bangkit dari kondisi kemiskinan yang melanda hingga tahun 2005, dan kini menjadi salah satu destinasi wisata dengan keindahan serta kelestarian alam dan budaya yang unggul di Sikkim Barat. Terakhir, Cajee (2014: 8) menyimpulkan bahwa Desa Darap memiliki potensi yang sangat besar untuk menarik wisatawan melalui gaya hidup pedesaan dan menggiring keberlanjutan yang dikenal dengan pariwisata yang bertanggung jawab. Tulisan ini menjadi acuan dalam tulisan peneliti dalam melihat upaya penerapan *eco-cultural tourism* sebagai pondasi dalam meningkatkan pariwisata.

Tulisan ketiga yang menjadi kajian pustaka peneliti, yaitu "*The Image of Sweden*" oleh Heidi Marie Nömm tahun 2006. Tulisan ini menggunakan negara Swedia sebagai studi kasus untuk mendeskripsikan bagaimana departemen pers, budaya, dan humas Kedutaan Besar Swedia di Berlin mengomunikasikan "*Image of Sweden*" di Jerman dengan menggunakan *website* resmi kedutaan. Tulisan ini memiliki tujuan untuk memahami strategi yang digunakan dalam mencapai fungsi utamanya, yaitu untuk memberikan informasi kepada orang Jerman tentang Swedia dan dampaknya terhadap pembentukan citra nasional yang positif dan menarik.

Cara Kedutaan Besar dalam menginformasikan masalah Swedia-Jerman dan isi informasinya dapat dilihat sebagai cara strategis untuk mengontrol citra Swedia dan sikap publik terhadap Swedia di Jerman. Kedutaan Besar Swedia memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk menginformasikan kepada publik. Departemen pers kedutaan menggunakan lima saluran utama untuk mencapai kelompok sasarannya atau penduduk Jerman, antara lain dengan pers, internet (situs web), acara khusus (*exhibitions*), pameran, dan brosur. Dalam tulisan ini, Nömm (2006: 11) berfokus pada penggunaan situs web dan mengaitkannya dengan model Anholt.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nömm (2006: 38) dengan model *Anholt Nation Brand Index*, hasilnya menunjukkan bahwa citra Swedia yang sudah baik di Jerman hanya perlu diperkuat dan dipertahankan saja karena Swedia telah memiliki citra yang positif di Jerman. Tulisan ini juga menyarankan agar

suatu negara melakukan promosi lintas budaya dan internasional yang seimbang di bidang-bidang yang terdapat dalam teori *Nation Brand Index* oleh Anholt. Oleh karena itu, Kedutaan Besar tetap harus berupaya lebih keras untuk mengomunikasikan area ini kepada publik Jerman. Tinjauan pustaka ketiga membantu peneliti dalam memahami korelasi antara penerapan strategi terhadap citra yang dapat dibentuk oleh suatu negara. Tulisan ini juga menjadi acuan untuk melihat bagaimana Sri Lanka dapat membentuk citra yang positif pasca konflik etnis dari tahun 2011 hingga tahun 2016 dengan menambahkan saran yang diberikan tulisan ini sekaligus memunculkan kebaruan, yaitu melalui promosi lintas budaya dan internasional dengan seimbang yang terangkum dalam strategi pariwisata Sri Lanka melalui diplomasi budaya.

3. METODELOGI PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengetahui strategi pencitraan pariwisata Sri Lanka melalui *eco-cultural tourism* pasca konflik etnis tahun 2011 - 2016. Sumber yang peneliti gunakan yaitu sumber data sekunder yang didapatkan dari pihak kedua, seperti buku-buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, artikel berita daring, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan analisis dalam menjawab rumusan masalah.

Tingkat analisis yang peneliti gunakan yaitu negara sebagai perancang strategi pariwisata dan pengambil kebijakan. Hasil dari penelitian ini disajikan dengan menarasikan data-data yang telah diperoleh dari teknik kepustakaan serta menampilkan data-data

maupun grafik yang diperlukan dalam menganalisis data.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan pariwisata di Sri Lanka telah terbentuk sejak sebelum mendapatkan kemerdekaan dari Inggris karena banyak orang Eropa tertarik pada "Timur". *Government Tourist Bureau* didirikan pada tahun 1937, dengan tujuan menyediakan layanan dan fasilitas yang diperlukan untuk penumpang yang bepergian dari Barat ke Timur melalui laut. Namun, selama tahun 1937 hingga tahun 1977 atau masa sebelum konflik, pemerintah Sri Lanka hanya berfokus membangun pariwisata secara umum dan belum terlalu memfokuskan pariwisata mereka pada kategori *eco-cultural tourism* maupun *eco-tourism*. Hal ini dikarenakan istilah *eco-tourism* sendiri baru dicetuskan pertama kali pada tahun 1983 oleh Hector Ceballos-Lascurain.

Sri Lanka memiliki iklim yang cocok untuk liburan, seperti iklim tropis di wilayah The Low Lands, iklim yang lebih sejuk di Central Hills, hingga musim pantai yang dapat selalu ditemukan di setiap kawasan pantai. Sri Lanka menawarkan berbagai aktivitas pantai yang dapat dinikmati wisatawan, seperti Aluthgama, Bentota, Induruwa, Teluk Arugam, dan delapan pantai eksotis lainnya. Selain pantai, Sri Lanka menawarkan kebun raya nasional Peradeniya dan Hakgala yang memelihara koleksi ilmiah tanaman asli dari seluruh bagian Sri Lanka dan juga dari beberapa negara lain. Tempat wisata berbasis alam lainnya yaitu taman nasional Horton Plains, Adam's Peak, dan The Little Adam's Peak (Godahewa, 2012: 99). Posisi geografis Sri Lanka yang ideal, iklim

ringan namun bervariasi, topografi dan tanah yang sangat menarik, juga menciptakan habitat yang ideal untuk beragam flora dan fauna.

