
Indo-China Collaboration: Pengenalan, Penguatan, dan Promosi Budaya dan Pariwisata Bali

Leonardo Gunawan^{1*}, Ganang Aditiyo Prakoso¹, Anak Agung Nyoman Sri Wahyuni²

¹ Diploma Empat Pengelolaan Konvensi dan Peristiwa, Politeknik Internasional Bali

² Magister Terapan Perancangan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Internasional Bali

*leonardo.gunawan@pib.ac.id

Informasi Artikel

Dikirim : 16 Juni 2025
Diterima : 1 Desember 2025
Dipublikasi: 10 Desember 2025

Keywords:

cultural diplomacy, Balinese tourism, international promotion, cultural exchange, tourism promotion media, cross-cultural understanding

Abstract

Politeknik Internasional Bali's Community Service (PKM) activity aims to strengthen Bali's cultural and tourism promotion strategy to make it more relevant to the younger generation of Chinese, addressing the limited use of Mandarin in Indonesia and local digital platforms. The implementation method applies to a collaborative educational approach between students of Xiamen Nanyang College and Politeknik Internasional Bali through observation, visual documentation, and questionnaire surveys. The results and discussion indicate significant success, with 85.71% of participants experiencing an increase in cultural understanding. Furthermore, this activity has been proven to expand international networks, support cultural diplomacy, and provide educational and economic impacts for the local community. This activity can conclude that education-based international collaboration is an effective strategy for promoting sustainable tourism. For future Community Service activities, it is recommended that future programs allocate a longer duration and intensify language preparation to minimize communication barriers encountered during the activity.

Abstrak

Kata Kunci:
diplomasi budaya, pariwisata Bali, promosi internasional, pertukaran budaya, media promosi wisata, pemahaman lintas budaya

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan memperkuat strategi promosi budaya dan pariwisata Bali agar lebih relevan bagi generasi muda Tiongkok, mengatasi minimnya penggunaan bahasa Mandarin di Indonesia dan platform digital lokal. Metode pelaksanaan menerapkan pendekatan kolaboratif edukatif antara mahasiswa Xiamen Nanyang College dan Politeknik Internasional Bali melalui observasi, dokumentasi visual, dan survei kuesioner. Hasil dan pembahasan menunjukkan keberhasilan signifikan, di mana 85,71% peserta mengalami peningkatan pemahaman budaya. Selain itu, kegiatan ini terbukti memperluas jejaring internasional, mendukung diplomasi budaya, serta memberikan dampak edukatif dan ekonomi bagi masyarakat lokal. Kegiatan ini dapat memberi kesimpulan bahwa kolaborasi internasional berbasis pendidikan merupakan strategi efektif untuk promosi pariwisata berkelanjutan. Untuk Pengabdian Kepada Masyarakat berikutnya, disarankan agar program mendatang mengalokasikan durasi waktu yang lebih panjang dan intensifikasi persiapan bahasa untuk meminimalisasi kendala komunikasi yang ditemukan selama kegiatan.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, hubungan antara Indonesia dan Tiongkok terus berkembang secara dinamis, terutama dalam bidang pendidikan, pariwisata, dan kebudayaan. Melalui kerja sama institusional antara Politeknik Internasional Bali dengan mitra akademik di Tiongkok (Xiamen Nanyang College), kegiatan ini diharapkan dapat menjadi jembatan untuk mempererat hubungan bilateral sekaligus memperkenalkan kekayaan budaya dan potensi pariwisata Bali kepada masyarakat internasional, khususnya generasi muda di Tiongkok.

Bali, sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Indonesia, memiliki keunikan budaya yang telah diakui dunia. Namun demikian, promosi yang efektif dan edukatif terhadap budaya Bali, khususnya dalam format yang dapat diterima oleh generasi muda internasional, masih perlu ditingkatkan (Nurazza, et al., 2025; Gai, et al., 2024). Salah satu kelemahan utama Bali dalam menggaet wisatawan mancanegara (wisman) asal Tiongkok terletak pada pendekatan promosi dan komunikasi budaya yang masih kurang tersegmentasi secara spesifik terhadap karakteristik pasar Tiongkok. Menurut Wilantara (2024), meskipun Bali dikenal luas sebagai destinasi eksotis dengan kekayaan budaya yang unik, penyampaian informasi mengenai budaya dan pariwisata Bali sering kali tidak dikemas dalam format dan bahasa yang sesuai dengan preferensi serta gaya komunikasi wisatawan Tiongkok. Misalnya, penggunaan bahasa Mandarin dalam materi promosi pariwisata masih terbatas, sehingga mengurangi efektivitas pesan yang ingin disampaikan (Susanti & Yasa, 2020).

