

BAB IV

KESIMPULAN

Dengan melihat dari apa yang telah dikemukakan oleh Teemu Moilanen dan Seppo Rainisto mengenai apa saja indikator keberhasilan sebuah *nation (city branding)*, kita bisa melihat bagaimana Purwakarta berusaha untuk memenuhi kelima poin tersebut.

Poin pertama menjelaskan mengenai *city branding* harus bisa menarik bisnis dan investasi, dibuktikan dengan adanya peningkatan PAD Purwakarta (tahun 2014 anggaran sebesar Rp. 459.349.229.156, lalu di tahun 2015 anggaran sebesar Rp. 653.055.854.831, dan di tahun 2016 anggaran sebesar Rp. 651.298.268.000). Meskipun tidak terlalu banyak, tetapi tetap menunjukkan tren peningkatan yang cukup baik.

Poin kedua, menjelaskan mengenai *country branding* harus bisa menarik wisatawan, terbukti dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan baik mancanegara maupun nasional yang bermalam di hotel di Purwakarta (wisatawan asing di tahun 2014 berjumlah 7.829 orang, 2015 berjumlah 17.157 orang. Sementara itu, wisatawan lokal di tahun 2014 berjumlah 266.810 orang, dan 2015 berjumlah 225.711 orang), jumlah hotel juga turut meningkat (2014 hanya ada 2 hotel berbintang dan 19 hotel non-bintang, 2015 menjadi 3 hotel berbintang dan 22 hotel non-bintang).

Poin ketiga, menjelaskan mengenai *city branding* harus bisa mempromosikan *public diplomacy*. Meskipun tidak terlihat secara langsung, tetapi dengan adanya

Kementerian Pariwisata melalui “*Wonderful Indonesia*” bisa memberikan sedikit bukti bahwa pemerintah pusat turut ikut serta dalam acara tersebut.

Poin keempat, menjelaskan bahwa *city branding* harus bisa meningkatkan minat untuk ekspor industri. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah ekspor non-migas yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Purwakarta dalam lima tahun terakhir (2010: Rp. 408.837.828; 2011: Rp. 538.124.510; 2012: Rp. 603.826.505; 2013: Rp. 612.190.102; 2014: Rp. 686.786.440; 2015: Rp. 690.215.038).

Poin kelima, menjelaskan bahwa *city branding* harus bisa membuat masyarakatnya bangga dan lebih mencintai kebudayaannya sendiri, terlihat dari respon masyarakat baik masyarakat Purwakarta sendiri maupun masyarakat diluar Purwakarta yang penasaran akan acara tersebut, dan ingin agar selalu diadakan setiap tahun.

Dengan hasil analisa diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *nation (city) branding* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Purwakarta berhasil karena memenuhi dan menjalankan lima poin yang telah dijelaskan oleh Teemu Moilanen dan Seppo Rainisto.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Braun, Erik. Eshuis, Jasper. Klijin, Erik-Hans. 2014. *The Effectiveness of Place Brand Communication. Cities*. Cities 41 (64 – 70).
- Dinnie, Keith. 2008. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. United Kingdom: Butterworth-Heinemann.
- Djelantik, Sukawarsini. 2012. *Diplomasi Antara Teori & Pratik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Melissen, Jan. 2005. *The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Moilanen, Teemu and Rainisto, Seppo. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Destinations*, United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Pritchard, Anette and Morgan, Nigel, Pride, Roger. 2004. *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, United Kingdom: Elsevier
- Shoelhi, Mohammad. 2011. *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Rivers, Peterson, dan Jensen. 2015. *Media Massa & Masyarakat Modern Edisi Kedua* (diterjemahkan oleh Haris Munandar & Dudy Priatna). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ikbar, Yanuar. 2012. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung: PT Alfabet.

Dokumen

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Purwakarta. 2015. *Statistik Daerah Kabupaten Purwakarta 2015*. Purwakarta: Badan Pusat Statistik Kabupaten Purwakarta.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Purwakarta. 2016. *Statistik Daerah Kabupaten Purwakarta 2016*. Purwakarta: Badan Pusat Statistik Kabupaten Purwakarta.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Purwakarta. 2016. *Kabupaten Purwakarta dalam Angka 2016*. Purwakarta: Badan Pusat Statistik Kabupaten Purwakarta.

FutureBrand. 2014. *Country Brand Index 2014 – 15*. FutureBrand. FutureBrand.

Jurnal / Hasil Penelitian

Szondi, Gyorgy. 2008. Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. *Clingendael*. ISSN 1569-2981. Pg.

Nye, Joseph S. 2008. Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of Political and Social Science*. DOI 10.1177/00027 16207311699.