Situs warisan dunia menjadi atraksi pariwisata berikutnya yang menunjang pariwisata Sri Lanka, yang terdiri dari tujuh warisan budaya yang masuk ke dalam Situs Warisan Dunia UNESCO. Beberapa diantaranya yaitu Kota Kuno Polonnaruwa, Kuil Emas Dambulla, dan Kota Suci Anuradhapura (AT Arrivals, 2012). Peninggalan Kerajaan Kandy, kerajaan terakhir di Sri Lanka, juga tetap terlihat eksistensinya dari rumah, istana, dan kuil yang tetap dilestarikan selama 500 tahun meskipun pernah dirusak selama tiga kali selama penjajahan Portugis (Sri Lanka Travel, 2021). Hal ini membuktikan bahwa pemerintah Sri Lanka tetap mengelola warisan budayanya meskipun mengalami konflik puluhan tahun.

Atraksi pariwisata lainnya adalah Kolombo, kota terbesar di Sri Lanka yang dalam hal ini paling banyak menawarkan atraksi pariwisata dan berpengaruh terhadap pariwisata di Sri Lanka. Produk wisata terakhir yang mendukung strategi pariwisata Sri Lanka yaitu festival, seperti misalnya festival Kandy Esala Perahera, Navam Perahera, Hindu Katarama, dan festival Waisak Poya.

Kekayaan alam dan budaya di Sri Lanka tidak hanya terlihat dari fisiknya saja. Terdapat nilai-nilai budaya yang mengacu pada 'masyarakat' dan karakteristik sosial mereka, tradisi dan pola perilaku sehari-hari yang menandai mereka sebagai entitas yang berbeda. Meskipun terdiri dari beragam etnis, agama, dan budaya, secara umum nilai yang terkandung dalam masyarakat Sri Lanka

tercermin dari kebiasaan murah senyum, sifat yang hangat dan ramah, dan sikap toleransi yang tinggi terhadap warga atau wisatawan yang belum terlalu mengenal etnis lokal mereka. Nilai budaya inilah yang juga ingin ditonjolkan dalam strategi pariwisata di Sri Lanka.

Konflik Etnis Hindu Tamil dan Buddha Sinhala

Konflik etnis antara Hindu Tamil dengan Buddha Sinhala berlangsung sejak tahun 1983 hingga 2009. Konflik etnis diawali ketika penjajah Inggris yang membentuk etnis Sinhala dan Tamil yang terpolarisasi, terutama pada bidang pekerjaan. Namun, setelah merdeka dari Inggris, etnis Sinhala melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan kembali warisan etnis dan menegaskan kembali posisi mereka sebagai etnis mayoritas di Sri Lanka hingga akhirnya konflik memuncak tahun 1983 hingga 2009 (Adriana, 2014: 33).

Selama konflik berlangsung, beberapa putaran pembicaraan damai hingga mediasi internasional dengan India dan Norwegia sebagai fasilitator telah diupayakan untuk menyelesaikan konflik. Namun, kedua mediasi yang telah dilakukan tidak berhasil mengakhiri konflik dan justru membuat konflik kembali meningkat ke tingkat teror yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah Sri Lanka yang mengakibatkan LTTE diberikan label sebagai organisasi teroris oleh 32 negara. Pada Mei 2009, presiden Sri Lanka mengumumkan kemenangan atas LTTE melalui kekalahan militer setelah konflik yang telah berlangsung selama 26 tahun. Konflik ini tercatat telah menimbulkan 70.000 hingga 100.000 korban jiwa.

Pencitraan Melalui Pariwisata

Dalam konteks ini, memang terdengar cukup naif untuk memanfaatkan sektor seperti pariwisata dapat memainkan peran positif dalam 'situasi kerapuhan' yang terkena dampak konflik atau pasca-konflik, terutama mengingat kekhawatiran atas kemampuan yang dimiliki negara untuk menghasilkan citra yang positif. Terlebih lagi Sri Lanka yang ingin menggunakan basis *eco-cultural* mereka untuk mempromosikan pariwisatanya. Dari segi ekologi, konflik etnis mengakibatkan beberapa dampak diantaranya seperti bekas pemboman serta *UXO (Unexploded Ordnance)* yang dihasilkan dan kontaminasinya pasca konflik menurut (Dathan, 2018) berdampak pada populasi satwa liar hingga tempat-tempat wisata populer berbasis budaya di daerah-daerah yang berbatasan dengan bekas zona konflik, seperti Anuradhapura, Polonnaruwa, hingga Dambulla juga terkena dampak buruk karena persepsi risiko keamanan dan keselamatan (Institute of Policy Studies of Sri Lanka, 2010: 3).

