ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor kehidupan yang mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa–bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian dari gaya hidup manusia dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam serta budaya ke belahan dunia lainnya. Kepariwisataan, dinyatakan bahwa obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata baik itu pembangunan obyek dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat obyek-obyek baru sebagai obyek dan daya tarik wisata. Indonesia sendiri mempunyai banding pariwisata yang dinamai Wonderful Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam mempromosikan Wonderful Indonesia sehingga Wonderful Indonesia dapat dikenal oleh mancanegara dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan asing ke Indonesia. Disisi lain juga pemerintahan Indonesia harus menghadapi kendala-kendala dalam merealisasikan program Wonderful Indonesia.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian yaitu teori Hubungan Internasional, teori Kerjasama Internasional karena pariwisata melakukan kerjasama antara Indonesia dengan negara lain agar dapat mempromosikan Wonderful Indonesia, teori Diplomasi karena kepariwisataan termasuk soft diplomasi, konsep Pariwisata, dan konsep Kepentingan Nasional karena promosi pariwisata bertujuan untuk pencapaian suatu tujuan nasional. Kebijakan pemerintah dalam perencaan strategi promosi Wonderful Indonesia.

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa pemerintah Indonesia telah berhasil merancang strategi promosi Wonderful Indonesia sehingga kunjungan wisatawan Asean ke Indonesia pun terus meningkat dan dapat meningkatkan devisa negara dari tahun 2011 hingga 2015.

***Kata Kunci: Pariwisata Indonesia, Wonderful Indonesia, Kunjungan Wisatawan.***

ABSTRACT

Tourism is one of the sectors of life that takes an important role in the economic development of the nations of the world. Increased progress and prosperity have made tourism a part of the human lifestyle and moved millions of people to get to know nature and culture in other parts of the world. Tourism, it is stated that tourist objects and attractions are everything that is a tourist target, whether it is the construction of tourist objects and attractions, which is done by cultivating, managing and making new objects as tourist objects and attractions. Indonesia itself has a tourism appeal called Wonderful Indonesia.

This research aims to find out what strategies are being carried out by the Indonesian government in promoting Wonderful Indonesia so that Wonderful Indonesia can be recognized by foreign countries and can increase foreign tourist visits to Indonesia. On the other hand, the Indonesian government must face obstacles in realizing the Wonderful Indonesia program.

In this study, the author uses research methods namely the theory of International Relations, the theory of International Cooperation because tourism collaborates between Indonesia and other countries in order to promote Wonderful Indonesia, diplomacy theory due to tourism including soft diplomacy, the concept of Tourism, and the concept of National Interest because tourism promotion aims to achieve a national goal. Government policy in planning the promotion strategy for Wonderful Indonesia.

The conclusion of this study is that the Indonesian government has succeeded in designing a Wonderful Indonesia promotion strategy so that Asean tourist visits to Indonesia continue to increase and can increase the country's foreign exchange from 2011 to 2015.

***Keywords: Indonesian Tourism, Wonderful Indonesia, Tourist Visits***

RINGKESAN

Pariwisata mangrupakeun salah sahiji sektor anu nyandak kahirupan hiji peran penting dina pangwangunan ékonomi tina bangsa di dunya. Kamajuan sarta karaharjaan tina urutan pangluhurna boga pariwisata salaku bagian tina gaya hirup manusa sarta ngeprak jutaan jalma apal kana alam jeung budaya ka saeusi dunya. Pariwisata, nyatakeun yén objek jeung wisata atraksi éta sagalana yén ieu subjected mun duanana pangwangunan objék wisata jeung atraksi nu geus rengse di jalan ka ngamajukeun, ngatur jeung nyieun objék anyar salaku objék sarta objek wisata. Indonésia sorangan boga daya tarik wisata disebut Cikal Indonésia.

Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun strategi naon keur dilakukeun ku pamaréntah Indonésia dina promosi Cikal Cikal Indonesia ambéh Indonésia bisa dipikawanoh ku nagara deungeun jeung nambahan arrivals wisata ka Indonesia. Di sisi pamaréntah Indonésia lianna oge kungsi nyanghareupan halangan dina realisasi tina program Cikal Indonésia.

Dina ulikan ieu, pangarang dipaké sababaraha téori salaku dadasar pikeun yén téori Hubungan internasional, téori Kerjasama Internasional keur gawé babarengan Pariwisata antara Indonésia jeung nagara séjén dina urutan ngamajukeun Cikal Indonésia, téori diplomasi kusabab pariwisata, kaasup diplomasi lemes, konsép Pariwisata, sarta konsép Minat Nasional alatan promotion pariwisata aimed di achieving tujuan nasional. kawijakan pamaréntah dina strategi kampanye perencanaan Cikal Indonésia.

Kacindekan tina ulikan ieu yén pamaréntah Indonésia geus junun ngarancang strategi promosi Cikal Indonesia ambéh arrivals wisata ka Indonésia Asean terus ningkat, sarta bisa ningkatkeun devisa tina 2011 nepi 2015.

***Konci: Pariwisata Indonésia, Cikal Indonésia arrivals wisata.***