

BAB IV

KESIMPULAN

Penelitian yang berjudul “Nation Branding Indonesia Melalui Wonderful Indonesia Tahun 2015-2017” ini bertujuan untuk meneliti strategi-strategi yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk melakukan diplomasi digital dan *nation branding* agar dapat memenuhi kepentingan nasional negara, yaitu untuk memberikan citra positif terhadap Indonesia dan meningkatkan kunjungan wisatawan asing agar dapat mempengaruhi hubungan timbal balik dengan negara lain. Penelitian ini didasari oleh rumusan masalah “bagaimana strategi *nation branding* Indonesia untuk memenuhi kepentingan nasional melalui kampanye *Wonderful Indonesia* tahun 2015-2017?”. Indonesia memiliki kepentingan nasional yaitu, meningkatkan citra positif dan menambah kunjungan turis asing yang datang untuk berwisata.

Strategi *Nation branding* yang dilakukan Kementerian Pariwisata dengan cara memberikan label *Wonderful Indonesia* pada sektor pariwisata, lalu Kementerian Luar Negeri memasarkannya melalui strategi pemasaran seperti iklan, memberikan diskon, mensponsori acara-acara pariwisata, melakukan *public relations and publicity*, dan *direct marketing*. Walaupun *Wonderful Indonesia* belum dapat memenuhi target kunjungan turis asing sebanyak 15 juta orang tahun 2017, label tersebut meningkatkan jumlah kunjungan turis asing dari tahun 2015 hingga 2017 melalui 19 bandara utama di Indonesia.

Selain peningkatan jumlah kunjungan turis asing, Indonesia memenuhi kepentingan untuk meningkatkan citra positif dengan mendapat kepercayaan dari negara lain. Pihak swasta pun berpartisipasi dalam promosi pariwisata Indonesia melalui media sosial. Pengguna internet lebih menyukai komunikasi media sosial oleh pihak swasta (*travel blogger*, dan biro perjalanan) yang lebih interaktif, dibandingkan cara komunikasi pemerintah Indonesia yang cenderung satu arah, sehingga diplomasi digital Indonesia untuk *nation branding* belum efektif. Komunikasi dua arah sangat penting dalam aktivitas diplomasi digital dan *nation branding* untuk mendapatkan respon sehingga dapat diolah menjadi suatu kebijakan dan strategi baru.

Penelitian ini hanya berfokus pada upaya diplomasi yang dilakukan pemerintah untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dalam memproyeksikan citra positif dan meningkatkan kunjungan turis asing melalui kampanye *Wonderful Indonesia* selama 2015 hingga 2017. Teori yang digunakan dalam penelitian ini sudah memadai karena dapat menjadi panduan untuk menganalisa aktivitas diplomasi digital, *nation branding*, dan strategi-strategi pemasaran dalam perusahaan yang diimplementasikan dalam praktik diplomasi oleh pemerintah Indonesia untuk memenuhi kepentingan nasional. Kontribusi pariwisata dalam hubungan internasional adalah sebagai salah satu aspek dalam *soft diplomacy*, dan dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu negara. Kelemahan penelitian ini hanya berfokus pada *soft power*, yaitu pariwisata sebagai *nation branding*. Diplomasi digital dan *nation branding* yang dilakukan pemerintah dapat mencakup sektor lain. Sebagai saran penelitian selanjutnya,

diharapkan terdapat peningkatan sektor ekonomi melalui diplomasi digital dan *nation branding* pariwisata yang sudah dilakukan Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Pariwisata Indonesia. Penelitian selanjutnya pun diharapkan mengarah pada pertumbuhan tenaga kerja dan devisa negara melalui pariwisata Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Yoeti, Oka, Pemasaran Pariwisata, Bandung: Penerbit Angkasa. 1980, hal 64.
Barston, R.P., *Modern Diplomacy*, New York: Longman, 1997, hal 1.
Cooper, Robert, *The Breaking of Nations: Order and Chaos in the Twenty-First Century*. London: Atlantic Books. 2003. Hal 76.
Dinnie, Keith, *Nation Branding Concepts, Issues, Practice*. Elsevier: UK, 2008, hal 16
Djelantik, Sukawarsini, *Diplomasi Antara Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008. Hal 190-191.
Kaplan, Andreas M, dan Michael Haenien, 2010, “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”, no, 53, vol.1, Business Horizons, hal 59-68.
Pinata, I dan Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005, hal 200.
Schmidt, Eric; Cohen, Jared, *The New Digital Age*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014, Hal 3-4.

