

DAFTAR PUSTAKA

- About U.S. Public Diplomacy*. (2019). The Public Diplomacy Association of America (PDAA). http://pdaa.publicdiplomacy.org/?page_id=6
- Aditya, N. R. (2020, March 20). *Australia Tutup Perbatasan dan Pintu Kedatangan, Turis Asing Dilarang Masuk Halaman all - Kompas.com*. Kompas. <https://travel.kompas.com/read/2020/03/20/151420227/australia-tutup-perbatasan-dan-pintu-kedatangan-turis-asing-dilarang-masuk?page=all>
- Anantha, I. G., & Monica, E. M. (2019). *Studi diplomasi dan keamanan*. 11, 11–18.
- Anholt, S. (2007). Competitive Identity: A new model for the brand management of nations, cities and regions. *Policy & Practice - A Development Education Review*, 4, 3–13. <http://www.developmenteeducationreview.com/issue4-focus1>
- Anholt, Simon. (2016). *Places: Identity, image and reputation*. Springer.
- Arikunto, S. (210 C.E.). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Australia, M. D. of H. (2020, January 25). *First confirmed case of novel coronavirus in Australia | Health Portfolio Ministers*. <https://www.health.gov.au/ministers/the-hon-greg-hunt-mp/media/first-confirmed-case-of-novel-coronavirus-in-australia>
- Bakry, U. S. (2016). *Metode Penelitian Hubungan Internasional* (Cet. 1). Pustaka Pelajar.
- Biro Komunikasi dan Informasi Publik. (2017, September 13). *Indonesia dan Australia Akan Tandatangani MoU Kerjasama Transportasi*. Kementerian Perhubungan. <http://dephub.go.id/post/read/indonesia-dan-australia-akan-tandatangani-mou-kerjasama-transportasi>
- Bitar. (2018). *Hubungan Internasional*. Seputarilmu.Com.
- BPS. (2019). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2019*. 8401011, 61.
- Danial, E., & Wasriah, N. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan.

- Departemen Luar Negeri, B. P. dan P. K. (2014). *TTI diplomacy: kajian atas kinerja promosi perdagangan, investasi, dan pariwisata Indonesia*. Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan, Kementerian Luar Negeri.
<https://books.google.co.id/books?id=MYn0uQEACAAJ>
- Disparbud OKU. (2019, July 17). *Yuk, Intip Makna Logo Pesona dan Wonderful Indonesia!*. Dinas Pariwisata & Kebudayaan Ogan Komering Ulu.
<http://disparbud.okukab.go.id/yuk-intip-makna-logo-pesona-dan-wonderful-indonesia/>
- Disparleman. (2018, July 4). *Perjalanan Branding Pariwisata Indonesia*. Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Sleman.
<https://pariwisata.slemankab.go.id/2018/07/04/perjalanan-branding-pariwisata-indonesia/>
- Expenditure, A., & Arrivals, I. V. (2012). *INDONESIA TOURISM PERFORMANCE 2011 Average Expenditure and Foreign Exchange Earnings 2010 – 2011*. 2010, 1–7.
- Gabriella, C. (2013). Peran diplomasi kebudayaan indonesia dalam pencapaian kepentingan nasionalnya. *Skripsi*.
- Goldstein, J. S., & Pevehouse, J. C. (2014). *International Relations* (D. Musslewhite (Ed.); 10th ed.). Pearson.
- Hadiarto, R. R. (2018). *Diplomasi Publik Indonesia dalam Mempromosikan Pariwisata di Singapura Melalui “Wonderful Indonesia.” 2014*.
- Haviza, D. (2017). *UPAYA PEMERINTAH INDONESIA DALAM TIONGKOK KE INDONESIA MELALUI KAMPANYE „ WODERFUL INDONESIA “ TAHUN 2015*.
- Hennida, C. (2008). Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri. *Unair.Ac.Id*, 12.
- Hilmi, I. (2016). *Hubungan Kerjasama Bilateral Indonesia-Laos Melalui Diplomasi KBRI Vientiane di Bidang Pendidikan Tahun 2010-2016* [Universitas Pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/13006>
- Husnurrahman, F. (2020). *Strategi Diplomasi Pemerintah Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Jepang Ke Indonesia Tahun 2018*.
- Idriasih, G. (2016). Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional Tahun 2011-

