

BAB IV

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan berangkat dari pertanyaan, “**Bagaimana *brand ambassador* berperan sebagai instrumen pendukung promosi Wonderful Indonesia untuk meningkatkan citra negara?**” Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *brand ambassador* mampu mempromosikan dan mengkomunikasikan kekayaan pesona alam, keberagaman budaya bangsa, dan nilai luhur masyarakat melalui *direct marketing*, *personal selling*, *advertising*, dan *publishing* di berbagai platform. Tidak hanya itu, pesona wisata dan keberagaman budaya yang dipromosikan juga dikemas dengan harga bervariasi untuk menarik wisatawan. Di sisi lain, peran *brand ambassador* juga turut mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke dalam negeri dan meningkatkan posisi *country brand* Indonesia ke level 47 dunia.

Pada awal mulanya, pemanfaatan *brand ambassador* pada sektor kepariwisataan diproyeksikan mampu mendongkrak *brand* Wonderful Indonesia. Namun, terdapat sejumlah kritik dan keraguan terkait efektivitas dan akuntabilitas dari *brand ambassador*. Banyak yang menilai kinerja *brand ambassador* tidak dapat diukur tingkat keberhasilannya, terlebih alokasi anggaran untuk strategi pemasaran mencapai 70% dari total anggaran Kemenpar RI pada tahun 2016. Para *brand ambassador*, yaitu Putri Pariwisata Indonesia dan berbagai perusahaan melalui *co-branding*, telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan.

kan Kemenpar RI. Dengan kapabilitasnya dalam mengkomunikasikan kekayaan alam dan keberagaman budaya—melalui sejumlah strategi di berbagai platform dengan penetapan harga tertentu, yang notabene sesuai dengan konsep *marketing mix*—, *brand ambassador* terbukti mampu menjangkau segmen yang lebih luas, yang sering kali tidak mampu dicapai melalui strategi konvensional.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa Kemenpar RI menetapkan pariwisata sebagai objek utama untuk melakukan promosi melalui praktik diplomasi publik, serta mematok seluruh strategi pemasaran kepada publik mancanegara. Kemudian, *brand* Wonderful Indonesia ditetapkan untuk mengakomodasi beragam potensi kepariwisataan untuk menciptakan citra yang positif. Sesuai dengan yang dipaparkan Szondi, dalam penelitian ini, *branding* Wonderful Indonesia merupakan bagian dari diplomasi publik untuk mempromosikan sektor pariwisata. Sebagai pendukung, agar promosi yang dilakukan memiliki posisi yang kuat di mata dunia, Kemenpar RI berkoordinasi dengan Kementerian Luar Negeri RI. Dengan ini, Wonderful Indonesia yang pada awalnya tidak dikenal publik akhirnya mengalami peningkatan dan mampu menciptakan identitas baru bagi bangsa Indonesia.

Namun, ditemukan fakta bahwa Putri Pariwisata Indonesia tidak mampu menetapkan harga terkait dengan kekayaan alam dan budaya yang dipromosikan. Walaupun begitu, seluruh *brand ambassador* secara konsisten diharapkan mampu menciptakan sebuah citra yang sama. *Brand ambassador* dilibatkan di dalam *branding* Wonderful Indonesia untuk membantu pemerintah mencapai keuntungan ekonomi dan citra positif. Terkait dengan keuntungan ekonomi, pencapaian yang

diharapkan berupa peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, jumlah devisa, serta jumlah investasi yang masuk. Sedangkan terkait dengan citra, yang ingin ditawarkan adalah pemahaman dan pengetahuan kepada publik bahwa Indonesia merupakan negara yang kaya akan pesona wisata serta memiliki nilai-nilai luhur yang diyakini dan dijunjung tinggi. Nilai-nilai luhur tersebut secara spesifik adalah kehidupan yang harmonis dan toleran satu sama lain. Juga, terbuka dan ramah terhadap para wisatawan mancanegara yang akan datang.