Selama konflik, Sri Lanka juga memiliki citra yang buruk di dunia internasional. Pada awal konflik, citra ini berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang menunjukkan penurunan tajam hingga tahun 1985 akibat turis dan investor asing yang merasa terguncang akibat melihat gedung-gedung yang terbakar dan kerusakan yang terjadi di Sri Lanka. Namun, selama India menjadi mediator dan konflik yang masih berlanjut, pemerintah Sri Lanka tetap melakukan upaya untuk mengembangkan pariwisata di Sri Lanka. Hal ini terbukti dengan perekonomian Sri Lanka yang mulai

berangsur-angsur membaik hingga pada tahun 1999, angka kunjungan di Sri Lanka mampu melebihi angka kunjungan tahun 1982 dengan 436.000 pengunjung. Perkembangan ini tentunya tidak lepas dari upaya pemerintah Sri Lanka yang tetap mengupayakan pengembangan pariwisata meskipun pariwisata mengalami penurunan, seperti kebijakan luar negeri "*Regaining Sri Lanka*" yang diperkenalkan oleh Perdana Menteri Ranil Wickramasinghe. Pariwisata dalam *Regaining Sri Lanka* berfokus pada upaya untuk mengubah Sri Lanka dari tujuan pasar massal dengan harga rendah menjadi tujuan pasar atas yang bernilai tinggi dalam jangka waktu dari 2002 hingga 2006 (Government of Sri Lanka, 2002: 204).

Penerapan *eco-tourism* dalam "*Regaining Sri Lanka*" tercermin dari pengoperasian kegiatan Desa Wisata, program pendidikan desa wisata yang peka budaya dan lingkungan, hingga memastikan bahwa masyarakat yang berpenghasilan rendah tidak dieksploitasi oleh pengembang yang ingin memperluas fasilitas *eco-tourism* melalui kebijakan dan strategi *eco-tourism* nasional dan regional yang sesuai (Government of Sri Lanka, 2002: 70-71).

Strategi pariwisata dalam *Regaining Sri Lanka* dan *Tourism Development Strategy 2011-2016* masih memiliki basis pariwisata yang sama yaitu menggunakan *eco-tourism* atau sekarang dikenal dengan *eco-cultural tourism*. Selain basis yang sama, kedua strategi ini juga dilaksanakan berdasarkan peluang pariwisata yang timbul dalam 'situasi kerapuhan' atau masa konflik dan adanya tanda-tanda pemulihan pariwisata. Perbedaan dari strategi *Regaining Sri Lanka* yaitu tujuan

yang ingin dicapai dalam strategi pariwisata tahun 2011-2016 tidak hanya untuk meningkatkan ekonomi dan wisatawan, strategi ini mulai melirik pada pembangunan citra pariwisata Sri Lanka secara global dan partisipasi aktif dalam pariwisata global. Hal inilah yang peneliti lihat sebagai salah satu pemicu urgensi pemerintah melakukan pencitraan pasca konflik menggunakan pariwisata, yaitu keberhasilan citra yang dihasilkan dengan penerapan strategi sebelumnya ternyata berangsur-angsur dapat meningkatkan berbagai sektor di Sri Lanka.

Citra sebagai salah satu tujuan terbaik bagi wisatawan yang berkualitas dengan menawarkan kedamaian, ketenangan, dan atraksi yang beranekaragam, merupakan citra yang ingin dibangun Sri Lanka melalui strategi pariwisata berbasis *eco-cultural tourism*.

Sri Lanka Menerapkan "*Tourism Development Strategy 2011-2016*"

Terdapat tiga komponen utama dalam Anholt (2013: 7) yang terlibat dalam proses pembentukan citra negara, yaitu strategi (penentuan jati diri), substansi (eksekusi strategi), dan tindakan simbolis (kebijakan terhadap publik internasional). Strategi dalam konteks ini diartikan sebagai penentuan jati diri negara, seperti negara memahami siapa dirinya, persepsi internal dan eksternal, arah pengembangan yang akan diterapkan, dan langkah yang akan digunakan untuk mencapai tujuannya.

Strategi pencitraan pariwisata Sri Lanka diterapkan melalui "*Tourism Development Strategy 2011-2016*". Masalah-masalah yang disorot berdasarkan pernyataan Basil Rajapaksa selaku Menteri Pembangunan

Ekonomi dalam “*Tourism Development Strategy 2011-2016*” (2010: 2) meliputi kebijakan pemerintah, persyaratan peningkatan kapasitas dan tenaga kerja, pembangunan infrastruktur, peningkatan standar layanan, pemasaran dan promosi pariwisata, peraturan, pedoman, hubungan masyarakat, keselamatan dan peningkatan wisata untuk pariwisata domestik. Adapun beberapa target atau tujuan yang ditetapkan pemerintah Sri Lanka dalam lima tahun melalui “*Tourism Development Strategy 2011-2016*”, yaitu: 1) Meningkatkan kedatangan wisatawan dari 650.000 pada 2010 menjadi 2,5 juta pada 2016; 2) Menarik USD 3,000 juta sebagai Penanaman Modal Asing ke Sri Lanka dalam waktu 5 tahun; 3) Meningkatkan lapangan kerja terkait pariwisata dari 125.000 pada 2010 menjadi 500.000 pada 2016 dan memperluas industri dan layanan berbasis pariwisata di seluruh pulau; 4) Mendistribusikan manfaat ekonomi pariwisata ke bagian masyarakat yang lebih luas dan mengintegrasikan pariwisata ke ekonomi riil; 5) Meningkatkan pendapatan valuta asing dari USD 500 juta pada tahun 2010 menjadi USD 2,75 miliar pada tahun 2016; 6) Berkontribusi dalam meningkatkan perdagangan global dan keterkaitan ekonomi Sri Lanka; dan 7) Posisi Sri Lanka sebagai pulau paling berharga di dunia untuk pariwisata (Ministry of Economic Development, 2010).