Dokumen Resmi

- Laporan Kinerja Kementerian Luar Negeri Tahun 2015
[http://www.kemlu.go.id/AKIP/LKJ%20Kemenlu%202015%20\(Buku%20I-II%20Full%20Version\).pdf](http://www.kemlu.go.id/AKIP/LKJ%20Kemenlu%202015%20(Buku%20I-II%20Full%20Version).pdf) tanggal 15 Oktober 2017 pukul 00.39.
Keputusan Menteri Luar Negeri Republik Indonesia Nomor 01/B/RO/VII/2015/01 Tahun 2017
<https://www.kemlu.go.id/AKIP/Salinan%20Kep%20Menlu%20Perubahan%20Peta%20Strategi%20dan%20IKU.pdf>.
Kementerian Luar Negeri, *Peraturan Menteri Luar Negeri Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2016*, 2016, Jakarta.
Kementerian Pariwisata Indonesia, *Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Melalui 19 Pintu Masuk Utama dan Pintu lainnya, 2015 vs 2014*, <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/desember.pdf>
Kementerian Pariwisata Indonesia, *Perkembangan Kunjungan Wisman ke Indonesia tahun 2016 vs 2015*, diakses dari http://www.kemenpar.go.id/userfiles/12_%20Lapbul%20Desember%202016.pdf
Kementerian Pariwisata Indonesia, *Perkembangan Kunjungan Wisman ke Indonesia tahun 2017 vs 2016*, diakses dari [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/12_%20Lapbul%20Des%202017%20\(Angka%20Revisi\).pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/12_%20Lapbul%20Des%202017%20(Angka%20Revisi).pdf)
Presiden Republik Indonesia, *Peraturan Presiden No. 69 Tahun 2015 Tentang Bebas Visa Kunjungan*, 2016, Jakarta.

Ministry of Tourism Republic of Indonesia, *Pedoman Aplikasi Brand & Design (Brand and Design Application Guidances)*, Jakarta: Ministry of Tourism Republic of Indonesia, 2016.

Kementerian Pariwisata, *Kalender Events Pariwisata Nasional 2017*.

Humas, Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2017, *Pesona Indonesia/Wonderful Indonesia: Inspirasi di Balik Janama Pariwisata Indonesia*, <http://setkab.go.id/pesona-indonesiawonderful-indonesia-inspirasi-di-balik-jenama-pariwisata-indonesia/>

Film

Indonesia.Travel. 2016. Diakses dari https://www.youtube.com/watch?v=TT8J3wUX_YY

Artikel

“*Immersion France*”, *an app for promoting language tourism*, <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/tourism/the-action-of-maedi-in-promoting/immersion-france-an-app-for-promoting-language-tourism/>

2008, *Visit Indonesia Year Berlanjut di Tahun 2009* <https://nasional.kompas.com/read/2008/11/26/12311375/visit.indonesia.year.berlanjut.di.tahun.2009>.

2016, *Mengapa Hanya Tiga Daerah Wisata Indonesia yang Terkenal?* <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-38001555>

2016. *Wonderful Indonesia Menjaring Turis di Arena Piala Eropa 2016* <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2552392/wonderful-indonesia-menjaring-turis-di-arena-piala-eropa-2016>

2017, *Calendar of Event Nusantara 2017 Diluncurkan pada Hari Pers Nasional di Ambon* <https://malesbanget.com/2017/02/calendar-event-nusantara-2017-diluncurkan-pada-hari-pers-nasional-di-ambon/>

2017, *Logo Wonderful Indonesia Hiasi Persimpangan Shibuya*, <https://www.pikiran-rakyat.com/wisata/2017/06/18/logo-wonderful-indonesia-hiasi-persimpangan-shibuya-403459>

