

**ANALISIS STRATEGI ISLANDIA MEMPROMOSIKAN  
DESTINASI PARIWISATA MELALUI INDUSTRI FILM  
TAHUN 2020 - 2023**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**AYNI SALSABILAH**  
**19044010084**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
SURABAYA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayni Salsabilah  
NPM : 19044010084  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Analisis Strategi Islandia Mempromosikan Destinasi Pariwisata Melalui Industri Film Tahun 2020 – 2023”** adalah bukan plagiat.

Adapun penulisan skripsi tersebut disusun dengan memenuhi aturan sitasi yang sesuai. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 Juli 2023

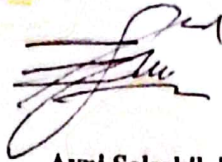


Ayni Salsabilah  
19044010084

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI ISLANDIA MEMPROMOSIKAN DESTINASI  
PARIWISATA MELALUI INDUSTRI FILM TAHUN 2020 - 2023**

**Disusun oleh:**



**Ayni Salsabilah**  
**19044010084**

**Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi**

**Menyetujui,  
PEMBIMBING**



**Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int**  
**NIP. 198610312021212001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FISIP**



**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**



**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI ISLANDIA MEMPROMOSIKAN DESTINASI  
PARIWISATA MELALUI INDUSTRI FILM TAHUN 2020 – 2023**

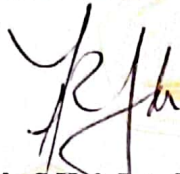
Oleh:

Ayni Salsabilah  
19044010084

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada tanggal 17 Juli 2023

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int  
NIP. 198610312021212001

**TIM PENGUJI,**

1. Ketua



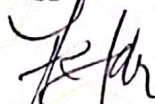
Praja Firdaus N., M.Hub.Int.  
NPT. 388071303601

2. Sekretaris



Adiasri Putri Furbantina, Ph.D.  
NPT. 386021303591

3. Anggota



Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int  
NIP. 198610312021212001

Mengetahui,  
**DEKAN FISIP**



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006

## **HALAMAN MOTTO**

Tetap Tenang  
Kuasai Keadaan

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*This thesis is a proof that I can get through something that is haunting me, you're just overthinking. I hope my work can contribute to the development of my country somehow*

## ABSTRAK

Islandia adalah negara yang mendapat julukan “*Land of Fire and Ice*” karena keunikan geografinya dari gunung berapi dan gletser es yang dapat bersebelahan. Itu adalah salah satu daya tarik Islandia dalam menarik wisatawan. Sektor pariwisata Islandia menyumbang pendapatan terbesar terhadap perekonomian Islandia sejak krisis finansial tahun 2008. Karena itu, ketika pandemi COVID-19 menutup pergerakan, pemerintah Islandia melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kembali pariwisata yang terhenti karena COVID-19. Salah satunya dilakukan melalui pengembangan industri film. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan bagaimana strategi yang digunakan Islandia untuk dapat mempromosikan destinasi pariwisata melalui industri film pada tahun 2020 – 2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif melalui model pemanfaatan peluang pemasaran film dari Hudson & Ritchie. Hasil dari penelitian ini adalah pemerintah Islandia telah menyusun strategi melalui perilis kebijakan film untuk pertama kalinya. Strategi tersebut dapat dikelompokkan dalam lima faktor, yaitu Aktivitas Pemasaran Destinasi, Atribut Destinasi, Faktor Spesifik Film, Upaya Pemerintah & Komisi Film, serta Lokasi.

Kata kunci: Pariwisata Film, Islandia, COVID-19.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, penulisan skripsi berjudul “Analisis Strategi Islandia Mempromosikan Destinasi Pariwisata Melalui Industri Film Tahun 2020 – 2023” bisa selesai. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan apresiasi yang pertama kepada diri sendiri karena telah berhasil menjadi sarjana strata 1 dalam program studi yang tidak pernah terpikir akan dilewati penulis. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada segenap orang-orang yang hadir dalam perjalanan penulis sampai saat ini,