Komponen kedua dari pencitraan negara menurut Anholt (2013: 8) yaitu substansi yang diartikan sebagai pelaksanaan dari strategi yang telah dirancang dalam bentuk kegiatan ekonomi, hukum, politik, sosial, budaya, hingga kebijakan yang akan membawa negara mencapai targetnya. Dalam kasus pariwisata

Sri Lanka, pelaksanaan kegiatan tersebut tercermin dalam pelaksanaan strategi pariwisata tahun 2011-2016.

Pelaksanaan strategi Sri Lanka dapat dibagi dalam dua, yaitu secara internal dan eksternal. Secara internal, Sri Lanka memantapkan penyaluran nilai-nilai budaya yang ada dalam masyarakatnya agar tersampaikan kepada wisatawan melalui pelatihan untuk pelaku pariwisata, memuat kebijakan untuk mendukung investor dan industri dengan langkah-langkah seperti salah satunya pemulihan rezim pajak sederhana, hingga secara aktif mempromosikan transportasi laut, darat, udara yang mendukung pariwisata Sri Lanka.

Diplomasi Budaya Sri Lanka dari Expo Pariwisata hingga Kerja Sama Internasional

Secara eksternal, strategi pariwisata Sri Lanka diterapkan dengan melakukan komunikasi pemasaran dan promosi wisata. Strategi secara eksternal juga dapat dikaitkan dengan proses pembentukan citra yang terakhir, yaitu tindakan simbolik. Tindakan simbolik merupakan bagian dari substansi tertentu yang memiliki kekuatan komunikatif intrinsik dan dapat dikatakan juga sebagai simbol dari strategi. Dalam konteks ini, tindakan simbolik dicerminkan dari tindakan Pemerintah Sri Lanka yang menerapkan diplomasi budaya melalui *eco-cultural tourism* untuk pencitraan eksternal pasca konflik.

Alasan pemerintah menggunakan diplomasi budaya sebagai alat pencitraan negara menurut *Tourism Development Strategy 2011 – 2016* (2010: 12), adalah

karena keinginan untuk menarik wisatawan berkualitas ke negaranya. Hal ini terlihat dari data kedatangan wisatawan secara global tumbuh sebesar 6% pada tahun 2010, dibandingkan tahun 2009 yang hanya mencapai 5%. Pertumbuhan pada tahun 2011 kemudian diharapkan dapat mencapai angka 5-6%. Selain itu, keberhasilan Sri Lanka yang menarik 654.000 wisatawan dengan rekor pengeluaran wisatawan di Sri Lanka sebesar USD 1,045 di tahun 2010 juga menjadi pemicu semakin gencarnya Sri Lanka menarik turis asing untuk mengunjungi negaranya.

Keikutsertaan Sri Lanka dalam Expo Internasional

Selama tahun 2011, Sri Lanka mulai menjalankan diplomasi budayanya dengan mempromosikan pariwisatanya dalam expo-expo pariwisata yang diadakan oleh negara terkait. Adapun negara-negara yang menjadi target utama, yaitu Inggris, China, Rusia, Jerman, Perancis, Amerika, Jepang, Austria, Swedia, Belanda, Arab, Italia, Bangladesh, hingga Polandia.

Salah satu contoh penerapan keikutsertaan dalam expo yaitu Sri Lanka mendirikan *stand* dan mengajak perwakilan perusahaan dalam industri pariwisata untuk mempromosikan pariwisata dalam *Guangzhou International Travel Fair* (GITF), *China international Travel Mart* (CITM), dan *Beijing International Tourism Expo* (BITE). BITE berlangsung di Beijing International Convention Center yang dikunjungi lebih dari 100.000 pengunjung dan 40.000 profesional di bidang perdagangan. SLTPB dalam expo ini mempromosikan *eco-cultural tourism* mereka yang bertepatan “2011 Visit Sri Lanka Year”

yang menawarkan 12 tema khusus setiap bulan dalam setahun, dengan bantuan dari Kedutaan Besar Sri Lanka di Beijing. BITE juga menjadi salah satu wadah Sri Lanka Airlines untuk mempromosikan transportasi yang telah dikembangkan oleh Pemerintah melalui strategi pariwisata. Keikutsertaan Sri Lanka dalam banyak expo di China, yaitu karena kesadaran pemerintah akan potensi wisatawan China dan kesempatan bagi agen pariwisata lokal untuk mempromosikan secara langsung perusahaannya kepada calon wisatawan. Selain dua negara di atas, Sri Lanka juga ikut serta expo pariwisata di negara lainnya dengan mengajak pelaku industri pariwisata lokal. Di Jerman, Sri Lanka mengikuti *International Tourismus Börse (ITB) - Messe Berlin*, pada tanggal 9-13 Maret 2011. Pameran ini menarik 11.000 peserta dan diikuti oleh 11.163 perusahaan dari 188 negara. Sri Lanka mengajak sebanyak 57 peserta pameran yang berkepentingan di bidang pariwisata, termasuk operator tur dan hotel.