2015. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(9), 1–58.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Indonesia, K. B. A. (2010). *Pernyataan Bersama Indonesia-Australia*.
<https://indonesia.embassy.gov.au/jaktindonesian/PB2010.html>
- Memorandum Saling Pengertian Tentang Kerjasama di Bidang Ekonomi Kreatif Antara Pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintah Australia, (2018).
- Indraswari, R., & Hermawan, Y. P. (2015a). *Diplomasi Publik dan Nation Branding*.
- Indraswari, R., & Hermawan, Y. P. (2015b). Diplomasi Publik dan Nation Branding. *Metrologia*, 53(5), 1–116. <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- Jpnn.com. (n.d.). *Wonderful Indonesia Gelar Business Gathering di Melbourne*. Retrieved June 7, 2021, from <https://www.jpnn.com/news/wonderful-indonesia-gelar-business-gathering-di-melbourne?page=3>
- Kemendikbud. (2015). *Festival Indonesia di Australia*. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/2015/10/14/festival-indonesia-di-australia/>
- Kemenpar. (2015). Renstra Kementerian Pariwisata 2015 - 2019. *Kementerian Pariwisata, September 2015*, 1–100.
- Kemenpar. (2016). *Pedoman Aplikasi Brand & Design*.
- Kemenpar. (2018a). Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2017. *Kementerian Pariwisata*.
[https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_all/LAPORAN AKUNTABILITAS KINERJA KEMENTERIAN PARIWISATA TAHUN 2017_FINAL.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_all/LAPORAN%20AKUNTABILITAS%20KINERJA%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20TAHUN%202017_FINAL.pdf)
- Kemenpar. (2018b). *Siaran Pers Digital Marketing Sebagai Sarana Pemasaran Pariwisata Indonesia*. Kementerian Pariwisata. www.kemenpar.go.id
- Kemenparekraf. (n.d.). *Peraturan Pemerintah RI Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025*.
- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI. Retrieved July 26, 2021, from <https://kemenparekraf.go.id/post/peraturan-pemerintah-republik-indonesia-nomor->

50-tahun-2011

Kemenparekraf. (2017, March 29). *Wonderful Indonesia Meet State of Victoria*.

Facebook Kemenparekraf. [https://fr-](https://fr-fr.facebook.com/986632511389544/posts/wonderful-indonesia-meet-state-of-victoriapada-29-maret-2017-di-gedung-sapta-pes/1468089103243880/)

[fr.facebook.com/986632511389544/posts/wonderful-indonesia-meet-state-of-victoriapada-29-maret-2017-di-gedung-sapta-pes/1468089103243880/](https://fr-fr.facebook.com/986632511389544/posts/wonderful-indonesia-meet-state-of-victoriapada-29-maret-2017-di-gedung-sapta-pes/1468089103243880/)

Kemenparekraf. (2018). *Laporan UKP 4 Festival Wonderful Indonesia di Australia*. Situs Resmi Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI.

<https://www.kemenparekraf.go.id/post/laporan-ukp4-festival-wonderful-indonesia-di-australia>

Kemenparekraf. (2019). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata 2019. *Kemenparekraf.Go.Id*. <https://www.kemenparekraf.go.id/post/laporan-akuntabilitas-kinerja-kemenparekraf>

Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Tentang Logo Thoughtful Indonesia, (2020). <https://doi.org/10.36497/jri.v40i2.101>

Kemenparekraf. (2020). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020*.