Selain itu, platform digital dan media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Bali cenderung berfokus pada audiens global, bukan pada platform lokal populer di Tiongkok seperti WeChat atau Weibo, yang justru menjadi alat komunikasi utama masyarakat Tiongkok (Zhang & Ryan, 2021). Kurangnya pemahaman mendalam terhadap budaya wisatawan Tiongkok juga menjadi kendala, seperti minimnya penyediaan makanan bercita rasa Tiongkok atau adaptasi layanan wisata yang sesuai dengan kebiasaan mereka. Akibatnya, meskipun jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Bali tinggi dalam beberapa tahun terakhir, tingkat kepuasan dan retensi mereka masih belum maksimal (Kelana, 2021). Dalam konteks ini, diperlukan pendekatan strategis berbasis riset pasar dan adaptasi budaya agar Bali tidak hanya dikenal sebagai destinasi wisata, tetapi juga mampu membangun hubungan emosional yang mendalam dengan wisatawan asal Tiongkok.

Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang dalam bentuk pelatihan dan pertukaran budaya secara luring atau tatap muka, dengan melibatkan mahasiswa serta komunitas pendidikan dari Tiongkok. Program ini menjadi wadah untuk memperkenalkan budaya Bali, termasuk nilai-nilai kearifan lokal, seni pertunjukan, bahasa, serta potensi destinasi wisata unggulan Bali.

Kegiatan ini juga merupakan bentuk implementasi konkret dari kerja sama internasional yang dijalankan oleh Politeknik Internasional Bali. Melalui penguatan jejaring dengan institusi luar negeri, serta kolaborasi dalam pelaksanaan kegiatan edukatif dan budaya, diharapkan akan tercipta pemahaman yang lebih luas tentang Bali dan Indonesia secara keseluruhan, serta memperluas peran Politeknik Internasional Bali dalam skema diplomasi budaya melalui pendidikan.

Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana pengabdian kepada masyarakat, tetapi juga bagian dari strategi promosi pariwisata dan budaya nasional yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat posisi Indonesia di mata dunia melalui jalur pendidikan dan kerja sama internasional. Hal ini ingin ditekankan oleh Politeknik Internasional Bali mengingat studi-studi sebelumnya (seperti Zhang & Ryan, 2021) hanya berfokus pada media digital, namun belum mengeksplorasi

kolaborasi edukatif sebagai alat promosi budaya.

Program ini memiliki 5 tujuan utama. Pertama, para dosen dan mahasiswa Politeknik Internasional Bali ingin memperkenalkan budaya dan pariwisata Bali kepada masyarakat internasional, khususnya pelajar dan mahasiswa dari institusi mitra di Tiongkok (Xiamen Nanyang College). Kedua, penting untuk meningkatkan pemahaman lintas budaya antara Indonesia dan Tiongkok sebagai bagian dari diplomasi budaya dan pendidikan.. Ketiga, tentunya program ini telah mengimplementasikan salah satu pilar Tridharma Perguruan Tinggi, yakni pengabdian kepada masyarakat, melalui kegiatan edukatif dan promosi budaya. Keempat, program ini memperkuat jejaring kerja sama internasional antara Politeknik Internasional Bali dengan institusi pendidikan di Tiongkok (Xiamen Nanyang College). Terakhir, politeknik ingin mendorong partisipasi aktif mahasiswa dalam kegiatan pengabdian melalui kolaborasi lintas budaya dan penguatan soft skills (komunikasi antarbudaya, public speaking, dan presentasi budaya). Kesimpulan dari program ini, Politeknik Internasional Bali ingin memperkuat peran *digital influencers* atau *guanxi* dalam keputusan wisata Tiongkok seperti yang telah sukses di studi-studi sebelumnya (Harianto, 2022; Long et al., 2023).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang bertajuk "Indo-China Collaboration: Pengenalan, Penguatan, dan Promosi Budaya dan Pariwisata Bali" dilakukan melalui pendekatan edukatif-kolaboratif yang dirancang untuk memberikan pelatihan intensif dan pendampingan praktis. Kegiatan ini melibatkan tim dosen dan mahasiswa mentor dari Politeknik Internasional Bali (PIB), serta 14 mahasiswa internasional sebagai mitra sasaran dari Xiamen Nanyang College. Peserta internasional diseleksi berdasarkan kriteria spesifik, yaitu mahasiswa aktif Tiongkok dengan minat tinggi pada pariwisata budaya dan potensi sebagai micro-influencer di platform media sosial lokal mereka. Program ini dirancang secara partisipatif dan terstruktur, dibagi ke dalam tiga tahapan utama: Pembekalan (pelatihan teori di Kampus PIB mengenai etika pariwisata dan strategi komunikasi digital untuk pasar Tiongkok), Praktik Lapangan (observasi dan pengambilan konten visual di lokasi), dan Produksi Konten (sesi workshop pendampingan pengeditan dan finalisasi materi promosi).

