

BAB IV

KESIMPULAN

Keadaan dunia yang terus berkembang mewajibkan kita untuk terus memperbaharui kemampuan dan beradaptasi dengan perubahan. Contohnya dalam tatanan hubungan internasional. Dapat dikatakan kalau isu pariwisata dahulu bukanlah menjadi fokus utama dalam kepentingan nasional. Awalnya isu mengenai pertahanan, keamanan, ekonomi-lah yang menjadi fokus utama kepentingan nasional. Namun sejak terpilih menjadi Presiden Republik Indonesia pada tahun 2014, Joko Widodo memasukkan sektor pariwisata ke dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2014 - 2019. Hal ini membuktikan bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang berperan penting dalam keberlangsungan sebuah negara, khususnya sebagai negara dengan kekayaan alam yang melimpah menjadikan sektor pariwisata lebih menarik bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Dampak yang dihasilkan sektor pariwisata tidak hanya bersumbangsih terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto, sektor pariwisata juga berperan dalam penyerapan pekerja di Indonesia.

Australia menjadi satu-satunya negara di luar benua Asia yang dipilih menjadi lima negara prioritas tujuan promosi pariwisata *Wonderful Indonesia*. Faktor geografis menjadi salah satu keuntungan yang didapat, namun lebih dari itu pasang surut hubungan terjadi, kerenggangan demi kerenggangan tak terhindarkan karena masing-masing negara akan menjunjung kepentingan negaranya masing-masing

lebih daripada negara lain. Akan tetapi Indonesia dan Australia mampu mengatasinya dan dapat dikatakan hingga saat ini memiliki hubungan yang baik.

Analisis kampanye *Wonderful Indonesia* di Australia ini akan menggunakan model kampanye Ostergaard untuk melihat efektivitas kampanye *Wonderful Indonesia* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Australia ke Indonesia. Proses kampanye dibagi ke dalam 3 tahap, yaitu pra-kampanye, pelaksanaan kampanye, dan pasca kampanye. Dalam tahap pra-kampanye masalah yang terjadi adalah bahwa Indonesia menargetkan peningkatan wisatawan asing asal Australia karena Australia merupakan negara ke-3 penyumbang wisatawan asing terbesar ke Indonesia. Maka dari itu, kampanye *Wonderful Indonesia* dinilai tepat karena karakteristik masyarakat Australia yang menyukai wisata bahari dan petualangan dianggap sesuai dengan kondisi geografis Indonesia. Kemudian dalam proses pelaksanaan kampanye terdapat tiga poin yang ingin dicapai, yaitu menambah pengetahuan, mengubah sikap, dan menambah kemampuan yang semuanya berusaha dicapai kampanye *Wonderful Indonesia* melalui penerapan kampanye *offline* seperti pelaksanaan *IndoFest 2015*, *Wonderful Indonesia Festival 2015*, dan mengikuti pameran pariwisata di *Flight Centre Expo 2019*, dan juga melalui penerapan kampanye *online* melalui media-media sosial *Wonderful Indonesia* seperti *youtube channel* Indonesia.travel, *twitter* @indtravel, *instagram* @indtravel, dan *facebook* *Wonderful Indonesia*. Kemudian tahapan pasca- kampanye yang biasa disebut tahap evaluasi. Di tahap pra-kampanye diketahui bahwa tujuan melakukan kampanye *Wonderful Indonesia* adalah menaikkan jumlah kunjungan wisatawan asing asal Australia ke Indoneisa. Namun, menurut data tidak selamanya jumlah wisatawan Australia pada tahun 2014 – 2019 mengalami

kenaikan, terdapat dua kali penurunan pada tahun 2015 dan 2017 akibat *ttravel warning*. Akan tetapi, kampanye *Wonderful Indonesia* dapat dikatakan cukup berhasil karena setelah penurunan jumlah kunjungan wisatawan, tahun berikutnya jumlah wisatawan asal Australia meningkat berarti dapat dikatakan kampanye *Wonderful Indonesia* mampu mengatasi isu yang terjadi di luar ranahnya.

Jika dilihat dari tujuan awal kampanye *Wonderful Indonesia* di Australia, tujuan meningkatkan kunjungan wisatawan tersebut belum sepenuhnya terpenuhi karena terjadi penurunan. Namun, usaha kampanye *Wonderful Indonesia* di Australia terbukti memberikan dampak positif pada masyarakat Australia. Karena setiap kali penurunan terjadi tahun selanjutnya kunjungan wisatawan asal Australia ke Indonesia kembali meningkat. Maka dari itu, kampanye *Wonderful Indonesia* di Australia harus terus ditingkatkan efektivitasnya dengan lebih gencar melakukan kampanye pariwisata. Karena selama ini dapat dikatakan cukup berhasil tapi belum maksimal dalam hal meningkatkan kunjungan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

