

BAB 5

KESIMPULAN

Indonesia memiliki ragam budaya, bahasa, keindahan alam dan peninggalan sejarah yang menjadi keunggulan dalam sektor pariwisata dan menjadi salah satu keunggulan komperatif yang dimiliki Indonesia. Setidaknya terdapat beberapa hal yang mendapatkan dampak positif dari pengembangan pariwisata seperti bidang ekonomi, lingkungan hidup, sosial dan budaya. Menurut *World Tourism Organization* (UNWTO) pariwisata menjadi salah satu penyumbang yang cukup besar dalam menyerap tenaga kerja dan membuka pasar baru bagi produksi pertanian maupun hasil kerajinan tangan yang masih tradisional dan beberapa usaha seperti rumah makan, pijit tradisional, transportasi maupun penginapan yang berada di sekitar tempat pariwisata¹⁴⁷.

Namun selama tahun 2002-2009 terjadi banyak kasus terorisme, seperti Bom Bali, Bom JW Marriott hingga ledakan di depan kedutaan besar Australia, juga adanya bencana alam yang menyebabkan turunnya citra Indonesia di dunia internasional sehingga menyebabkan turunnya kunjungan turis pada sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan negara-negara *Tourism Sending Countries* seperti Amerika Serikat, Australia dan Negara-negara Eropa menyatakan *Travel warning* dan juga *Travel Ban* pada Indonesia. Persoalan ini memberikan dampak pada perekonomian Indonesia, karena devisa yang didapatkan dari sektor pariwisata menurun¹⁴⁸.

¹⁴⁷ Soebagyo (2012). "Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia". *Jurnal Liquidity*. vol.1 no.2 hlm. 157.

¹⁴⁸ H. Muhammad Muwardi (2015). "Analisis Strategi Recovery Pariwisata Indonesia Pasca Bom Bali". *Departemen Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada*. Hlm.3

Wonderful Indonesia dibentuk sebagai *branding nation* pada tahun 2011, yang merupakan lanjutan dari *Visit Indonesia*, menjadi sebuah program yang penting untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan sektor pariwisata adalah melalui diplomasi kebudayaan. Maka tujuan dibentuknya *Wonderful Indonesia* adalah sebagai bentuk promosi Indonesia di dunia Internasional yang melakukan beberapa program seperti eksibisi, promosi, kerja sama dengan perusahaan untuk mengoptimalkan diplomasi kebudayaan Indonesia.

Kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan Indonesia seperti memasang logo *Wonderful Indonesia* di beberapa negara seperti di Belanda, China, Korea, Timur Tengah dan Inggris, selama beberapa hari untuk memperkenalkan destinasi wisata Indonesia dan mendatangkan turis mancanegara¹⁴⁹. Ada juga pelaksanaan *Indonesian Week 2017* oleh Kementerian Pariwisata (kemenpar) yang bekerjasama dengan Perhimpunan Pelajar Indonesia di Taiwan (PPI Taiwan) di National Sun Yat-sen University di Kaohsiung, Taiwan, yang meliputi agenda berupa Bazaar, Eksibisi, *Workshop*, dan beberapa penampilan pada tanggal 9-10 Desember 2017¹⁵⁰. Kementerian Pariwisata juga melakukan Co-Branding Forum (WICF) yang dilakukan dengan 28 korporasi demi mempromosikan *Wonderful Indonesia*, diantaranya adalah Traveloka, Grab, Martha Tillar,

¹⁴⁹ CNN Indonesia (2018), “Wonderful Indonesia kian Populer di Mancanegara” diambil dari <<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181124180105-269-348964/wonderful-indonesia-kian-populer-di-mancanegara>> pada tanggal 17 November 2019

¹⁵⁰ Indopos (2017). “Bidik Wisman Great China, Wonderful Indonesia unjuk Gigi di Indonesian Week 2017 Taiwan” diambil dari <<https://indopos.co.id/read/2017/12/06/119126/bidik-wisman-great-china-wonderful-indonesia-unjuk-gigi-di-indonesian-week-2017-taiwan/>> pada tanggal 17 November 2019

Tiket.com, JJ Royal, Alleira Batik & Gaia, Polygon dan Sahid Group¹⁵¹. Semua kegiatan ini dilakukan untuk memaksimalkan promosi pada sektor pariwisata sebagai salah satu kegiatan dari diplomasi kebudayaan.

Hasil dari diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia seperti dunia Internasional kembali memperhatikan citra Indonesia sebagai negara yang aman dan nyaman untuk dikunjungi. *Wonderful Indonesia* juga mendapatkan apresiasi sebagai *The Best Destination Marketing 2016* oleh *Travel Weekly Asia*, situs berita wisata, pada acara penghargaan Honorarium the Best in Travel Industry, di Singapura pada tanggal 17 Oktober 2019. Penghargaan ini disebabkan strategi yang gencar, sistem berjalan dengan lancar dan pengembangan yang bagus dari *Wonderful Indonesia*¹⁵². Hal ini membuktikan bahwa diplomasi kebudayaan Indonesia melalui *Wonderful Indonesia* mampu untuk memberikan citra yang bagus untuk Indonesia dari semua sektor, seperti pariwisata dengan meningkatnya jumlah wisman, sektor ekonomi berupa datangnya investasi dari beberapa investor, juga menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara yang aman untuk dikunjungi.

¹⁵¹ Tribun (2017). “Menpar Gandeng 28 Perusahaan Promosi Wonderful Indonesia” diambil dari <<https://www.tribunnews.com/bisnis/2017/08/10/menpar-gandeng-28-perusahaan-promosi-wonderful-indonesia?page=2>> pada tanggal 18 Desember 2019

¹⁵² Endro Priherdityo (2016), Program Wonderful Indonesia Disebut Terbaik se-Asia Pasifik” diambil dari <<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161018104842-269-166214/program-wonderful-indonesia-disebut-terbaik-se-asia-pasifik>> pada tanggal 22 Desember 2019