Pelaksanaan kegiatan lapangan dilakukan di tiga lokasi strategis: Kampus PIB (Tabanan) sebagai pusat pelatihan awal, dilanjutkan ke Desa Wisata Penglipuran (Bangli) untuk memberikan pemahaman tentang pelestarian arsitektur dan adat tradisional, serta Antonio Blanco Museum (Ubud) sebagai representasi akulturasi seni Bali yang modern. Pemilihan lokasi ini bertujuan memberikan spektrum budaya Bali yang komprehensif. Untuk menunjang kelancaran proses pelatihan dan produksi output yang berkualitas, kegiatan ini menggunakan berbagai sarana pendukung, seperti materi presentasi bilingual, kamera profesional, serta perangkat keras dan lunak penyuntingan (editing software) yang memfasilitasi peserta dalam menghasilkan konten promosi digital yang menarik dan relevan secara linguistik.

Pengumpulan data dalam kegiatan ini dilakukan melalui triangulasi metode, yaitu observasi langsung terhadap proses pembelajaran dan interaksi peserta di lapangan, dokumentasi visual selama kegiatan, serta penyebaran kuesioner evaluasi (termasuk potensi Pre-test dan Post-test) untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap budaya dan pariwisata Bali. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan pelatihan, yang mencakup kualitas konten promosi yang dihasilkan dan tanggapan umum peserta terhadap keseluruhan program. Sebagai bentuk kepatuhan terhadap etika pengabdian, telah diperoleh

pernyataan persetujuan etik (informed consent) dari seluruh peserta mahasiswa asal Tiongkok dan Politeknik Internasional Bali, terutama untuk penggunaan gambar dan dokumentasi hasil pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan selama tiga hari, yaitu pada tanggal 14 hingga 16 April 2025. Kegiatan diawali dengan sesi *group lecture* yang diselenggarakan di Kampus Politeknik Internasional Bali, membahas topik-topik mengenai budaya Bali, bahasa daerah, serta potensi pariwisata Indonesia secara menyeluruh. Sesi ini memberikan dasar pemahaman konseptual kepada peserta internasional dari Xiamen Nanyang College.



Gambar 1. Proses Pembuatan Media Promosi dengan Target Pasar Wisman Tiongkok
Sumber: Penulis (2025)

Setelah memperoleh pembekalan teori, peserta kemudian mengikuti kunjungan lapangan ke dua destinasi utama, yaitu Desa Wisata Penglipuran dan Museum Antonio Blanco di Ubud. Di lokasi ini, peserta diajak berinteraksi langsung dengan masyarakat setempat dan dilibatkan dalam proses pembuatan konten promosi wisata yang dirancang agar sesuai dengan selera dan gaya komunikasi publik Tiongkok.

Tabel 1. Survei Evaluasi Program Sosialisasi Budaya dan Pariwisata Bali

No	Inisial Nama Peserta	Gender	Hasil Index Pemahaman Peserta
1	CJL	Perempuan	Sangat Meningkat
2	LJX	Perempuan	Meningkat
3	HXX	Laki-Laki	Sangat Meningkat
4	CHW	Laki-Laki	Sangat Meningkat
5	ZZH	Laki-Laki	Sangat Meningkat
6	BJJ	Laki-Laki	Sangat Meningkat
7	CSX	Laki-Laki	Sangat Meningkat
8	CYZ	Laki-Laki	Meningkat
9	CHS	Laki-Laki	Sangat Meningkat
10	MY	Laki-Laki	Sangat Meningkat

No	Inisial Nama Peserta	Gender	Hasil Index Pemahaman Peserta
11	WZC	Laki-Laki	Sangat Meningkat
12	HYF	Laki-Laki	Sangat Meningkat
13	HZC	Laki-Laki	Sangat Meningkat
14	LZW	Laki-Laki	Sangat Meningkat
Hasil Persentase Index Pemahaman Sangat Meningkat			85,71 %