Melalui penelitian ini, *brand ambassador* terbukti tidak hanya bertugas mendampingi pejabat pada kegiatan yang bersifat seremonial. Melainkan, mereka memiliki kapabilitas dalam mengintegrasikan *product, price, place, dan promotion* untuk membantu Kemenpar RI menciptakan dan meningkatkan citra bangsa Indonesia. Terciptanya identitas baru bagi bangsa turut mendorong tercapainya kepentingan nasional. Meskipun demikian, perlu evaluasi mendalam atas strategi yang lebih efektif. Secara spesifik, menetapkan tolok ukur (*benchmarking*) untuk meninjau jumlah pengikut dari Putri Pariwisata Indonesia dan pasar tujuan dari perusahaan *co-branding* sebelum ditetapkan sebagai *brand ambassador*. Hal ini dilakukan bertujuan agar Indonesia mampu mencapai target konkret bahwa *brand ambassador*—yang notabene menjadi utusan negara—ternyata mampu memberikan manfaat kepada negara; mencapai posisi bersaing *brand* yang kuat di lingkup global, membentuk kekuatan baru, dan berperan penting dalam mencapai kepentingan nasional di ranah hubungan internasional.

Lebih jauh, dapat disimpulkan bahwa dinamika hubungan internasional tidak lagi terbatas pada negara sebagai aktor rasional dan utama. Serta, tidak menutup

kemungkinan bagi fenomena hubungan internasional untuk mengadopsi konsep dari disiplin ilmu pengetahuan lain, seperti pemasaran. Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat ditarik benang merah bahwa poin-poin penemuan yang ditemukan dalam penelitian ini seluruhnya koheren dan sesuai dengan berbagai asumsi yang dipaparkan dalam konsep diplomasi publik, *nation branding*, dan *marketing mix*.

Sebagai penutup, perlu diakui bahwa penelitian ini terbatas pada pembahasan peran *brand ambassador* di tahun 2015 – 2019. Sementara itu, terdapat banyak aktor lain yang mendukung pemasaran Wonderful Indonesia. Kelak, penelitian mengenai variabel lain sangat diperlukan, terutama untuk secara konkret melihat dan mengukur efektivitas dari penggunaan *brand ambassador* dan pemasaran yang dilakukan oleh Kemenpar RI. Selain itu, *branding* Wonderful Indonesia yang masih berjalan hingga saat ini tidak menutup kemungkinan telah berubah dan berkembang sesuai dinamika baru, seperti adanya perubahan penyusunan strategi oleh pemerintahan Presiden Joko Widodo periode kedua. Maka, diharapkan, ke depannya ada banyak peneliti yang bersedia melanjutkan riset dengan topik serupa. Secara khusus, untuk melengkapi, menyempurnakan, dan memperkaya kajian Ilmu Hubungan Internasional.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bakry, Umar Suryadi. 2017. *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. DI Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Blythe, Jim. 2009. *Key Concepts in Marketing*. Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Dinnie, Keith. 2008. *Nation Branding: Concept, Issues, Practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Kauppi, Paul R. Viotti dan Mark V. 2013. *International Relations Theory: Fifth Edition*. London: Longman Pearson.
- . 1999. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism, and Beyond*. Boston: Allyn and Bacon.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management, Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

JURNAL

- Adesina, Olubukola S. 2016. "Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy." *Cogent Social Sciences: Politics & International Relations Research Article* 19 (3).
- Alessandro De Nisco, Nicolas Papadopoulos, dan Statia Elliot. 2017. "From International Travelling Consumer to Place Ambassador: Connecting Place Image to Tourism Satisfaction and Post-Visit Intentions." *International Marketing Review* 34 (3).
- Black, Geoffrey Wall and Heather. 2004. "Global Heritage and Local Problems: Some Examples from Indonesia." *Current Issues in Tourism* 7 (4 and 5).
- Cull, Nicholas J. 2008. "Public Diplomacy: Taxonomies and Histories." 616 (1).
- . 2006. "Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of Phrase." In *The Routledge Handbook of Public Diplomacy*, by Nancy Snow dan Phillip M. Taylor. London: Routledge.