MacDonald, Katherina. 2011. Expression and Emotion: Cultural Diplomacy and Nation Branding in New Zealand. Research Thesis INTP 595. Wellington. School of Political Science and International Relations. Victoria University of Wellington.

Link Website

Abramena. 2016. “Seru, 10 Negara Meriahkan Festival Etnik di Purwakarta”, <http://regional.liputan6.com/read/2588104/seru-10-negara-meriahkan-festival-etnik-di-purwakarta>, diakses pada 22 September 2016

Admin, Super. 2014. “Festival Budaya se-Asia Pasifik Meriahkan Puncak Acara Hari Jadi Purwakarta”, <http://www.purwakartakab.go.id/articles/festival-budaya-se-asia-pasifik-meriahkan-puncak-acara-hari-jadi-purwakarta>, diakses pada 30 November 2016

Ameryudha. 2013. “Festival Budaya Purwakarta yang Memecahkan Rekor Muri”, <http://jalan2.com/forum/topic/6831-festival-budaya-purwakarta-yang-memecahkan-rekor-muri/>, diakses pada 10 Juni 2017

- Asdhiana, I Made. 2014. "13 Negara Ikut Festival Budaya di Purwakarta", <http://travel.kompas.com/read/2014/09/01/194100127/13.Negara.Ikut.Festival.Budaya.Asia.Pasifik.di.Purwakarta>, diakses pada 22 September 2016
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2016. "diplomasi", <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/diplomasi>, diakses pada 19 November 2016
- Bagian Humas Pemkab Jember. 2015. "(JFC) Jember Fashion Carnaval", <https://jemberkab.go.id/jmc-jember-fashion-carnaval/>, diakses pada 6 Maret 2017
- BBC Indonesia. 2017. "Hari Raya Nyepi di Bali setelah Parade Ogoh – ogoh yang meriah", <http://www.bbc.com/indonesia/majalah-39417285>, diakses pada 17 Maret 2017
- Benji. 2016. "Nordic Fest: 50 Years Strong", <http://iloveinspired.com/today/nordic-fest-50-years-strong/>, diakses pada 2 Desember 2016
- Cag, D. "How to Brand Like Apple, McDonald's & Coca Cola", <https://richtopia.com/strategic-marketing/how-to-brand-like-apple-mcdonalds-cocacola>, diakses pada 24 Maret 2017
- Festival des Arts Martiaux. 2016. "Qui sommes-nous?", <http://lefestivaldesartsmartiaux.com/qui-sommes-nous>, diakses pada 4 Mei 2017
- Gauteng. 2012. "New Slogan for Brand South Africa", http://www.gauteng.net/blog/new_slogan_for_brand_south_africa, diakses pada 4 Mei 2017
- Investopedia, "*Brand*", <http://www.investopedia.com/terms/b/brand.asp>, diakses pada 24 Maret 2017
- Kantor PDT Pemerintah Kabupaten Bantul. 2017. "Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan", <https://bkad.bantulkab.go.id/hal/pajak-mineral-bukan-logam-dan-batuan>, diakses pada 3 Mei 2017
- Kementerian Pariwisata Indonesia. 2014. "Logo Wonderful Indonesia dan Pesona Indonesia", <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=6&id=2026>, diakses pada 25 Maret 2017