Hamzah, Yeni Imaniar. "Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia". *Jurnal Kepariwisata Indonesia Vol. 8 No. 3* (2013)

Idriasih, Gusti. "Diplomasi Indonesia melalui Kampanye Wonderful Indonesia dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional Tahun 2011-2015". *JOM FISIP Vol. 3 No. 1*(2017)

Nizar, Muhammad Afdi. "Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia". *Jurnal Kepariwisata Indonesia Vol. 6 No. 2* (2011)

Sujai, Mahpud. "Strategi Pemerintah Indonesia dalam Menarik Kunjungan Turis Mancanegara". *Kajian Ekonomi Keuangan Vol 20 No.1* (2016)

Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2014. Badan Pusat Statistik.
Katalog BPS : 8401011 (2014).

BUKU

Apresian, Stanislaus Risadi. "Teknologi Komunikasi dalam Promosi Pariwisata Indonesia". Bandung: UNPAR PRESS, 2017.

Dinnie, Keith. "Nation Branding Concept, Issue, Practice." Inggris: Elseiver, 2008

Djumala, Darmansjah dan Alfred T. Palembang. "TTI Diplomacy: Kajian atas Kinerja Promosi Perdagangan, Investasi, dan Pariwisata/ Indonesia".

Jakarta: Badan Pengkaji dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2014.

Raco, Jozef. "Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya." Jakarta: Grasindo, 2010.

Simon Anholt, "Competitive Identity." Basingtoke: Palgrave Macmillan, 2007

Venus, Antar. "Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik". Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2004

DOKUMEN PEMERINTAH

Analisis Kunjungan Wisatawan Mancanegara pada Kawasan 3 Great Triwulan III-

2015. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia,

[https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj2uOXYgp7tAhVNWX0KHdBFD28QFjAAegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fwww.kemenparekraf.go.id%2Fasset_admin%2Fassets%2Fuploads%2Fmedia%2Fold_all%2F2015%2520Analisis%2520Kunjungan%2520Wisatawan%2520Mancanegara%2520Pada%2520Kawasan%25203%2520Great%2520\(Triwulan%2520III%2520-%25202015\)\(1\).pdf&usg=AOvVaw2pfXozpXtsoO0ra98qNJVO](https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj2uOXYgp7tAhVNWX0KHdBFD28QFjAAegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fwww.kemenparekraf.go.id%2Fasset_admin%2Fassets%2Fuploads%2Fmedia%2Fold_all%2F2015%2520Analisis%2520Kunjungan%2520Wisatawan%2520Mancanegara%2520Pada%2520Kawasan%25203%2520Great%2520(Triwulan%2520III%2520-%25202015)(1).pdf&usg=AOvVaw2pfXozpXtsoO0ra98qNJVO)

Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Tempat

Tinggal (Orang). Badan Pusat Statistik.

<https://www.bps.go.id/indicator/16/327/1/jumlah-kedatangan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-negara-tempat-tinggal.html>

Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2014, Kementerian Pariwisata

Republik Indonesia

https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/LAPORAN%20KINERJA%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20TAHUN%202014%20v4.pdf

Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2015. Kementerian Pariwisata

Republik Indonesia.

https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/test/LAKIP-KEMENPAR%202015.pdf

Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016. Kementerian Pariwisata

Republik Indonesia.

https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_all/LAPORAN%20KINERJA%20KEMENPAR%202016_FINAL.pdf

Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2019. Kementerian Pariwisata

dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media/1598878230_LAKIP_Kemenpar_2019.pdf

Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi 2002-2016. Badan Pusat

Statistik. <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/05/1366/luas-daerah-dan-jumlah-pulau-menurut-provinsi-2002-2016.html>

Statistik Penduduk Indonesia. Badan Pusat Statistik.

<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=NWE5NjNjMWVhOWIwZmVkNjQ5N2QwODQ1&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMTgvMDcvMDMvNWE5NjNjMW>

[VhOWIwZmVkNjQ5N2QwODQ1L3N0YXRpc3Rpay1pbmRvbmVzaWEtMjAxOC5odG1s&twoadfnearfeauf=MjAyMC0xMC0wNiAxMT01NT00Ng%3D%3D,](http://VhOWIwZmVkNjQ5N2QwODQ1L3N0YXRpc3Rpay1pbmRvbmVzaWEtMjAxOC5odG1s&twoadfnearfeauf=MjAyMC0xMC0wNiAxMT01NT00Ng%3D%3D)

Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut. Badan Pusat Statistik.

<https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang

Kepariwisata. Kementerian Keuangan.

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>

WEBSITE

“Cultural Diplomacy,” Institute of Cultural Diplomacy,

http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy

“Global Code of Ethics for Tourism.” UNWTO. Diakses pada 10 Juli 2021.