- Dinnie, Jonas Mehmet dan Keith. 2013. "Citizen Brand Ambassadors: Motivations and Perceived Effects." *Journal of Destination Marketing and Management* 2 (1).
- Effendi, Tonny Dian. 2013. "Diplomasi Publik sebagai Pendukung Hubungan Indonesia-Malaysia." *Jurnal Hubungan Internasional UNPAR* 9 (1).
- Ekman, Marcus Andersson dan Per. 2009. "Ambassador Networks and Place Branding." *Journal of Place Management and Development* 2 (1).
- Elizabeth Kristina Jayadi, dkk. 2017. "Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pantai Green Bowl, Ungasan, Kuta Selatan, Bali." *Jurnal Analisis Pariwisata* 17 17 (2).
- Ko, Asli D. Tasci and Yong Jae. 2016. "Travel Needs Revisited." *Journal of Vacation Marketing* 23 (1).
- Mellisen, Jan. 2013. "Public Diplomacy." In *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, by Jorge Heine, dan Ramesh Thakur Andrew F. Cooper. Oxford: Oxford University Press.
- . 2005. "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice." In *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, by Jan Melissen. New York: Palgrave MacMillan.
- Page, C. Michael Hall and Stephen J. 2017. *The Routledge Handbook of Tourism in Asia*. London: Routledge.
- Putra, Romeyn P. 2016. "Evaluasi Merk Bangsa "Ultimate in Diversity" dalam Kampanye Pemasaran Pariwisata." *Tourism Scientific Journal* 1 (2).
- Rani, Deddy P. M. 2014. "Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)." *Jurnal Politik Muda* 3 (4).
- Simonin, Bernard L. 2008. "Nation Branding and Public Diplomacy: Challenges and Opportunities." *The Fletcher Forum of World Affairs* 32 (3).
- Sukirman, Oman. 2017. "Apakah Anggaran Pemasaran Pariwisata Pemerintah Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan?" *Tourism and Hospitality Essentials Journal* 7 (2).
- Szondi, Gyorgy. 2008. "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences." *Discussion Paper in Diplomacy*.

LAPORAN & DOKUMEN RESMI

Badan Pusat Statistik Indonesia. 2015. *Hasil Sensus Penduduk*. DKI Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.

—. *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Orang), 2015-2019*. Diakses pada Januari 26, 2020. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>.

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*. DKI Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI.

—. 2004. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah*. LN. 2004/ No. 125, TLN NO.4437. DKI Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI.

Kementerian Keuangan RI. 2016. *Kajian Bidang Anggaran: Efektivitas Alokasi Anggaran Kementerian Pariwisata terhadap Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara*. DKI Jakarta: Kementerian Keuangan RI.

Kementerian Luar Negeri RI. 2015. *Rencana Strategis Kementerian Luar Negeri 2015 – 2019*. DKI Jakarta: Kementerian Luar Negeri RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. "Simplifikasi Regulasi." jdih.kememparekraf.go.id. Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Diakses pada November 12, 2020. <https://jdih.kememparekraf.go.id/Informasihukum/Simplifikasi>.

Kementerian Pariwisata RI. 2014. *Keputusan Menteri Pariwisata Republik Indonesia*. No. KM.03/UM.001/MP/2014. DKI Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.

—. 2017. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016*. DKI Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.

—. 2016. "Pedoman Aplikasi Brand & Design." *indonesia.travel*. Diakses pada Desember 6, 2020. <https://www.indonesia.travel/content/dam/indtravelrevamp/en/brand-guidelines/brand-guideline.pdf>.

—. 2017. *Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia No. 11 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pariwisata*. DKI Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.

—. 2015. *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata 2015 – 2019*. DKI Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.