2017, *Sektor Pariwisata Tunjukkan Angka Pertumbuhan yang Baik*, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20171018122809-307-249199/sektor-pariwisata-tunjukkan-angka-pertumbuhan-yang-baik>

2017, *Serunya Lomba Yacht Nongsa Regatta yang Ke-2 di Batam*, diakses dari <https://malesbanget.com/2017/01/serunya-lomba-yacht-nongsa-regatta-di-batam/>

2017, *Video Wonderful Indonesia Diputar di SMART Airports 2017*, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20171012145624-307-247963/video-wonderful-indonesia-diputar-di-smart-airports-2017>

2017, *Wonderful! Nongsa Regatta 2017 Sukses Hebohkan Batam*, diakses dari <https://www.jpnn.com/news/wonderful-nongsa-regatta-2017-sukses-hebohkan-batam>

Adji, *Pariwisata Indonesia Kalah dengan Negara Tetangga, Ini Masalahnya*, 2017, <http://www.berdesa.com/pariwisata-indonesia-kalah-negara-tetangga-masalahnya/>

Agam, 2017, *Visit Indonesia Year*, diakses dari <http://indokku.com/2017/09/25/visit-indonesia-year/>

Antara, 2017, *Diplomasi Digital Kemenlu Perkuat Politik Luar Negeri*. <http://mediaindonesia.com/read/detail/114683-diplomasi-digital-kemenlu-perkuat-politik-luar-negeri>

Antara, 2017. *Diplomasi Digital Kemenlu Perkuat Politik Luar Negeri*. Diakses dari <http://www.mediaindonesia.com/news/read/114683/diplomasi-digital-kemenlu-perkuat-politik-luar-negeri/2017-07-06>

Ardee, *Situ Patengan, Danau Legendaris nan Romantis*, diakses dari <https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/situ-patengan-danau-legendaris-nan-romantis>

Badan Pusat Statistik, *Tabel Wisatawan Mancanegara yang datang ke Indonesia Menurut Kebangsaan, 2000-2017*, <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/1394/wisatawan-mancanegara-yang-datang-ke-indonesia-menurut-kebangsaan-2000-2017.html>

Bali Spirit Festival, 2016, *Tandai Kalendermu: BaliSpirit Festival 2017 Datang Lebih Besar Dari Sebelumnya!* <http://www.balispiritfestival.com/press-releases/tandai-kalendermu-balispirit-festival-2017-datang-lebih-besar-dari-sebelumnya>

Biro Hukum dan Komunikasi Publik; Kementerian Pariwisata; Tim Komunikasi Pemerintah Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2017, *Dukung dan Menangkan Indonesia di Kompetisi Video Pariwisata UNWTO 2017* https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/10531/dukung-dan-menangkan-indonesia-di-kompetisi-video-pariwisata-unwto-2017/0/artikel_gpr

Chandra, Adhi Ardan, dan Danu Damarjadi, 2017, *Tiga Tahun Jokowi-JK, Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar Kedua*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3687715/tiga-tahun-jokowi-jk-pariwisata-sumbang-devisa-terbesar-kedua>

Copeland, Darryl, 2013. “*Diplomacy, Globalization and Heteropolarity: The Challenge of Adaptation.*” [http://www.cgai.ca/idevicepapers/DiplomacyGlobalizationHeteropolarity.htm%20\(1](http://www.cgai.ca/idevicepapers/DiplomacyGlobalizationHeteropolarity.htm%20(1)

Ditinb, 2014, *Sosialisasi Pencatatan Kekayaan Budaya Tak benda Indonesia*, <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/2014/04/24/sosialisasi-pencatatan-kekayaan-budaya-takbenda-indonesia/>

Fauzi, Prima, 2018, *Rommy: Nawacita Jilid II Fokus Hilirisasi Industri dan Teknologi* <https://news.detik.com/berita/4161826/rommy-nawacita-jilid-ii-fokus-hilirisasi-industri-dan-teknologi>

France, the world's leading tourist destination <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/economic-diplomacy-foreign-trade/facts-about-france/one-figure-one-fact/article/france-the-world-s-leading-tourist>