<https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>

”Harapan untuk Pariwisata Indonesia.” National Geographic Indonesia. Diakses pada 5 Oktober 2020.

<https://nationalgeographic.grid.id/read/13294993/harapan-untuk-pariwisata-indonesia?page=all>

“Hubungan Bilateral Indonesia-Australia.” Embassy of The Republic of Indonesia in Australia. Diakses pada 18 November 2020.

<https://kemlu.go.id/canberra/en/read/australia/2187/etc-menu>

“Profil Lembaga.” Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Diakses pada 6 Juli 2021.

<https://www.kemenparekraf.go.id/profil/profil-lembaga>

“Rencana Pembangunan jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019”

Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional. Diakses pada 6 Juli 2021. <https://www.bappenas.go.id/id/data-dan-informasi-utama/dokumen-perencanaan-dan-pelaksanaan/dokumen-rencana-pembangunan-nasional/rpjp-2005-2025/rpjmn-2015-2019/>

“Siaran Pers Indofest Ajang Promosi Wonderful Indonesia pada Masyarakat Australia.” Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Diakses pada 11 Juli 2021. <https://kemenparekraf.go.id/post/siaran-pers-indofest-ajang-promosi-wonderful-indonesia-pada-masyarakat-australia>,

“Undang-Undang Narkotika Nomor 35 Tahun 2009” Diakses pada 10 Juli 2021. <https://luk.staff.ugm.ac.id/atur/UU35-2009Narkotika.pdf>

“UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition.” UNWTO. Diakses pada 2 Oktober 2020. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

“Wonderful Indonesia”. Diakses pada 15 Juli 2021.

<https://www.indonesia.travel/id/id/partnership-opportunity>

BERITA

“Australia Menerapkan Travel Warning atas Indonesia.” Liputan 6. Diakses pada 18 November 2020. <https://www.liputan6.com/global/read/55314/australia-menerapkan-itrael-warningi-atas-indonesia>

“Australia spied on Indonesian president Susilo Bambang Yudhoyono, leaked Edward Snowden documents reveal.” ABC. Diakses pada 10 Juli 2021. <https://www.abc.net.au/news/2013-11-18/australia-spied-on-indonesian-president,-leaked-documents-reveal/5098860?nw=0>

- “Bom Marriott Diaktifkan di Kamar 1808.” Tempo. Diakses pada 10 Juli 2021.
<https://metro.tempo.co/read/190380/bom-marriott-diaktifkan-di-kamar-1808>
- “Ini Alasan Australia Sadap Ani Yudhoyono.” Liputan 6. Diakses pada 18 November 2020. <https://www.liputan6.com/global/read/774976/ini-alasan-australia-sadap-ani-yudhoyono>
- “Kemenpar terus bidik wisman Australia.” Kontan. Diakses pada 30 Juni 2021.
<https://industri.kontan.co.id/news/kemenpar-terus-bidik-wisman-australia>.
- “Ketua MPR: Travel Warning Jangan Jadi Bagian dari Teror.” Tempo. Diakses pada 18 November 2020. <https://koran.tempo.co/read/nasional/42078/ketua-mpr-travel-warning-jangan-jadi-bagian-dari-teror>
- “Promosikan Wonderful Indonesia, Kemenpar Bidik 4 Kota di Australia.” Kompas. Diakses pada 15 Juli 2021.
<https://travel.kompas.com/read/2019/02/06/081016127/promosikan-wonderful-indonesia-kemenpar-bidik-4-kota-di-australia?page=all>
- “*UNWTO Reiterates The Importance of Carefully Designed Travel Advisories*”,¹ Hospitality Net. Diakses pada 10 Juli 2021.
<https://www.hospitalitynet.org/news/4026639.html>
- “*“Wonderful Indonesia” Mulai Dipromosikan.*” Kompas. Diakses pada 3 Oktober 2020.
<https://travel.kompas.com/read/2011/01/06/15410311/Wonderful.Indonesia.Mulai.Dipromosikan>,
- “Wonderful Indonesia Makin Pedes Promosi di Australia.” Liputan6. Diakses pada 15 Juli 2021.

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2557139/wonderful-indonesia-makin-pede-promosi-di-australia>

“Wonderful Indonesia Festival 2015 Dulang Sukses di Australia.” Bisnis. Diakses pada 11 Juli 2021.

<https://traveling.bisnis.com/read/20151117/224/492883/wonderful-indonesia-festival-2015-dulang-sukses-di-australia>

“1-10-2005: Ketika Eks PM Australia Jadi Penyelamat Nyawa Korban Teror Bom Bali 2”. Liputan 6. Diakses pada 10 Juli 2021.

<https://www.liputan6.com/global/read/3655892/1-10-2005-ketika-eks-pm-australia-jadi-penyelamat-nyawa-korban-teror-bom-bali-2>