

NATION BRANDING WONDERFUL INDONESIA
AUSTRALIA SEBAGAI SARANA DIPLOMASI PUBLIK
DALAM MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA
INDONESIA

TUGAS AKHIR
HALAMAN JUDUL

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial



LAROSA ALLYANI NABILA
1171004063

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Larosa Allyani Nabila

NIM : 1171004063

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Larosa Allyani Nabila

NIM : 1171004063

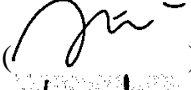
Program Studi : Ilmu Politik

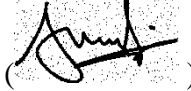
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)


Judul Skripsi : *Nation Branding Wonderful Indonesia di Australia sebagai Sarana Diplomasi Publik dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian Persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar *Sarjana Sosial* pada Program Studi *Ilmu Politik* Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS), Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Astrid Meilasari Sugiana, S.S., M.Sc., Ph.D ()

Penguji : M. Tri Andika Kurniawan, S.Sos., M.A ()

Penguji : Bani Pamungkas, S.H., M.Si., M.P.A ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas kelimpahan berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “***Nation Branding Wonderful Indonesia di Australia sebagai Sarana Diplomasi Publik dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Indonesia***” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial Program Studi Ilmu Politik pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk moral maupun materil. Semangat dan doa yang diberikan orang tua, keluarga, dosen, dan para sahabat penulis menjadi motivasi yang tinggi dalam menjalani penelitian dan penyusunan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Bakrie;
2. Bapak Muhammad Tri Andika Kurniawan, S.Sos., M.A., selaku Wakil Rektor II Universitas Bakrie dan Dosen Penguji Tugas Akhir penulis yang senantiasa telah meluangkan waktu, serta memberi masukan dan saran dalam penyusunan tugas akhir ini;
3. Bapak Aditya Batara Gunawan S.Sos., M.Litt., selaku Kepala Program Studi Ilmu Politik Universitas Bakrie dan Dosen Pembimbing Magang;
4. Ibu Astrid Meilasari Sugiana, S.S., M.Sc., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Akademik, Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak membantu dalam memberi arahan dan mendukung penulis dalam menyusun tugas akhir ini sampai selesai;
5. Bapak Bani Pamungkas, S.H., M.Si., M.P.A., selaku Dosen Pembimbing PTA dan Dosen Penguji Tugas Akhir penulis yang senantiasa telah meluangkan, serta memberi masukan dan saran dalam penyusunan tugas akhir ini;
6. Segenap Dosen Ilmu Politik Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dan nasihat selama penulis menempuh pendidikan S1;

7. Mbak Arin Septiarin beserta seluruh Staff Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Bakrie yang telah membantu memudahkan dalam proses administrasi selama penulis menempuh pendidikan S1;
8. Keluarga penulis, Mama Cut Malahayati, Papa Eko Susatrio, Kakak Lasekar Ghaisani Nadhila, S.Hum., dan Nenek Nurjanah Hawati yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan, dan motivasi, baik berupa materi maupun non materi;
9. Devi Virginia Putri, Dinda Oktavia Yusniawan, Gita Ayu Lestari, Hilda Siti Nurul, Kholissyotin Ma'rufah, Maulidia Yulita, Sarah Wahyuning, selaku teman terdekat penulis yang telah memberikan semangat, hiburan, dan motivasi dalam melaksanakan penulisan;
10. Alia Rahmatulummah, Andrian Dwi Kurniawan, Fahmi Gozali, Firdi Annisa Firmansyah, Sekar Aungrah Resky, Shafia Tasya Karani, selaku teman seperjuangan penulis semasa kuliah yang telah memberikan semangat dan dukungan;
11. Teman-teman Ilmu Politik Universitas Bakrie Angkatan 2017 yang telah memberikan semangat bagi penulis;
12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas bantuan dan dukungannya;
13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu Wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan seluruh pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi perkembangan dan pengembangan ilmu.

Depok, 24 Agustus 2021



Larosa Allyani Nabila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Larosa Allyani Nabila
NIM : 1171004063
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya saya yang berjudul:

Nation Branding Wonderful Indonesia di Australia sebagai Sarana Diplomasi Publik dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Indonesia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 24 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Larosa Allyani Nabila

***NATION BRANDING WONDERFUL INDONESIA DI AUSTRALIA
SEBAGAI SARANA DIPLOMASI PUBLIK DALAM MENINGKATKAN
SEKTOR PARIWISATA INDONESIA***

Larosa Allyani Nabila

ABSTRAK

Pariwisata mampu dalam meningkatkan perekonomian sebuah negara dimana sekarang pariwisata menjadi sektor penting dalam penyumbang devisa di berbagai negara, termasuk Indonesia. Di mata dunia juga pariwisata selalu berjalan dengan apa yang dinamakan *nation branding*, dalam upaya untuk mengembangkan pemasaran pariwisata ke mancanegara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Indonesia sendiri melakukannya dengan salah satu cara, yaitu : *branding* “Wonderful Indonesia”, dan jika dilihat dari potensi pariwisata Indonesia yang besar diperlukannya *branding* yang terorganisir dengan cara diplomasi publik yang melibatkan banyak pihak, baik itu dalam atau luar negeri, pihak pemerintah atau pun non pemerintah. Penulis memilih Australia untuk menjadi negara target *branding* karena Australia merupakan salah satu negara pemasok wisatawan mancanegara terbanyak ke empat di Indonesia dengan jumlah statis yang terus meningkat dari tahun 2017-2019. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dari *nation branding* Wonderful Indonesia di Australia sebagai sarana dipomasi publik dalam meningkatkan sektor pariwisata Indonesia. Penulis menggunakan teori Liberalisme, konsep Diplomasi Publik dan *Nation Branding*, dengan menggunakan metode penelitian dalam bentuk penelitian metode kualitatif deskriptif dengan studi kasus menggunakan metode studi kepustakaan, dokumentasi, dan internet.