Kuswara, Ukus. 2013. "Laporan Akuntabilitas Kinerja Kemenparekraf Tahun 2012." Biro Perencanaan dan Organisasi Sekretariat Jenderal, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, DKI Jakarta.

Pusat Kajian Anggaran Badan Keahlian DPR RI. 2019. "Fokus pada Anggaran Promosi dan Pengembangan Pariwisata yang Berkualitas dalam RAPBN 2019 sebagai Sumber Devisa." *berkas.dpr.go.id*. Diakses pada Desember 23, 2020. <http://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/analisis-ringkas-cepat/public-file/analisis-ringkas-cepat-public-6.pdf>.

World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Index 2015 Ranking*. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015."

—. 2017. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017."

World Travel & Tourism Council. *Economic Impact 2019*.

WEBSITE

ABS-CBN. 2017. *Pinay Crowned Miss Tourism International 2017*. Desember 7. Diakses pada Januari 1, 2021. <https://news.abs-cbn.com/life/12/07/17/pinay-crowned-miss-tourism-international-2017>.

Alfred, Paskalis Y. 2018. *CEO Message #22 Kemenpar Menuju Customer-Centric Organization*. Mei 11. Diakses pada Desember 19, 2020. <https://www.genpi.co/catatan-arief-yahya/739/22-kemenpar-menuju-customer-centric-organization?page=4>.

—. 2018. *CEO Message #24 Co-Branding Wonderful Indonesia*. Mei 11. Diakses pada Desember 11, 2020. <https://www.genpi.co/catatan-arief-yahya/737/24-co-branding-wonderful-indonesia>.

—. 2018. *CEO Message #41 Destinasi Digital*. Juni 4. Diakses pada Januari 2, 2021. <https://www.genpi.co/catatan-arief-yahya/709/41-destinasi-digital>.

—. 2018. *CEO Message #48 Wonderful Indonesia Service Ambassador (WISA)*. Juni 10. Diakses pada Desember 23, 2020. <https://www.genpi.co/catatan-arief-yahya/1170/48-wonderful-indonesia-service-ambassador-wisa>.

—. 2018. *CEO Message #55 Asian Games Momentum Membangun Nation Brand*. September 3. Diakses pada Desember 19, 2020.

<https://www.genpi.co/catatan-arief-yahya/2105/55-asian-games-momentum-membangun-nation-branding?page=4>.

Andarningtyas, Natisha. 2019. *Tiket.com Kerja Sama dengan Kemenpar Promosi Wonderful Indonesia*. Maret 4. Diakses pada Desember 28, 2020. <https://www.antaraneews.com/berita/805147/tiketcom-kerja-sama-dengan-kemenpar-promosi-wonderful-indonesia>.

Anjani, Rahmi. 2019. *Mengenal Kontes Putri Pariwisata yang Ramai Disebut Karena Kasus Prostitusi*. Oktober 27. Diakses pada Desember 23, 2020. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-4761469/mengenal-kontes-putri-pariwisata-yang-ramai-disebut-karena-kasus-prostitusi>.

Apriyono, Ahmad. 2016. *Cantiknya Putri Pariwisata Indonesia Hipnotis Pengunjung MITM*. Agustus 7. Diakses pada Desember 26, 2020. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2571276/cantiknya-putri-pariwisata-indonesia-hipnotis-pengunjung-mitm>.

—. 2016. *Resmi Dibuka, MITM 2016 Langsung Dibanjiri Pengunjung*. Agustus 5. Diakses pada Desember 26, 2020. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2569825/resmi-dibuka-mitm-2016-langsung-dibanjiri-pengunjung>.

Asdhiana, I Made. 2014. *Tugas Besar Menanti Menteri Pariwisata Arief Yahya*. Oktober 27. Diakses pada Desember 19, 2020. <https://travel.kompas.com/read/2014/10/27/120800527/Tugas.Berat.Menanti.Menteri.Pariwisata.Arief.Yahya>.