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil survei evaluasi, lebih dari 85% peserta menyatakan bahwa pemahaman mereka terhadap budaya dan pariwisata Bali meningkat secara signifikan setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ini mampu memberikan transfer pengetahuan yang efektif. Lebih dari sekadar kegiatan edukatif, program ini juga berperan sebagai bentuk diplomasi budaya Indonesia yang dilaksanakan melalui jalur institusi pendidikan. Terjalannya interaksi lintas budaya selama kegiatan turut memperkuat hubungan antara Politeknik Internasional Bali dan Xiamen Nanyang College, serta membuka peluang kolaborasi lanjutan seperti program pertukaran pelajar dan penyusunan modul pengenalan budaya Bali dalam dua bahasa, yakni Bahasa Indonesia dan Mandarin. Berikut bentuk contoh modul yang memfokuskan kepada pengenalan pariwisata Bali terhadap wisatawan mancanegara asal Tiongkok.



Gambar 2. Hasil Pembuatan Modul Pengenalan Pariwisata dengan Target Pasar Wisman Tiongkok

Sumber: Tim Pengabdian (2025)

Selain memberikan manfaat bagi peserta asing dan mahasiswa Politeknik Internasional Bali, kegiatan ini juga berdampak langsung terhadap Masyarakat Bali yang terlibat sebagai fasilitator, narasumber, dan interaktor dalam program ini. Mereka memperoleh pengalaman berharga dalam komunikasi antarbudaya, pengelolaan kegiatan internasional, serta penguatan keterampilan profesional lainnya. Dampak ekonomi juga dirasa oleh masyarakat sekitar Desa Wisata Penglipuran yang dikunjungi oleh mahasiswa asing asal Tiongkok tersebut.

Meskipun kegiatan berlangsung lancar, terdapat beberapa kendala yang dihadapi di lapangan, di antaranya adalah keterbatasan waktu yang menyebabkan proses produksi materi promosi menjadi cukup terburu-buru. Selain itu, perbedaan bahasa dan budaya juga memerlukan kehadiran penerjemah dalam setiap sesi, agar komunikasi tetap efektif dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif yang cukup luas. Peserta internasional menunjukkan antusiasme tinggi dan membentuk persepsi yang

positif terhadap budaya Bali. Dokumentasi kegiatan yang dihasilkan, baik dalam bentuk foto, video, maupun tulisan, kini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi pariwisata yang berkelanjutan. Dari sudut pandang institusional, kegiatan ini menjadi pijakan awal yang kuat untuk menjalin kerja sama formal dalam bentuk MoU atau MoA dengan institusi mitra. Ke depan, keberlanjutan program ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara asal Tiongkok yang mengikuti kegiatan *inbound mobility* ke Pulau Bali, sekaligus memperkuat peran Masyarakat Bali sebagai agen diplomasi budaya dan pariwisata di mata turis internasional.

Untuk memperkuat bukti pengenalan dan penguatan budaya serta pariwisata Bali, peserta pelatihan juga diberikan pre-test dan post-test dengan *range* sebanyak 200 poin yang akan dibagi menjadi 5 kategori. Pembagian tersebut terdiri dari penjabaran sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Interpretasi Hasil

Batas Bawah	Batas Atas	Interpretasi Hasil
+60	+100	Sangat Meningkat
+20	+59	Meningkat
-20	+19	Netral
-60	-21	Menurun
-100	-61	Sangat Menurun

Sumber: Data diolah (2025)

Setelah menentukan batas bawah dan atas mengenai kenaikan dan penurunan nilai post-test, data dapat diinterpretasikan sebagai table berikut. Dapat disimpulkan bahwa terdapat 12 dari 14 peserta mendapatkan hasil post-test yang sangat meningkat menunjukkan kegiatan pengenalan dan penguatan kebudayaan dan pariwisata berjalan dengan sangat baik.

Tabel 3. Tabel Perbandingan Pre-Test dan Post-Test Peserta

Inisial Nama	Pre-Test	Post-Test	Selisih	Interpretasi Hasil
CJL	30	95	+65	Sangat Meningkat
LJX	55	80	+25	Meningkat
HXX	30	100	+70	Sangat Meningkat
CHW	25	90	+65	Sangat Meningkat
ZZH	15	80	+65	Sangat Meningkat
BJJ	25	95	+70	Sangat Meningkat
CSX	15	80	+65	Sangat Meningkat
CYZ	45	75	+30	Meningkat
CHS	30	100	+70	Sangat Meningkat
MY	25	90	+65	Sangat Meningkat
WZC	25	90	+65	Sangat Meningkat
HYF	15	80	+65	Sangat Meningkat
HZC	20	90	+70	Sangat Meningkat
LZW	20	95	+75	Sangat Meningkat