Hazliansyah, 2015, *Ini Komposisi Iklan 'Wonderful Indonesia' di Tujuh Negara Dunia*,
<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/15/08/10/nsuquq280-ini-komposisi-iklan-wonderful-indonesia-di-tujuh-negara-dunia>

Indonesia Investments, 2016, *Industri Pariwisata Indonesia*, diakses dari <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051?> Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2018, *RI-Chile Dorong Kerja Sama di Bidang Perdagangan & Kelautan*, <https://www.kemlu.go.id/id/berita/Pages/INDONESIA-DAN-CHILE-SEPAKAT-MENDORONG-KERJA-SAMA-DI-BIDANG-PERDAGANGAN-DAN-KELAUTAN-.aspx>

Kuwando Januarius, Fabian, 2017, *Bangun "Nation Branding" Indonesia, Ini Poin yang Ditekankan Jokowi*
<https://nasional.kompas.com/read/2017/02/03/16511191/bangun.nation.branding.indonesia.ini.poin.yang.ditekankan.jokowi>

Lopulalan, Henry. 2014. "Nawa Cita", *9 Agenda Prioritas Jokowi-JK*.
<https://nasional.kompas.com/read/2014/05/21/0754454/.Nawa.Cita.9.Agenda.Prioritas.Jokowi-JK>

Maharani Tsarina, *Golkar ajukan Konsep Indonesia 4.0 di Nawacita Jilid II Jokowi*, <https://news.detik.com/berita/d-4152504/golkar-ajukan-konsep-indonesia-40-di-nawacita-jilid-ii-jokowi>

Millah, Syaiful, 2017, *Kilas Balik Penyelenggaraan Kalender Event Nusantara 2017*, diakses dari <https://phinemo.com/kilas-balik-penyelenggaraan-kalender-event-nusantara-2017/>

Noviyanti, Sri, 2014, Peluncuran "Wonderful Indonesia" dan "Pesona Indonesia", diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2014/12/24/164500827/Peluncuran.Wonderful.Indonesia.dan.Pesona.Indonesia>.

Pratama, Gilank Aditya, 2016, *Program 'Wonderful Indonesia' Kini Tayang di Stasiun TV Terbesar Kedua Di Perancis*,
<https://says.com/id/news/program-wonderful-indonesia-kini-tayang-di-stasiun-tv-terbesar-kedua-di-perancis>

Putro, Gentur, *Pariwisata Indonesia Melesat Paling Tinggi se-Asia Tenggara*, 2017, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170704155110-269-225685/pariwisata-indonesia-melesat-paling-tinggi-se-asia-tenggara>

Rahapit, Aprilia. *Menlu Retno: Digital Teknologi dan Medsos Aset Diplomasi*. Diakses dari <https://politik.rmol.co/read/2018/07/12/347477/Menlu-Retno:-Digital-Teknologi-Dan-Medsos-Aset-Diplomasi->

Ruslan, Heri, 2015, *Kemenpar Perkuat Strategi Branding Wonderful Indonesia*, diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/15/11/30/nymhh6372-kemenpar-perkuat-strategi-branding-wonderful-indonesia> tanggal 25 September 2018

Saputro, Luqman, 2017, "Wonderful Indonesia" Berjaya Lagi di Pameran Pariwisata Terbesar di Dunia, diakses dari

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/03/14/wonderful-indonesia-berjaya-lagi-di-pameran-pariwisata-terbesar-di-dunia>

Sari, Inda Elvira, 2017, *Wonderful Indonesia Quiz 2017 Kembali Digelar*, diakses dari <http://infopublik.id/read/205234/wonderful-indonesia-quiz-2017-kembali-digelar-.html>

Sunardi, Lili, *Pemerintah Permudah Proses Perizinan Kapal Pesiar Asing*, 2015, diakses dari <http://industri.bisnis.com/read/20151008/98/480454/pemerintah-permudah-proses-perizinan-kapal-pesiar-asing>

Suryanto, 2009, *Visit Indonesia Year Dilanjutkan 2010*, <https://www.antaranews.com/berita/157675/visit-indonesia-year-dilanjutkan-2010>