Dikutip dari *Daily FT* (2011), Biro Promosi Pariwisata Sri Lanka (SLTPB) bersama perwakilan industri lainnya mempresentasikan produk mereka di berbagai stan pada pameran dan menjelaskan tentang Sri Lanka beserta perkembangan terbaru yang terjadi di sektor pariwisatanya. Lakshman Yapa Abeywardena, Wakil Menteri Pembangunan Ekonomi dalam wawancaranya memaparkan proyek-proyek khusus di pantai Selatan dan Timur, implementasi dua proyek pengembangan mega resort Kalpitiya dan Passikudah, jaringan hotel bintang tujuh di Kolombo dengan investasi grup Shangri-La yang berbasis di Hong Kong, hingga sub-proyek untuk meningkatkan standar layanan

sektor pariwisata dengan perhatian khusus terhadap perlindungan sosial budaya dan lingkungan sebagai pusat dari semua perkembangan *eco-cultural tourism* yang terjadi. Adapun alasan Sri Lanka melirik pasar Jerman, yaitu karena Jerman dianggap sebagai pasar potensial utama untuk pariwisata Sri Lanka dan telah mencatat kedatangan tertinggi dari sektor Eropa setelah Inggris dan India.

Diplomasi budaya yang dilakukan Sri Lanka pada tahun 2011 berhasil menuai citra positif di negara-negara yang dituju. Hal ini dibuktikan dengan penghargaan pariwisata yang berhasil diraih melalui keikutsertaannya dalam expo-expo pariwisata. Beberapa diantaranya yaitu memenangkan penghargaan “*Exhibitor Gold Award*” di *Bangladesh International Travel Fair* (BITF) 2011 dan juga dinominasikan dalam “*Top Emerging Travel Destination in the World*” dalam *World Travel Market 2011* yang diadakan di London. Sri Lanka berhasil meraih penghargaan sebagai “*9th Best Stand*” pada *International Tourismus Börse* (ITB) di Jerman berdasarkan daya tarik, presentasi, visibilitas, dan pelayanan terhadap pertanyaan selama kegiatan berlangsung, yang juga membuktikan bahwa nilai budaya masyarakat Sri Lanka yang ramah telah berhasil diterapkan selama diplomasi budaya. Terakhir, Sri Lanka dianugerahkan penghargaan khusus pada *Otdykh Leisure 2011* di Moskow, Rusia untuk dukungan aktifnya selama expo berlangsung. Selain itu, keberhasilan expo selama tahun 2011 juga dapat dilihat dari masih diterapkannya expo sebagai alat untuk diplomasi budaya hingga tahun 2016 atau akhir dari strategi pariwisata ini.

Penandatanganan MOU Terkait Pariwisata

Tidak hanya membangun kerja sama melalui keikutsertaan dalam berbagai expo pariwisata, di tahun 2013, Sri Lanka kembali mewujudkan diplomasi budayanya dengan menandatangani MOU (*Memorandum of Understanding*) bersama beberapa negara. Adapun seluruh MOU yang ditandatangani memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk menjalin kerja sama dan pengembangan pariwisata berbasis *eco-cultural tourism* di kedua negara yang bersangkutan. Terdapat delapan negara yang dituju Sri Lanka selama tahun 2013, antara lain Kongo, Maladewa, Swaziland (eSwatini), Thailand, Uganda, Korea Selatan, Ceko, dan Singapura. Menurut Daily FT, salah satu MoU yang ditandatangani Sri Lanka dalam upaya memperkuat industri pariwisata yaitu bersama dengan Maroko dan Thailand. MoU tersebut bertujuan untuk lebih memperkuat dan mengonsolidasikan mekanisme kerja sama dalam mempromosikan pariwisata antara Sri Lanka dengan Maroko dan Thailand yang telah mengusulkan kesimpulan dari MoU kerja sama di bidang pariwisata. Sri Lanka mengajukan proposal penandatanganan MoU dengan Thailand karena berdasarkan kunjungan wisatawan, dalam empat bulan pertama tahun 2013 kunjungan wisatawan dari Thailand meningkat 13,2% persen dengan 2.756 wisatawan yang tiba di pulau itu (Daily FT, 2013).

Diplomasi budaya dengan strategi *eco-cultural tourism* kembali diperluas selama tahun 2014. Sri Lanka kembali membangun kerja sama dengan berbagai negara terkait

pariwisata, diantaranya yaitu melalui penandatanganan MOU dengan Negara Seychelles, Jepang, dan China. MoU kerja sama pariwisata antara Sri Lanka dan China salah satunya antara Pemerintah Sri Lanka dengan Biro Pariwisata Kota Zhongshan, China. MoU ini bertujuan untuk meningkatkan saling pengertian dan persahabatan melalui peningkatan pertukaran informasi reguler, mendukung acara promosi pariwisata satu sama lain untuk meningkatkan popularitas tujuan wisata, mempromosikan serta mengatur wisatawan lokal untuk saling mengunjungi kota, kerja sama dalam pengembangan transportasi yaitu penerbangan reguler ke bandara Katunayake dan Mattala, meningkatkan saling pengertian dan persahabatan melalui penguatan pertukaran informasi secara teratur, hingga mengadakan pertemuan dan mempublikasikan informasi mengenai pariwisata melalui situs web dan majalah pariwisata masing-masing..

Penandatanganan MoU ini, khususnya dengan China dan Jepang dapat menjadi bukti dari keberhasilan promosi pariwisata Sri Lanka melalui keikutsertaannya pada expo di tahun 2011. Keberhasilan lainnya juga dapat terbukti dengan keikutsertaan Sri Lanka dalam pembentukan *Joint Working Group* dengan Korea Selatan yang telah menandatangani MOU di tahun 2013, terlaksananya putaran kelima *Sri Lanka – South Africa Bilateral Partnership Forum*, hingga terlaksananya *Joint Commission Meeting* pertama dengan Indonesia.