- Mardinata, Sulung Lahitani. 2015. "Jember Fashion Carnaval 2015 Masih Tetap Memukau", <http://citizen6.liputan6.com/read/2306013/jember-fashion-carnaval-2015-masih-tetap-memukau> diakses pada 21 November 2016
- Marketeers Editor. 2012. "Kisah di Balik Kampanye *Just Do It*", <http://marketeers.com/kisah-di-balik-kampanye-just-do-it/>, diakses pada 24 Maret 201
- Mulyana, Asep. 2016. "'Sampurasun World Ethnic Festival' Tema Ulang Tahun Purwakarta 2016", <http://www.inilahkoran.com/berita/jabar/59575/sampurasun-world-ethnic-festival-tema-ulang-tahun-purwakarta-2016>, diakses pada 30 November 2016
- Ngantung, D., Santoso Agung B. 2013. "Dari 'Just Do It', Brand Sepatu Nike Ubah Tagline Jadi 'Possibilities'", <http://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/08/22/dari-just-do-it-brand-sepatu-nike-ubah-tagline-jadi-possibilities>, diakses pada 24 Maret 2017
- Nordic Fest. 2015. "History of Decorah's Nordic Fest", <http://www.nordicfest.com/site/history-of-decorahs-nordic-fest.html>, diakses pada 17 Oktober 2016
- Prasaja, Dhimas. 2016. "Kemeriahan Puncak Jember Fashion Carnaval Ke-15", <http://lifestyle.liputan6.com/read/2589419/kemeriahan-puncak-jember-fashion-carnaval-ke-15>, diakses pada 21 November 2016
- Prodjo, Wahyu Aditya. 2016. "Apa Beda Antara Logo "Wonderful Indonesia" dan "Pesona Indonesia" ", <http://travel.kompas.com/read/2016/02/18/200800527/Apa.Beda.Antara.Logo.Wonderful.Indonesia.dan.Pesona.Indonesia>, diakses pada 4 Mei 2017
- Puspitasari, Nirmala Siska. 2017. "Ibadah Nyepi, Pulau Bali Hening Tanpa Polusi", <http://www.pikiran-rakyat.com/nasional/2017/03/28/ibadah-nyepi-pulau-bali-hening-tanpa-polusi-397352>, diakses pada 17 Maret 2017
- Purwakarta, Kaharti. "Festival Seni Bela Diri Internasional Purwakarta", <http://www.purwakartakab.go.id/articles/festival-seni-bela-diri-internasional-purwakarta>, diakses pada 4 Mei 2017
- Purwakarta, Kaharti. 2016. "Purwakarta Adakan Karnaval Sampurasun World Ethnic Festival 2016", <http://www.purwakartakab.go.id/articles/purwakarta-adakan-karnaval-sampurasun-world-ethnic-festival-2016>, diakses pada 4 Mei 2017

- Rivki. 2015. "Festival Budaya Dunia 'Hipnotis' Masyarakat Purwakarta", <http://news.detik.com/berita/3004752/festival-budaya-dunia-hipnotis-masyarakat-purwakarta> diakses pada 30 November 2016
- Rosadi, D. 2014. "Ini Alasan Mcdonald's Ganti Slogan 'I'm Lovin It' ", <http://www.suara.com/bisnis/2014/10/30/154157/ini-alasan-mcdonalds-ganti-slogan-im-lovin-it>, diakses pada 24 Maret 2017
- Saut, Prins David. 2017. "Ribuan Turis Asing dan Domestik Ramaikan Pawai Ogoh – ogoh di Bali", <https://news.detik.com/berita/d-3458451/ribuan-turis-asing-dan-domestik-ramaikan-pawai-ogoh-ogoh-di-bali>, diakses pada 17 Maret 2017
- South African Tourism. 2012. "Inspiring New Ways", <http://www.southafrica.net/media/en/news/entry/news-southafrica.net-inspiring-new-ways>, diakses pada 4 Mei 2017
- Sunarya, Reza. 2016. "Karnaval World Ethnic Festival Tutup Rangkaian Hari Jadi Purwakarta", <http://jabar.metrotvnews.com/read/2016/08/28/575249/karnaval-world-ethnic-festival-tutup-rangkaian-hari-jadi>, diakses pada 10 Juni 2017
- Susanti, Reni. 2016. "10 Negara Ramaikan "Sampurasun World Ethnic Festival" di Purwakarta", <http://regional.kompas.com/read/2016/08/26/17542471/10.negara.ramaikan.sampurasun.world.ethnic.festival.di.purwakarta>, diakses pada 4 Mei 2017
- Sutisna, Nanang. 2016. "Festival Bela Diri di Purwakarta Diklaim Terbaik di Dunia", <https://nasional.tempo.co/read/news/2016/04/03/078759324/festival-bela-diri-di-purwakarta-diklaim-terbaik-di-dunia>, diakses pada 4 Mei 2017
- Sutisna, Nanang. 2016. "World Village Conference Berlangsung di Purwakarta", <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/23/058773278/world-village-conference-berlangsung-di-purwakarta> diakses pada 22 September 2016
- Taiwanese American Cultural Festival. 2017. "About the Festival", http://tafestival.org/festival_details/about/, diakses pada 17 Oktober 2016
- The African American Cultural Festival of Raleigh and Wake County. 2017. "About the Festival", <http://www.aacfestival.org/about/>, diakses pada 17 Oktober 2016

- Young Professionals for Agricultural Development. 2016. "World Village Conference 2016 in Indonesia-call for participants", <http://www.ypard.net/event/world-village-conference-2016-indonesia-call-participants>, diakses pada 4 Mei 2017
- Zulkifli, Dicky. 2017. "Purwakarta Kembali Gelar Festival Seni Bela Diri Dunia April 2017", <http://www.headlinejabar.com/advertorial/3306-purwakarta-kembali-gelar-festival-seni-bela-diri-dunia-april-2017>, diakses pada 4 Mei 2017