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (n.d.). *Hubungan Bilateral Indonesia-Australia*. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Retrieved July 25, 2021, from <https://kemlu.go.id/canberra/en/read/australia/2187/etc-menu>

Kementerian Luar Negeri RI. (2016). *Visa Free to Indonesia for 30 days*.

Kemlu.Go.Id.

https://kemlu.go.id/melbourne/en/pages/visa_free_to_indonesia_for_30_days/1118/etc-menu

Kementerian Pariwisata. (2018). Rencana Strategis 2018 - 2019. *Kementerian Pariwisata RI*, 118.

Memorandum of Understanding Between Government of The Republic of Indonesia and The Government of Australia on Cooperation in The Tourism Sector, (2001). <https://treaty.kemlu.go.id/apisearch/pdf?filename=AUS-2001-0135.pdf>

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). *Rancangan Undang-Undang Tentang Pengesahan Persetujuan Kemitraan Ekonomi Komprehensif Indonesia-Australia*. 1–63.

Rencana Aksi Untuk Kemitraan Strategis Komprehensif Antara Pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintah Australia, 2 (2020).

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjiu9Pfg-zsAhWO4XMBHUH9CUYQFjACegQIBxAC&url=https%3A%2F%2Ftreaty.kemlu.go.id%2Fapisearch%2Fpdf%3Ffilename%3DAUS-2020-0259%2520red.pdf&usg=AOvVaw38gNOQe-xhYz2O1NQ6-g7U>

Kemlu. (2020, September 14). *Kibarkan Pesona Indonesia di saat Krisis, Virtual Festival Indonesia 2020 Perth ikat jejaring Turis dan Bisnis*. Konsulat Jenderal Republik Indonesia Perth Australia.

<https://kemlu.go.id/perth/id/news/8400/kibarkan-pesona-indonesia-di-saat-krisis-virtual-festival-indonesia-2020-perth-ikat-jejaring-turis-dan-bisnis>

Keppres. (2020). *Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan sebagai Bencana Nasional - Regulasi | Covid19.go.id*.

<https://covid19.go.id/p/regulasi/keputusan-presiden-republik-indonesia-nomor-12-tahun-2020>

Khausar, M. (2020). *STRATEGI NATION BRANDING INDONESIA MELALUI PENYELENGGARAAN ASIAN GAMES 2018*.

Kompas. (2018). *Festival Kuliner Indonesia Digelar di Sydney*. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2017/08/12/091000527/festival-kuliner-indonesia-digelar-di-sydney>

Mandiri, A. (2016, April 2). *Promosi Pariwisata Melalui Wonderful Indonesia*. Suara.Com. <https://www.suara.com/lifestyle/2016/04/02/194548/promosi-pariwisata-melalui-wonderful-indonesia>

Murdiastuti, A., Rohman, H., & Suji. (2014). *Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berbasis Democratic Governance*.

Oktasari, V. (2020). Strategi Winderful Indonesia Era Joko Widodo Periode 2014-2019 Melalui Pendekatan Competitve Identity. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 43(1), 7728. https://online210.psych.wisc.edu/wp-content/uploads/PSY-210_Unit_Materials/PSY-210_Unit01_Materials/Frost_Blog_2020.pdf%0Ahttps://www.economist.com/special-report/2020/02/06/china-is-making-substantial-investment-in-ports-and-

https://online210.psych.wisc.edu/wp-content/uploads/PSY-210_Unit_Materials/PSY-210_Unit01_Materials/Frost_Blog_2020.pdf%0Ahttps://www.economist.com/special-report/2020/02/06/china-is-making-substantial-investment-in-ports-and-

pipelines-worldwide%0Ahttp://

Oscario, A. (2013). Kajian Tvc Wonderful Indonesia sebagai Cermin Citra Indonesia di Mata Dunia. *Humaniora*, 4(2), 1017.

<https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i2.3542>

Pariwisata, K. (2018). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata 2018. *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 53(9), 1689–1699.

Prabhawati, A. (2018). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Universitas Jember*, 2(2), 158–177.