—. 2013. *Wakatobi, Surga Bawah Laut yang Menakutkan*. Agustus 16. Diakses pada Desember 28, 2020. <https://travel.kompas.com/read/2013/08/16/1110535/Wakatobi.Surga.Bawah.Laut.yang.Menakutkan?page=all>.

—. 2011. *“Wonderful Indonesia” Mulai Dipromosikan*. Januari 6. Diakses pada November 13, 2020. <https://travel.kompas.com/read/2011/01/06/15410311/Wonderful.Indonesia.Mulai.Dipromosikan>.

Christiastuti, Novi. 2018. *Bus Wisata ‘Wonderful Indonesia’ Parkir di Lapangan Merah Moskow*. Juni 5. Diakses pada Desember 10, 2020. <https://news.detik.com/internasional/d-4054906/bus-wisata-wonderful-indonesia-parkir-di-lapangan-merah-moskow>.

CNN Indonesia. 2017. *Ada Branding Wonderful Indonesia di Produk Milik Artis*. Oktober 29. Diakses pada Desember 15, 2020.

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20171029205043-307-252016/ada-branding-wonderful-indonesia-di-produk-milik-artis>.

—. 2018. *Bus Bergambar Indonesia Curi Perhatian di Piala Dunia Rusia*. Mei 26. Diakses pada Desember 14, 2020. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180626142441-269-309094/bus-bergambar-indonesia-curi-perhatian-di-piala-dunia-rusia>.

—. 2017. *Konjen RI Promosikan Wonderful Indonesia di Malaysia*. Juli 10. Diakses pada Januari 1, 2021. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170710145927-307-226810/konjen-ri-promosikan-wonderful-indonesia-di-malaysia>.

—. 2018. *Wonderful Indonesia Kian Populer di Mancanegara*. November 24. Diakses pada Desember 3, 2020. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181124180105-269-348964/wonderful-indonesia-kian-populer-di-mancanegara>.

Desrianto, Mico. 2019. *Menpar Sumringah Posisi Indonesia di Peringkat Pariwisata Dunia Naik*. September 6. Diakses pada Desember 20, 2020. <https://travel.kompas.com/read/2019/09/06/114334127/menpar-sumringah-posisi-indonesia-di-peringkat-pariwisata-dunia-naik?page=all>.

Dimiyati, Vien. 2018. *Strategi Pikat Wisman lewat Co-Branding Wonderful Indonesia*. September 28. Diakses pada Desember 11, 2020. <https://www.inews.id/travel/destinasi/strategi-pikat-wisman-lewat-co-branding-wonderful-indonesia>.

Dinas Pariwisata Sleman. 2018. "Perjalanan Branding Pariwisata Indonesia." *pariwisata.slemankab.go.id*. Juli 4. Diakses pada Desember 5, 2020. <https://pariwisata.slemankab.go.id/2018/07/04/perjalanan-branding-pariwisata-indonesia/>.

Dzulfia, Zia. 2017. *Wonderful Indonesia Mejang Lagi di Times Square, New York!* Mei 9. Diakses pada Desember 14, 2020. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/05/09/wonderful-indonesia-mejang-lagi-di-times-square-new-york>.

El John Pageants. *Tentang Kami*. Diakses pada Desember 26, 2020. <https://eljohnpageants.co.id/tentang-kami/>.

F., Ni Luh Made Pertiwi. 2014. *Apa Tugas Besar Menteri Pariwisata?* Oktober 29. Diakses pada Desember 19, 2020. <https://travel.kompas.com/read/2014/10/29/101900027/Apa.Tugas.Besar.Menteri.Pariwisata>.