Menjalin Hubungan dengan Organisasi Internasional dan Keikutsertaan dalam Forum Internasional

Selain menjalin hubungan yang baik dengan berbagai negara, Sri Lanka juga mempererat hubungannya dengan organisasi internasional yang sudah menjalin kerja sama seperti UNWTO, PATA, BIMST-EC, SAARC, dan lainnya. Selama tahun 2013, Sri Lanka ikut serta "*25th Joint Meeting of the UNWTO Commission for East Asia and the Pacific and the UNWTO Commission for South Asia and UNWTO Conference on Sustainable Tourism Development, Hyderabad, India, 12-14 April 2013*" dalam membahas masalah undang-undang yang terkait dengan pelaksanaan program kerja UNWTO untuk negara-negara anggota di kawasan dan di organisasi secara keseluruhan. Topik utama dalam pertemuan ini mencakup program kerja UNWTO untuk kawasan, analisis pariwisata menuju 2030 dan implikasinya bagi Kawasan Asia-Pasifik, serta masalah undang-undang yang terkait dengan negara-negara anggota UNWTO Asia-Pasifik. *Joint Commission Meeting* diadakan bersamaan dengan konferensi regional tentang Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan, yang mengkaji lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi dari industri pariwisata dengan mempertimbangkan pertumbuhan pariwisata yang cepat secara domestik maupun internasional (UNWTO, 2013). Tentunya pembahasan-pembahasan dalam pertemuan ini juga memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung terhadap *eco-cultural tourism* di Sri Lanka. Pencitraan yang diupayakan Sri Lanka dalam pertemuan ini yaitu dengan keterlibatan sebagai panelis untuk mempresentasikan perspektif Sri Lanka dalam sesi panel dengan tema "*Sustainable Criteria by Tourism*".

Masih di tahun 2014, Sri Lanka mengikuti pertemuan keanggotaan PATA, yaitu "*PATA Annual Summit 2015 from 23rd to 26th April 2015 in Leshan, Sichuan, China*". Selama kegiatan, Sri Lanka mengikuti empat pertemuan, yaitu: (i) *Conference on New Dimension of Heritage and Cultural Tourism*; (ii) *PATA Government Committee Meeting*; (iii) *PATA Board Meeting*; dan (iv) *PATA Annual General Meeting (AGM)*. Dalam pertemuan ini, Rohantha Athukorala yang merupakan Ketua Pariwisata Sri Lanka saat itu mempromosikan potensi *eco-cultural* Sri Lanka, khususnya yaitu budaya khas Sri Lanka.

Selain PATA, Sri Lanka kembali membangun citra positif dengan menunjukkan keaktifannya dalam pariwisata internasional dengan mengikuti "*27th Joint Meeting of The Two Commissions In Asia-Pacific & UNWTO Regional Ministerial Conference on Positioning Tourism in A Wider Socio-Economic Context, Bandos Island Resort & Spa, Republic Of Maldives, 3rd - 5th June 2015*". Pertemuan UNWTO kedua yang diikuti Sri Lanka yakni "*7th UNWTO International Meeting on Silk Road Tourism and 1st Tourism Ministerial Meeting on the Silk Road Economic Belt in Xian, China from 18th to 20th June 2015*". Pertemuan ini menyatukan pejabat senior dan pakar di bidang pariwisata, manajemen, pemasaran, dan pengembangan warisan atau tradisi, dalam pertemuan yang diselenggarakan bersama oleh UNWTO, *China National Tourism Administration (CNTA)*, dan Pemerintah Provinsi Shaanxi. Hasil dari kerja sama dengan organisasi internasional juga terlihat pada keikutsertaan Sri Lanka dalam "*5th Meeting of The SAARC Working Group on Tourism, from 24th to 26th*

November 2015 in New Delhi, India" yang diadakan oleh *South Asian Association for Regional Cooperation (SAARC)* dengan Pemerintah India.

Masih di tahun 2015, keberhasilan diplomasi budaya Sri Lanka melalui strategi *eco-cultural tourism* yang salah satunya dengan promosi pariwisata, terbukti dari keberlanjutan hubungan antarnegara yang menjalin kerja sama maupun hubungan baik dengan Sri Lanka selama proses penerapan strategi. Sri Lanka turut serta dalam "*Arabian Hotel Investment Conference (AHIC) from 5th to 7th May 2015, Madinat Jumerirah, Dubai*". AHIC 2015 merupakan tempat Pertemuan Tahunan Timur Tengah bagi investor, *developer*, operator, dan penasihat hotel paling senior di kawasan ini. Pertemuan ini membantu membentuk agenda Sri Lanka selama tahun 2015, mengangkat tema baru dan topik yang sedang hangat di industri terkait, serta menyoroti tantangan yang dihadapi industri di pasar regional.

Selain di Dubai, keikutsertaan Sri Lanka dalam "*Cultural Tourism Forum in Seoul, South Korea, 9th to 10th November 2015*" yang diadakan oleh Kementerian Budaya, Olahraga, dan Pariwisata Korea serta Organisasi Pariwisata Korea kembali membuktikan keberhasilan kerja sama yang dilakukan Sri Lanka melalui diplomasi budaya. Program utama dari kegiatan ini adalah "*Cultural Tourism Forum*" dengan tujuan untuk memberikan dukungan dalam pengembangan pariwisata dan memperkuat kompetensi khususnya dalam bidang pariwisata berdasarkan berbagi pengalaman pengembangan industri pariwisata di Korea Selatan.