Kata kunci: *Nation branding*, Wonderful Indonesia, Diplomasi Publik, Pariwisata Indonesia, Australia

**NATION BRANDING "WONDERFUL INDONESIA" IN AUSTRALIA AS
A MEANS OF PUBLIC DIPLOMACY TO IMPROVING THE
INDONESIAN TOURISM SECTOR**

Larosa Allyani Nabila

ABSTRACT

Tourism is able to improve the economy of a country where tourism is now an important sector in contributing to foreign exchange in various countries, including Indonesia. In the eyes of the world, tourism always goes with what is called nation branding, in an effort to develop tourism marketing abroad. The Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf) Indonesia itself does it in one way, namely: "Wonderful Indonesia" branding, and when viewed from Indonesia's great tourism potential requires organized branding by means of public diplomacy involving many parties, both domestic and foreign, government or non-government parties. The author chose Australia to be the target country for branding because Australia is one of the fourth largest supplying countries for foreign tourists in Indonesia with a static number that continues to increase from 2017-2019. The purpose of this study is to find out how the strategy of the Wonderful Indonesia nation branding in Australia as a means of public dipomasi in improving the Indonesian tourism sector. The author uses the theory of Liberalism, the concept of Public Diplomacy and Nation Branding, using research methods in the form of descriptive qualitative research methods with case studies using literature, documentation, and internet studies.

Keywords: Nation branding, Wonderful Indonesia, Public Diplomacy, Indonesia Tourism, Australia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR, TABEL, GRAFIK	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Batasan Penelitian.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Teoritis	6
1.6.2 Manfaat Praktis.....	6
1.7 Susunan Penelitian.....	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Paradigma Teoritik	9
2.1.1 Hubungan Internasional	9
2.2 Konsep Teoritik	12
2.2.1 Diplomasi	12
2.2.2 Diplomasi Publik	14
2.2.3 Nation Branding	16
2.3 Penelitian Terdahulu	18
2.4 Alur Kerangka Berpikir Sistemik dan Hipotesis Kerja	21
2.4.1 Alur Kerangka Berpikir Penelitian	22
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN	26

3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
3.1.1	Pendekatan Penelitian	26
3.1.2	Jenis Penelitian	27
3.2	Teknik Pengumpulan Data	28
3.2.1	Studi Kepustakaan	28
3.2.2	Dokumentasi.....	28
3.2.3	Internet	29
3.3	Tabel Operasional Data.....	29
3.4	Teknik Analisis Data.....	30
3.4.1	Data Primer	30
3.4.2	Data Sekunder	31
BAB IV	32
HASIL PENELITIAN	32
4.1	Analisis Kerjasama Diplomasi Publik Indonesia-Australia	32
4.2	Sejarah Pariwisata Indonesia	38
4.3	<i>Branding</i> Wonderful Indonesia	39
4.3.1	Gambaran <i>Branding</i> Wonderful Indonesia	39
4.3.2	Wonderful Indonesia sebagai Sarana Diplomasi Publik.....	43
4.3.3	Strategi Wonderful Indonesia dalam Promosi Pariwisata Tahun 2017-2019	48
4.4.2	Strategi Wonderful Indonesia di Australia Tahun 2017-2019	57
BAB V	70
KESIMPULAN DAN SARAN	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR GAMBAR, TABEL, GRAFIK

Tabel 1.1 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Asal Negaranya5

Tabel 2.1 Diagram Alur Kerangka Berpikir22

Tabel 4.1 Perbandingan Kunjungan Wisatawan Mancanegara dengan Penerimaan Devisa51

Tabel 4.2 Jumlah Penerima Devisa dari Sektor Pariwisata Tahun 2015-202051

Gambar 2.1 Peta Strategi dan Sasaran Strategi Kemenparekraf24

Gambar 4.1 Logo Wonderful Indonesia41

Gambar 4.2 Logo Thoughtful Indonesia43

Gambar 4.3 Kerangka Strategi Pemasaran Pariwisata Indonesia 2017-201952

Gambar 4.4 Media *Placement* dan Publikasi di Pasar Australia54

Gambar 4.5 Tiga Strategi Pamungkas Kementerian Pariwisata 201957

Gambar 4.6 rangkaian kegiatan Indofes di Australia.....58

Gambar 4.7 Sesi foto bersama peserta Famtrip di Labuan Bajo63

Gambar 4.8 Peserta Sales Mission di Brisbane tahun 201966

Gambar 4.9 Promosi Wonderful Indonesia pada pameran Travel Expo Australia67

Gambar 4.10 Poster Virtual Festival Indonesia69