- Gusman, Hanif. 2018. *Pertumbuhan Ekonomi Era Soeharto-Jokowi: Beda Rezim, Beda Faktor*. September 25. Diakses pada November 10, 2020. <https://tirto.id/pertumbuhan-ekonomi-era-soeharto-jokowi-beda-rezim-beda-faktor-c2q9>.
- Handoyo. 2015. *Anggaran Promosi Pariwisata Melesat*. November 25. Diakses pada Desember 20, 2020. <https://nasional.kontan.co.id/news/anggaran-promosi-pariwisata-melesat>.
- Hariyanto, Puguh. 2020. *Ketimbang Bayar Influencer Rp72M, Pemerintah Disarankan Tempuh Cara Ini*. Februari 28. Diakses pada Januari 2020. <https://nasional.sindonews.com/berita/1540561/15/ketimbang-bayar-influencer-rp72-m-pemerintah-disarankan-tempuh-cari-ini?showpage=all>.
- Henricus, Hans. 2009. *SBY: Pariwisata dan Industri Kreatif Harus Dikembangkan*. Juni 26. Diakses pada November 11, 2020. <https://nasional.kontan.co.id/news/sby-pariwisata-dan-industri-kreatif-harus-dikembangkan>.
- Instagram. Astari Vernideani (@astarivern). "Laman Utama."
- Instagram. Astari Vernideani (@astarivern). 2018. *Hello Indonesia*. Desember 11.
- Instagram. Lois Merry Tangel (loistangel). 2017. *Wakatobi terdiri dari*. Juli 4.
- Kedutaan Besar Perancis di Jakarta. *Wonderful Indonesia: VITO France, Visit Indonesia Tourism Officer France*. Diakses pada Desember 17, 2020. <https://id.ambafrance.org/WONDERFUL-INDONESIA-VITO-France-Visit-Indonesia-Tourism-Officer-France-2305>.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia*. Diakses pada Desember 15, 2020. <https://indonesia.go.id/kementerian-lembaga/kementerian-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-republik-indonesia>.
- . 2015. "Jadikan Indonesia Mandiri, Berkepribadian, dan Berdaulat." *kominfo.go.id*. Agustus 18. Diakses pada November 20, 2020. <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5629/NAWACITA%3A+9+Program+Perubahan+Untuk+Indonesia/0/infografis>.
- . 2019. *Wisata Indonesia di Mata Dunia*. Maret 21. Diakses pada Januari 26, 2020. <https://indonesia.go.id/ragam/pariwisata/pariwisata/wisata-indonesia-di-mata-dunia>.
- Kementerian Luar Negeri RI. 2019. *Upaya Peningkatan Kerja Sama Pariwisata dan Menarik Wisatawan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*

Selenggarakan Business Gathering Program di Tashkent, Uzbekistan. November 18. Diakses pada Desember 17, 2020. <https://kemlu.go.id/tashkent/id/news/3268/upaya-peningkatan-kerja-sama-pariwisata-dan-menarik-wisatawan-kementerian-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-selenggarakan-business-gathering-program-di-tashkent-uzbekistan>.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. *Putri Pariwisata Siap Promosikan Indonesia.* Diakses pada Desember 24, 2020. <https://www.kemendparekraf.go.id/post/putri-pariwisata-siap-promosikan-indonesia>.

Kementerian Pariwisata RI. *Profil Lembaga.* Kementerian Pariwisata RI. Diakses pada Desember 16, 2020. <https://www.kemenpar.go.id/profil/profil-lembaga>.

Kumparan. 2019. *Wine Produksi Bali Ini Sudah Diekspor ke Singapura dan Vietnam.* Oktober 18. Diakses pada Desember 27, 2020. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/wine-produksi-bali-ini-sudah-diekspor-ke-singapura-dan-vietnam-1s52LszGhev/full>.

Kurniawan, Endra. 2019. *Mengenal Ajang Pemilihan Putri Pariwisata Indonesia yang Pernah Diikuti PA.* Oktober 28. Diakses pada Desember 26, 2020. <https://www.tribunnews.com/seleb/2019/10/28/mengenal-ajang-pemilihan-putri-pariwisata-indonesia-yang-pernah-diikuti-pa?page=3>.