1. Prof. Dr. Ir Akhmad Fauzi, MMT., IPU Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP, MIR, C.M.C selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional.
4. Kepada seluruh dosen hubungan internasional UPNVJT yang telah berjasa membagi ilmunya sehingga penulis tidak merasa salah jurusan. Terima kasih sebesar-besarnya juga kepada dosen pembimbing skripsi penulis, mbak Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int atas dampingannya.
5. Kepada kedua orang tua penulis yang menjadi investor terbesar dalam hidupnya. Penulis mengucapkan beribu-ribu terima kasih. Mohon dukung terus penulis dalam kehidupannya ke depan.
6. Kepada adik kecil penulis, Azka Al-Ghazali terima kasih telah terlahir menjadi mainan baru penulis menghibur kehidupannya dan seluruh keluarga penulis yang selalu mendoakan yang terbaik untuknya.
7. Kepada HI angkatan 2019 yang menjadi teman perjalanan penulis, terima kasih, khususnya, mir, tif, mew, sab, terima kasih atas *hot news*-nya. Terima kasih juga kepada nadin yang dengan senang hati menerima penulis di kosnya dan yang pernah ditempati kosnya oleh penulis.
8. Kepada teman-teman KKN 126, orang-orang di Desa Penanggal, dan teman-teman baru semasa KKN, terima kasih telah berbagi suka duka dan memberikan warna berkesan bagi penulis.
9. Kepada seluruh teman-teman penulis dari SMA 9, SMP 5, SD Kedungdoro 5, dan teman magang yang tidak melupakan penulis terima kasih.

Akhir kata, terima kasih kepada seluruh orang-orang yang hadir di kehidupan penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu maknanya dalam hidup penulis. Apabila terdapat kesalahan perkataan atau perbuatan, penulis mengucapkan maaf. Jika terdapat kritik dan saran yang membangun, penulis terbuka untuk perbaikan yang lebih baik. Semoga kita semua diberkati Allah SWT di dunia dan di akhirat.

Surabaya, 16 Juli 2023

Ayni Salsabilah



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIARISME</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian .....	6
I.3.1 Secara Umum .....	7
I.3.2 Secara Khusus .....	7
I.4 Kerangka Pemikiran .....	7
I.4.1 <i>Destination Marketing Activities</i> .....	9
I.4.2 <i>Destination Attributes</i> .....	13
I.4.3 <i>Film-Specific Factors</i> .....	14
I.4.4 <i>Film Commissions &amp; Government Efforts</i> .....	14
I.4.5 <i>Location</i> .....	14
I.5 Sintesa Pemikiran .....	15
I.6 Argumen Utama.....	16
I.7 Metode Penelitian .....	17
I.7.1 Tipe Penelitian .....	17
I.7.2 Jangkauan Penelitian.....	18
I.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	18
I.7.4 Teknik Analisis Data.....	19
I.7.5 Sistematika Penulisan .....	19
<b>BAB II</b> .....	<b>21</b>
<b>STRATEGI ISLANDIA: FAKTOR AKTIVITAS PEMASARAN DESTINASI</b> .....	<b>21</b>
II.1 Aktivitas Pemasaran Destinasi Sebelum Perilisan Film .....	21
II.2 Aktivitas Pemasaran Destinasi Setelah Perilisan Film .....	26
<b>BAB III</b> .....	<b>34</b>
<b>STRATEGI ISLANDIA: FAKTOR ATRIBUT DESTINASI, FAKTOR SPESIFIK FILM, UPAYA PEMERINTAH DAN KOMISI FILM, SERTA LOKASI</b> .....	<b>34</b>
III.1 Atribut Destinasi.....	34
III.2 Faktor Spesifik Film .....	39
III.3 Upaya Pemerintah & Komisi Film .....	45
III.4 Lokasi .....	49

<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>54</b>
IV.1 Kesimpulan .....	54
IV.2 Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pariwisata Film: Model Pemanfaatan Peluang Pemasaran Film .....	9
Gambar 1.2. Sintesa Pemikiran .....	15
Gambar 2.1. Bar Kaffibarinn dari film 101 Reykjavik .....	29
Gambar 3.1. Poster Film "Lamb" .....	41
Gambar 3.2. Keindahan pemandangan pembangkit listrik Hellisheiði .....	53