5. KESIMPULAN

Terdapat tiga komponen utama yang terlibat dalam proses pembentukan citra Sri Lanka, yaitu strategi (penentuan jati diri), substansi (eksekusi strategi), dan tindakan simbolis (kebijakan terhadap publik internasional). Komponen pertama yaitu strategi yang digunakan Sri Lanka yaitu dengan penerapan “*Tourism Development Strategy 2011-2016*” yang menonjolkan konsep *eco-cultural tourism*. Strategi ini tentunya penting bagi Sri Lanka mengingat potensi *eco-cultural tourism* yang dapat memperbaiki citra negaranya dan persaingan pariwisata yang tidak dapat dipungkiri dengan destinasi lain dalam hal menarik wisatawan asing.

Kedua, Sri Lanka mengeksekusi pelaksanaan strategi (substansi) menjadi dua, yaitu pelaksanaan internal dan eksternal. Secara internal, Pemerintah Sri Lanka memperbaiki infrastruktur, transportasi, hingga mengadakan pelatihan terhadap masyarakat yang terlibat dalam sektor pariwisata. Secara eksternal, Sri Lanka mempromosikan strateginya dengan menggunakan diplomasi budaya. Komponen ini juga terkait dengan komponen terakhir, yaitu tindakan simbolik atau kebijakan terhadap publik internasional.

Tindakan simbolik dalam strategi pencitraan pariwisata melalui *eco-cultural tourism* diterapkan dengan menggunakan konsep diplomasi budaya. Diplomasi budaya yang digunakan tidak hanya mengacu pada produk budaya dan alam Sri Lanka, namun pada nilai budaya dalam masyarakatnya juga. Melalui diplomasi budaya, Sri Lanka berhasil menerapkan dua dari lima bidang utama

strateginya, yaitu menarik wisatawan untuk berkunjung ke Sri Lanka dan berkontribusi untuk meningkatkan citra global Sri Lanka.

Dimulai dari tahun 2011, Sri Lanka secara aktif mengikuti berbagai expo pariwisata, seperti *World Travel Market 2011* (WTM) di London dan *Guangzhou International Travel Fair* (GITF) di China. Selama expo berlangsung, Sri Lanka tidak hanya mempromosikan produk-produk *eco-cultural tourism* saja, namun juga mempromosikan kegiatan-kegiatan pariwisata yang terangkum dalam strategi pariwisata Sri Lanka serta nilai budaya yang tercermin dari perwakilannya selama expo. Keberhasilan yang diraih Sri Lanka salah satunya adalah penghargaan sebagai “*9th Best Stand*” pada *International Tourismus Börse* (ITB) di Jerman berdasarkan daya tarik, presentasi, visibilitas, dan pelayanan terhadap pertanyaan selama kegiatan berlangsung.

Strategi pencitraan pariwisata dengan diplomasi budaya semakin berkembang yang dibuktikan dengan Sri Lanka yang semakin berhasil membuka diri untuk menandatangani MOU terkait pariwisata dengan sejumlah negara seperti Tiongkok, Ceko, Kongo, hingga Jepang. Selain itu, Sri Lanka semakin eksis di dunia internasional dengan ikut serta dalam pertemuan antar negara dalam pengembangan pariwisata hingga turut berkontribusi dalam pertemuan internasional seperti yang diselenggarakan oleh UNWTO. Melalui penelitian ini, peneliti menemukan jawaban strategi-strategi pariwisata yang digunakan oleh Pemerintah Sri Lanka dalam pencitraan negara pasca konflik melalui potensi *eco-cultural tourism*. Dengan strategi internal dan eksternalnya yang berjalan

beriringan, citra Sri Lanka semakin membaik di dunia internasional serta semakin dekat dengan citra sebagai salah satu tujuan terbaik bagi wisatawan yang berkualitas dengan menawarkan kedamaian, ketenangan, dan atraksi yang beranekaragam yang ingin dibentuk Sri Lanka.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Fernando, S. B. (2016). *Tourism in Sri Lanka*. In M. C. (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism in Asia*. Abingdon, Oxon, UK: Routledge.
- Godahewa, N. (2012). *Refreshingly Sri Lanka*. Sri Lanka: Ceylon Sights Private Limited.
- Jenes, B., & Malota, E. (2009). *Measuring Country Image – Theory and Practice*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Jurnal:

- Adlin. (2013). *Metode Penelitian Sosial*. Pekanbaru: Alaf Riau, 20.
- Adriana, V. M. (2014). The Sri Lankan Civil War: From Conflict to Peace Building. *Global Journal of Human-Social Science: F Political Science*, 33-36.
- Anholt, S. (2006). Anholt Editorial - Introduction to the Nation Brands Index. *Place Branding Vol. 1, 4*, 333–346.
- Anholt, S. (2013). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy, Vol. 2*, 6-12.
- Arachchi, R. S., Yajid, M. S., & Khatibi, A. (2015). Ecotourism Practices in Sri Lankan Eco Resorts: A Supplier Perspective Analysis. *Journal of Tourism and Hospitality Management, October 2015, Vol. 3, No. 9-10*, 169.
- Carbone, F. (2017). International Tourism and Cultural Diplomacy: A New Conceptual Approach Towards Global

Mutual Understanding and Peace Through Tourism. *Tourism : An International Interdisciplinary Journal*, 61-74.