Laucereno, Sylke F. 2019. *Ragam Skin Care Lokal yang Tetap Bertahan di Tengah Gempuran Impor.* Oktober 13. Diakses pada Desember 27, 2020. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4744137/ragam-skin-care-lokal-yang-tetap-bertahan-di-tengah-gempuran-impor>.

Martha Tilaar Group. *Pilar.* Diakses pada Desember 28, 2020. <http://www.marthatilaargroup.com/id/pilar>.

—. *Sariayu Martha Tilaar Luncurkan Tren Warna Inspirasi Gili dan Lombok.* Diakses pada Desember 27, 2020. <http://www.marthatilaargroup.com/detail/en/162/sariayu-martha-tilaar-launched-color-trend-inspired-by-gili-and-lombok>.

Muslimawati, Angga Sukmawijaya dan Nicha. 2019. *Membandingkan Pertumbuhan Ekonomi Era SBY dan Jokowi.* Februari 6. Diakses pada November 10, 2020. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/membandingkan-pertumbuhan-ekonomi-era-sby-dan-jokowi-1549415979213066574/full>.

Pamungkas, Yohanes A. 2017. *Putri Pariwisata Indonesia 2016 Lois Merry Tangel Promosikan Keindahan Wakatobi.* Agustus 15. Diakses pada Desember 26,

2020. <https://www.tabloidbintang.com/berita/sosok/read/75065/putri-pariwisata-indonesia-2016-lois-merry-tangel-promosikan-keindahan-wakatobi>.

Prawitaningrum, Raras. 2019. *Co-Branding Tiket.com & Kemenpar Gaet Traveler Liburan di Indonesia*. April 1. Diakses pada Desember 28, 2020. <https://travel.detik.com/travel-news/d-4492809/co-branding-tiketcom-kemenpar-gaet-traveler-liburan-di-indonesia>.

Prihatini, Ramadhani. 2018. *Pemerintah Kaji Ulang Kebijakan Bebas Visa Kunjungan*. Januari 25. Diakses pada Desember 22, 2020. <https://nasional.kontan.co.id/news/pemerintah-kaji-ulang-kebijakan-bebas-visa-kunjungan>.

Prodjo, Wahyu A. 2019. *Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia Tahun 2019 Naik*. September 5. Diakses pada November 14, 2020. <https://travel.kompas.com/read/2019/09/05/173751627/indeks-daya-saing-pariwisata-indonesia-tahun-2019-naik?page=all>.

—2016. *Inilah Target Kementerian Pariwisata Tahun 2016*. Januari 1. Diakses pada Desember 3, 2020. <https://travel.kompas.com/read/2016/01/01/082758727/Inilah.Target.Kementerian.Pariwisata.Tahun.2016>.

—. 2016. *Wonderful Indonesia Mejang di Times Square New York*. Oktober 3. Diakses pada Desember 14, 2020. <https://travel.kompas.com/read/2016/10/03/194321427/wonderful.indonesia.mejang.di.times.square.new.york>.

Sababay Winery. *Shop Products*. Diakses pada Desember 27, 2020. <http://sababaywinery.com/Product?id=5>.

—. *Flavours of Indonesia*. Diakses pada Desember 27, 2020. <http://sababaywinery.com/TFOI>.

Saputra, Rizky A. 2019. *Putri Pariwisata Indonesia 2019 Lahirkan Juara Baru*. September 8. Diakses pada Desember 26, 2020. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4057802/putri-pariwisata-indonesia-2019-lahirkan-juara-baru>.

Sekretariat Kabinet RI. 2017. "Pesona Indonesia/Wonderful Indonesia: Inspirasi di balik Jenama Pariwisata Indonesia." *setkab.go.id*. Desember 27. Diakses pada November 14, 2020. <https://setkab.go.id/pesona-indonesiawonderful-indonesia-inspirasi-di-balik-jenama-pariwisata-indonesia/>.