<http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/87444>

Prawira, Y. (2019). Upaya Nation Branding Wonderful Indonesia di China Dalam Mempromosikan Sektor Pariwisata Indonesia Tahun 2011-2016. *SSRN Electronic Journal*, 5(564), 1–19. <https://doi.org/10.4324/9781315853178>

Rahayu, A. (2020, April 24). *Siaran Pers Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif - Logo Thoughtful Indonesia Sementara Digunakan di Masa Pandemi*.

Kemenparekraf. <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/Siaran-Pers-%3A-Logo-Thoughtful-Indonesia-Sementara-Digunakan-di-Masa-Pandemi>

Sendow, B. E. D., Mamentu, M., Rengkung, F. R. D., Studi, P., Politik, I., Pemerintahan, J. I., Sosial, F. I., & Ratulangi, U. S. (2019). Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korean Selatan Di Indonesia. *Jurnal Politico*, 7(4).

Shoelhi Mohammad. (2011). *Diplomasi : Praktek komunikasi internasional*. Sembiosa Rekatama Media.

Sihombing, L. (2015). Dinamika Hubungan Bilateral Indonesia-Australia Pasca Hukuman Mati Chan dan Sukumaran. *INFO Singkat Hubungan Internasional - Sekretariat Jenderal DPR RI*, VII(09), 6.

Simanjuntak, T. R. (2018). Efektivitas Nation Branding Wonderful Indonesia Sebagai Sebuah Strategi Dalam Hubungan Diplomasi Pemerintah Indonesia Tahun 2011-2018. *Jurnal Cakrawala*, 29–59.

Tahun 2016, Logo Wonderful dan Pesona Indonesia Alami Reposisi - National Geographic. (2016, January 4). National Geographic.

<https://nationalgeographic.grid.id/read/13303131/tahun-2016-logo-wonderful->

dan-pesona-indonesia-alami-reposisi

Tamara, R. W. (2017). Potensi Film Sebagai Sarana Diplomasi Publik Indonesia (Partisipasi Indonesia Dalam Berlinale International Film Festival). *E-Journal Hubungan Internasional*, 5(3), 1011–1024.

The Wonderful Indonesia Beach Festival di Melbourne. (n.d.). Australia Plus. Retrieved July 21, 2021, from <http://www.australiaplus.com/indonesian/wisata-nad-budaya/wonderful-indonesia-2017-di-melbourne/8194566>

Utami, S., & Gaffar, V. (2016). Pengaruh Strategi Nation Branding “Wonderful Indonesia” Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan Australia Ke Indonesia. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 4(1), 693. <https://doi.org/10.17509/thej.v4i1.1978>

Verya, E. (2017). Dampak Kerjasama Bidang Pariwisata Indonesia dan Australia Terhadap Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2014. *JOM FISIP Universitas Riau*, 4.

Vinsensio Dugis. (2018). Teori Hubungan Internasional Perspektif-Perspektif Klasik. In *Neorealisme* (Issue December). https://www.researchgate.net/profile/Vinsensio_Dugis/publication/321709080_Teori_Hubungan_Internasional_Perspektif-Perspektif_Klasik/links/5a2c36a00f7e9b63e53adfed/Teori-Hubungan-Internasional-Perspektif-Perspektif-Klasik.pdf

Wijaya, J. (n.d.). *Sejarah Munculnya Pariwisata di Indonesia*. Retrieved July 26, 2021, from https://www.academia.edu/9229765/Sejarah_Munculnya_Pariwisata_di_Indonesia

Wiratma, H. D. (2017). Diplomasi Pariwisata Sebagai Nation Branding Indonesia Di Tingkat Global. *Prosiding Seminar Dan Call for Paper 20-21 Oktober 2017, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 3(1), 240–247.

Zulhatta, A. I. (2018). *Diplomasi Publik Indonesia ke Australia Melalui Wonderful Indonesia*.