Tabloid Diplomasi, 2017, *Membangun Citra Indonesia yang Demokratis, Moderat dan Progresif Melalui Diplomasi Publik*, <http://www.tabloiddiplomasi.org/index.php/2017/07/07/membangun-citra-indonesia-yang-demokratis-moderat-dan-progresif-melalui-diplomasi-publik/>

Tambunan, Roy Vandi, 2017, *2nd Wonderful Indonesia Nongsa Regatta, Lomba Kapal Layar di Batam*, <http://pesonakepri.id/2nd-wonderful-indonesia-nongsa-regatta-lomba-kapal-layar-di-batam/>

Tourism- Launch of the “Destination Paris” promotional campaign (Paris, May 30, 2016). <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/tourism/events/article/tourism-launch-of-the-destination-paris-promotional-campaign-30-05-16>.

Twitter Website, 2016, *Twitter Usage/Company Facts*, https://about.twitter.com/en_us/company.html

UNWTO, 2017, *Why Tourism?* <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>

Wardah, Fathiyah, 2017, *Konferensi Luar Biasa OKI Bahas Situasi Kemanusiaan di Rakhine, Myanmar*, diakses dari <https://www.voaindonesia.com/a/oki-bahas-situasi-di-rakhine-myanmar-/3681339.html>

Widiarini, 2018, Anissa Dea. *Milenial, Siap-Siap Sambut revolusi Industri 4.0* diakses dari <https://edukasi.kompas.com/read/2018/10/03/17521731/milenial-siap-siap-sambut-revolusi-industri-40>

Yustiana, Kurnia, 2014, *Inilah Wonderful Indonesia TV, Televisi Pariwisata Indonesia*, diakses dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-2786170/inilah-wonderful-indonesia-tv-televisi-pariwisata-indonesia>,

Jurnal

Anholt, Simon, *Introduction. Journal of Brand Management, special issue on ‘Country as Brand’*, vol 9, 2002.

Aronczyk, Melissa, *“Living The Brand” Nationality, Globalaity and The Identity Strategies of Nation Branding Consultant*, vol. 2, New York University: International Journal of Communication, hal 42.

- Heine, Jorge dan Joseph F, Turcotte, *Tweeting as Statecraft: How, Against All Odds, Twitter is Changing the World's Second Oldest Profession*, Crossroad: The Macedonian Foreign Policy Journal, 3(2), 2012, hal 69.
- Holmes, Marcus; Bjola, Corneliu, *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. Routledge: New York, 2015, hal 92.
- Holsti. K.J. *International Politics, A Framework for Analysis, Third Edition*. New Delhi: Prentice Hall of India. 1984. Hal 82-83.
- Idriasih, Gusti, *Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional Tahun 2011-2015*, vol 3, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Pekanbaru: Universitas Riau, 2016, hal 13.
- Krippendorff, 2004, *Content Analysis: an introduction to Its methodology*. SAGE Publications. London.
- M. Boyd, Danah dan Nicole B, Ellison, *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, vol 13, 2007, hal 211.
- McKinsey & Company, *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*, McKinsey Office Indonesia, 2016, hal 11
- McKinsey Global Institute, 2013, *Disruptive Technologies: Advances that will transform life, business, and the global economy*, McKinsey & Company, hal 1.
- O. S, Adesina, *Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy*, Cogent Social Sciences, 2017, 3, 1297175, hal 4.
- Risadi Apresian, Stanislaus, *Teknologi Komunikasi dalam Promosi Pariwisata Indonesia*, Komunikasi Internasional dalam Era Informasi dan Perubahan Sosial di Indonesia, Bandung: UNPAR PRESS, 2017, hal 167-183.
- S. Elo, dan Kyngas H, *The Qualitative Content Analysis Process*, Journal of Advanced Nursing, vol. 62, no. 1., 2008, hal 105-115.
- Tuch, Hans. *Communicating with the World: US Public Diplomacy Overseas*. New York: St. Martin's Press. 1990. Hal. 3.

Laporan Penelitian

Dwikardana, Sapta, dkk, *Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia*, Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Katolik Parahyangan, 2017, Hal 40.