- Setiawan, Robi. 2019. *Wonderful Indonesia Raih Banyak Penghargaan, Ini Kata Menpar*. Mei 16. Diakses pada Desember 21, 2020. <https://travel.detik.com/travel-news/d-4552502/wonderful-indonesia-raih-banyak-penghargaan-ini-kata-menpar>.
- Siregar, Boyke P. 2019. *Kunjungan Wisman Naik, Devisa Pariwisata Sentuh US\$19, 29 Miliar*. Agustus 20. Diakses pada Desember 20, 2020. <https://www.wartaekonomi.co.id/read242266/kunjungan-wisman-naik-devisa-pariwisata-sentuh-us1929-miliar>.
- SWA. 2017. *Martha Tilaar*. September 25. Diakses pada Desember 28, 2020. <https://swa.co.id/wicf/partners/martha-tilaar>.
- SWA. 2019. *Sababay Targetkan Kontribusi 40% dari Sparkling Terbaru*. Februari 27. Diakses pada Desember 28, 2020. <https://swa.co.id/swa/trends/sababay-targetkan-kontribusi-40-dari-sparkling-terbaru>.
- SWA. 2017. *Sababay Wine*. September 25. Diakses pada Desember 27, 2020. <https://swa.co.id/wicf/partners/sababay-wine>.
- SWA. 2017. *Tiket.com*. September 25. Diakses pada Desember 28, 2020. <https://swa.co.id/wicf/partners/tiket-com>.
- Tiket.com. *Beranda Utama*. Diakses pada Desember 28, 2020. <https://tiket.com/>.
- Tiket.com. *Paket Tur*. Diakses pada Januari 6, 2020. <https://www.tiket.com/to-do/search?category=TOUR&pageNumber=2>.
- Tribun News. 2017. *Menteri Pariwisata Gandeng 20 Artis Promosi Wonderful Indonesia*. November 14. Diakses pada Desember 11, 2020. <https://www.tribunnews.com/nasional/2017/11/14/menteri-pariwisata-gandeng-20-artis-promosi-wonderful-indonesia>.
- Usman, Taufik. 2019. *Menpar: Country Branding Wonderful Indonesia Tempati Ranking 47 Dunia*. Oktober 5. Diakses pada Desember 20, 2020. <https://rri.co.id/humaniora/wisata/730025/menpar-country-branding-wonderful-indonesia-tempati-ranking-47-dunia>.
- Warta Ekonomi. 2017. *Menpar Sebut Kemenlu Mitra Strategis Promosi Wisata Mancanegara*. Agustus 26. Diakses pada Desember 16, 2020. <https://www.wartaekonomi.co.id/read152436/menpar-sebut-kemenlu-mitra-strategis-promosi-wisata-mancanegara%20A0>.
- Wedhaswary, Inggried D. 2015. *"Nawa Cita," 9 Agenda Prioritas Jokowi-JK*. Mei 21. Diakses pada November 22, 2020.

<https://nasional.kompas.com/read/2014/05/21/0754454/.Nawa.Cita.9.Agen.da.Prioritas.Jokowi-JK>.

Wibison, Ivana. 2017. *Tiket.com Ikut Co-Branding Wonderful Indonesia*. Agustus 24. Diakses pada Desember 28, 2020. <https://industri.kontan.co.id/news/tiketcom-ikut-co-branding-wonderful-indonesia>.

Wonderful Indonesia. *Experience 5 Wonders in Indonesia*. Diakses pada Desember 7, 2020. <https://www.indonesia.travel/id/id/experience>.

Wonderful Indonesia. *Overseas Tourism Officers*. Kementerian Pariwisata RI. Diakses pada Desember 17, 2020. <https://www.indonesia.travel/id/en/tourism-office>.

Youtube. *Hasil Pencarian kata kunci "Tiket.com" di Google*. Diakses pada 2 Januari. <https://www.youtube.com/watch?v=5T7GHTgj3K8>.