Sumber: Data diolah (2025)

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat "Indo-China Collaboration: Pengenalan, Penguatan, dan Promosi Budaya dan Pariwisata Bali" secara efektif menjawab kebutuhan untuk memperkenalkan budaya dan pariwisata Bali kepada masyarakat internasional, khususnya generasi muda dari Tiongkok. Hasil kegiatan menunjukkan

bahwa pendekatan edukatif yang terintegrasi dengan pengalaman lapangan mampu meningkatkan pemahaman lintas budaya dan memperkuat citra positif Indonesia. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong penguatan jejaring internasional dan membekali mahasiswa dengan kompetensi global yang relevan untuk menghadapi tantangan era internasionalisasi pendidikan. Meskipun program ini berjalan dengan baik, terdapat keterbatasan program dan analisa hasil. Hasil mungkin tidak generalizable karena sampel kecil ($n=14$) dan durasi kegiatan dinilai singkat (3 hari). Saran untuk program maupun studi serupa kedepannya, peneliti dapat melakukan studi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang pada minat wisatawan Tiongkok.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan kontribusi signifikan dalam pembaharuan strategi promosi pariwisata Indonesia, khususnya dalam membidik pasar potensial generasi muda Tiongkok. Secara praktis, program ini menawarkan solusi konkret atas kendala bahasa dan kesenjangan penggunaan platform digital melalui pendekatan kolaboratif-edukatif, yang terbukti mampu meningkatkan pemahaman budaya peserta secara substansial. Kontribusi ini memperkaya literasi mengenai efektivitas model diplomasi budaya berbasis pendidikan, di mana interaksi langsung dan *experiential learning* antar-mahasiswa menjadi instrumen ampuh dalam membangun citra positif pariwisata Bali yang lebih otentik, relevan, dan komunikatif di mata wisatawan mancanegara.

Selain aspek strategis, manfaat kegiatan ini juga meluas pada penguatan jejaring internasional serta dampak sosial-ekonomi bagi ekosistem pariwisata lokal. Kolaborasi institusional antara Politeknik Internasional Bali dan Xiamen Nanyang College menciptakan fondasi kuat bagi hubungan bilateral yang berkelanjutan melalui mekanisme *soft diplomacy*. Bagi masyarakat lokal dan destinasi wisata yang menjadi objek kegiatan, program ini berkontribusi langsung pada peningkatan eksposur global melalui konten promosi digital yang dihasilkan oleh para peserta. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat edukatif bagi masyarakat mengenai pentingnya adaptasi budaya dalam pariwisata, tetapi juga diharapkan dapat mendorong peningkatan kunjungan wisatawan yang berimplikasi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gai, A. M., Yunada Arpan, S. E., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S., Par, M., Taihuttu, G. C., & Pi, S. (2024). Buku referensi revitalisasi wisata budaya merayakan warisan dengan sentuhan modern. <https://doi.org/10.62872/z9e0va02>
- Harianto, A. L. (2022). Aplikasi Budaya Guanxi Dalam Repurchase Intention Konsumen Live Shopping Tiktok Eonniedaily. Wear Melalui Pengaruh Perceived Similarity Dan Perceived Expertise. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2), 8-8.
- Kelana, I. (2021). *Analisis Pengaruh Pendapatan Per Kapita dan Nilai Tukar Terhadap Kedatangan Wisatawan China di Provinsi Bali* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Long, F., Aziz, N. A., & Ngah, A. H. (2023). Exploring the relationship between travel motivations and information sharing behaviors on social media: gendered differences of Chinese gen Y in a context of Confucianism. *Journal of China Tourism Research*, 19(2), 245-265. <https://doi.org/10.1080/19388160.2022.2057377>
- Nurazza, A. F., Khilda, A. A., Faris, M., & Sugiarti, Y. (2025). Implementasi Knowledge Management Pelestarian dan Pengembangan Seni dan Budaya Tradisional. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 15(1), 98-110. <https://doi.org/10.34010/jamika.v15i1.14529>

-
- Susanti, N. M. Y., & Yasa, N. N. K. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Pariwisata Bali dalam Menarik Wisatawan Tiongkok. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 5(2), 112–120. <https://doi.org/10.24843/JIPAB.2020.v05.i02.p03>
- Wilantara, M. (2024). *Rekonstruksi Komunikasi Pariwisata Bali Mengubah Pandangan Budaya Dari Globalitas Ke Lokalitas*. Deepublish.
- Zhang, H., & Ryan, C. (2021). Chinese tourists and digital media: A case study of outbound travel to Southeast Asia. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100857. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100857>