- Cotirlea, D. A. (2015). Country Image Vs. Country Brand: Differences and Similarities. *Ecoforum [Volume 4, Special Issue 1, 2015]*, 165-171.
- Fernando, S. (2017). The Tourism-Led Development Strategy in Sri Lanka. *Journal of Business and Technology Vol. 1, No. 1; January 2017*, 42.
- Novelli, M., Morgan, N., & Nibigira, C. (2012). Tourism in A Post-Conflict Situation of Fragility. *Annals of Tourism Research, Vol. 39, No. 3*, 1446–1469.
- Olivia, Y. (2015). Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional. *Jurnal Hubungan Internasional 3 (2)*, 896-914.
- Pajtinka, E. (2014). Cultural Diplomacy in the Theory and Practice of Contemporary International Relations. *Politické vedy, Roč. 17, č. 4, 2014*, 95-108.
- Pathmasiri, E. (2017). Historical evolution of ecotourism policy and regulations in Sri Lanka. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development Volume 4; Issue 9; September 2017*, 116-124.
- Terbitan Pemerintah:**
- Ministry of Economic Development. (2010). *Tourism Development Strategy 2011 - 2016*. Sri Lanka: Tourism Development Strategy 2011 - 2016.
- Ministry of Economic Development. (2011). *Sri Lanka Tourism Promotion Bureau Annual Report 2011*. Sri Lanka: Ministry of Economic Development.
- Sri Lanka Tourism Development Authority. (2011). *Annual Statistical Report 2011*. Colombo: Sri Lanka Tourism Development Authority.
- Sri Lanka Tourism Promotion Bureau. (2014). *Annual Report 2014*. Colombo: Sri Lanka Tourism Promotion Bureau.

Artikel:

- Anushan , K. M. (2017). *Analysis of Tourism Profile of Sri Lanka Towards Sustainable Tourism Industry and Policy Making in Future* . Japan: Ritsumeikan Asia Pacific University .
- Cajee, L. (2014). *Eco-Cultural Tourism: A Tool for Environmental, Cultural and Economic Sustainability (A Case Study of Darap Village, West Sikkim)*. Shillong: SHS Web of Conferences.
- De Silva, C. (2004). *Ecotourism – Sri Lanka’s Potential*. Washington DC: The International Ecotourism Society (TIES).
- Institute of Policy Studies of Sri Lanka. (2010). *Sri Lanka: State of the Economy 2010, ‘Post Conflict Economic Development Challenges’*. Colombo: Institute of Policy Studies of Sri Lanka.
- Mark, S. (2009). *Discussion Papers in Diplomacy: A Greater Role for Cultural Diplomacy*. Netherlands: Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael’.
- Nömm, H. M. (2006). *The Image of Sweden*. Sweden: Uppsala University.
- Ranasinghe, R. (2021). *Sri Lanka, The Culturally Diverse Mobile Tropical Island: A Review on Ethnic and Cultural Conflict and Postwar Tourism Mobilities*. Sri Lanka: Uva Wellassa University.
- Artikel Daring:**
- AT Arrivals. (2012). *E-Tourism at Gance, Sri Lanka*. Diakses melalui Agricultural and Environmental Safety Unit: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwji5KyH5qXwAhXaZCsKHVJLBHcQFjAAegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fagrillife.org%2Fertr%2Ffiles%2F2012%2F09%2FSriLanka_2.pdf&usg=AOvVaw0mVIYEjLQdDS73I9jun578 pada 30 April 2021.
- Centre of Eco-Cultural Studies. (2020). *About Us: Centre of Eco-Cultural Studies*. Diakses melalui Centre of Eco-Cultural Studies Web Site: <http://www.cessrilanka.org/> pada 4 November 2021.
- Daily FT. (2011). *Sri Lanka Tourism on Show at ITB Travel Fair 2011 in Germany* . Diakses melalui Daily FT: <https://www.ft.lk/Travel-Tourism/sri-lanka-tourism-on-show-at-itb-travel-fair-2011-in-germany/27-22535> pada 17 Agustus 2021.
- Daily FT. (2013). *Sri to Promote Tourism with Morocco and Thailand*. Diakses melalui Daily FT: <https://www.ft.lk/article/155559/Sri-Lanka-to-promote-tourism-with-Morocco-and-Thailand> pada 8 Desember 2021.
- Daily FT. (2014). *Sri Lanka tourism gets a lift from PATA*. Diakses melalui Daily FT: <https://www.ft.lk/Travel-Tourism/sri-lanka-tourism-gets-a-lift-from-pata/27-303366> pada 9 Desember 2021.
- News.lk. (2015). *Sri Lanka at PATA Conference*. Diakses melalui News.lk: <https://www.news.lk/news/business/it-em/7485-sri-lank-at-pata-conference> pada 9 Desember 2021.
- Quintana, V. M. (2020). *Eco-Cultural Tourism: Sustainable Development and Promotion of Natural and Cultural Heritage*. Diakses melalui Ithecopen.com: <https://www.intechopen.com/online-first/eco-cultural-tourism-sustainable-development-and-promotion-of-natural-and-cultural-heritage?jwsourc=cl> pada 4 November 2021.
- Scroope, C. (2016). *Sri Lankan Culture*. Diakses melalui Cultural Atlas: <https://culturalatlas.sbs.com.au/sri-lankan-culture/sri-lankan-culture-core-concepts> pada 7 November 2021.
- Sri Lanka Travel. (2021). *Sri Lanka Tourism*. Diakses melalui Sri Lanka Travel: <https://www.srilanka.travel/> pada 8 Juni 2021.
- UNWTO. (2013). *25TH CSA/CAP JOINT MEETING & UNWTO CONFERENCE ON SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT*. Diakses melalui UNWTO: <https://www.unwto.org/archive/asia/event/25th-csacap-joint-meeting-unwto-conference-sustainable-tourism-development> pada 9 Desember 2021.