

**UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN KOREA SELATAN KE
INDONESIA MELALUI PROGRAM *WONDERFUL
INDONESIA* PADA TAHUN 2011-2017**

SKRIPSI



OLEH

ANNISA GUSRI SALSABILA

19044010029

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

2023

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KOREA SELATAN KE INDONESIA MELALUI PROGRAM *WONDERFUL INDONESIA* PADA TAHUN 2011-2017

Bagian dan/atau isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penulis, kecuali dituliskan dengan format kutipan dalam skripsi. Apabila di kemudian hari penulis terbukti melakukan plagiat, maka penulis akan menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, 6 Juli 2023

Penulis,



Annisa Gusri Salsabila

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN KOREA SELATAN KE INDONESIA MELALUI
PROGRAM *WONDERFUL INDONESIA* PADA TAHUN 2011-2017**

Disusun oleh:



Annisa Gusri Salsabila
19044010029

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Megahnanda Alidyan Kresnawati, S.IP., M.IP.
NIP. 198611062021212003

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M. Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN KOREA SELATAN KE INDONESIA MELALUI PROGRAM
WONDERFUL INDONESIA PADA TAHUN 2011-2017**

Oleh:



Annisa Gusri Salsabila
19044010029

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 18 Juli 2023

Pembimbing

Tim Penguji,


Megahnanda Alidyan K, S.IP., M.IP.
NIP. 198611062021212003


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


Megahnanda Alidyan K, S.IP., M.IP.
NIP. 198611062021212003


Renitha Dwi Hapsari, S.Hub.Int, M.Hub.Int.
NPT. 17219890801034

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 1968041820211006

HALAMAN MOTTO

“... Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

-Al Baqarah : 286

“Life is tough, and things don’t always work out well, but we should be brave and go on with our lives”

-Suga, BTS

“I hope you will never give up. Remember there is a person here in Korea, in the city of Seoul, who understands you.”

-Jimin, BTS

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah 17.508 pulau yang terbentang dari Sabang hingga Merauke. Indonesia juga kaya akan keindahan alam yang juga menjadi potensi Indonesia dalam mengenalkan pariwisata Indonesia di dunia internasional. Industri pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor industri yang sangat penting dikarenakan berkontribusi paling banyak terhadap devisa negara. Hal ini didukung dengan kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia setiap tahunnya. Namun di beberapa negara, Indonesia masih belum dikenal luas yang salah satunya adalah negara Korea Selatan. Dibanding negara Asia lainnya, wisatawan Korea Selatan yang masuk ke Indonesia masih dibawah target. Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah Indonesia melakukan beberapa upaya yang salah satunya yaitu mengenalkan Indonesia melalui *nation branding*. Indonesia beberapa kali mengalami perubahan program *nation branding* hingga tahun 2011 secara resmi menjadi *Wonderful Indonesia*. Sebelum adanya perubahan program, Indonesia menggunakan program *Visit Indonesia Year* namun tidak memperlihatkan perubahan yang signifikan dari segi angka kunjungan wisatawan Korea Selatan. Dengan menggunakan teori Simon Anholt, untuk mencapai keberhasilan *nation branding* terdapat beberapa elemen sehingga dapat terbentuk identitas negara. Beberapa elemen tersebut diantaranya promosi pariwisata, budaya, ekspor, investasi, kebijakan, dan masyarakat. Melalui elemen-elemen tersebut, pemerintah Indonesia melakukan upaya-upaya nya ke Korea Selatan sehingga wisatawan Korea Selatan ke Indonesia dapat meningkat.

Kata Kunci: *Nation Branding*, *Wonderful Indonesia*, Korea Selatan

KATA PENGANTAR

Puji syukur khadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkah rahmat-Nya sehingga penulis diberi kesempatan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Upaya Indonesia Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Korea Selatan ke Indonesia Melalui Program *Wonderful Indonesia* Pada Tahun 2011-2017**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi kewajiban mata kuliah skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan strata 1 (S1) Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur;
2. Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur;
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., M.IR selaku Koorprodi Hubungan Internasional UPN “Veteran Jawa Timur”;
4. Megahnanda Alidyan Kresnawati, S. IP, M. IP selaku dosen pembimbing skripsi penulis;
5. Renitha Dwi Hapsari, S. Hub. Int, M. Hub.Int dan Resa Rasyidah, S.Hub.Int, M.Hub.Int selaku dosen penguji skripsi penulis;
6. Seluruh Dosen Jurusan Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur;
7. Orang tua beserta kakak dari penulis yang selama ini telah memberikan semangat dan doa hingga penulis bisa berada di tahap ini;
8. Untuk teman perkuliahan penulis yaitu Lalak, Mirza, Sasya, Resa , Nadya, Vio, Fara, Zefanya, Dea, Rere, Achel, Nadhifa, Venny, Kevin, Haikal, Gary, dan Decca yang memberikan semangat kepada penulis;
9. Untuk semua teman-teman Hubungan Internasional Angkatan 19 yang sangat membantu penulis selama perkuliahan;
10. Untuk Nadya Shita Herwindah yang selalu memberikan semangat dan dukungan;
11. Untuk Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang telah memberikan penulis semangat dan motivasi dimanapun penulis berada,
12. Untuk beberapa idola penulis lainnya seperti TXT dan Enhypen yang juga memberikan penulis motivasi dan semangat,
13. Untuk semua orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan waktu, tenaga, pengetahuan, dan dukungan pada penulis selama penyusunan skripsi berlangsung,
14. Tidak lupa berterima kasih untuk diri saya sendiri yang telah bertahan dan tetap kuat hingga saat ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang. Sekali lagi, penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih.

Surabaya, 07 Juli 2023

Penulis,

Annisa Gusri Salsabila

NPM: 19044010029

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Secara Umum.....	9
1.3.2 Secara Khusus.....	9
1.4 Kerangka Pemikiran	10
1.4.1 Diplomasi Publik	10
1.4.2 <i>Nation Branding</i>	11
1.5 Sintesa Pemikiran	14
1.6 Argumen Utama	15
1.7 Metode Penelitian.....	17
1.7.1 Tipe Penelitian	17
1.7.2 Jangkauan Penelitian.....	17
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	17
1.7.4 Teknik Analisis Data	18
1.7.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II	20

BENTUK UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KOREA SELATAN KE INDONESIA MELALUI PROMOSI PARIWISATA, BUDAYA, DAN EKSPOR	20
2.1 Promosi Pariwisata	20
2.1.1 Memanfaatkan Potensi Pulau Bali sebagai Sarana Promosi Pariwisata	21
2.2 Budaya.....	38
3.2.1 Promosi Budaya Batik Melalui Pameran di Korea Selatan	39
2.3 Ekspor (<i>Exporting Brand</i>)	48
BAB III.....	55
UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KOREA SELATAN KE INDONESIA MELALUI INVESTASI, KEBIJAKAN, DAN MASYARAKAT.....	55
3.1 Investasi.....	55
3.2 Kebijakan.....	60
3.3 Masyarakat	62
BAB IV	66
PENUTUP.....	66
4.1 Kesimpulan.....	66
4.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Wisatawan Korea Selatan Ke Indonesia Sebelum Adanya <i>Wonderful Indonesia</i>	21
Tabel 2.2 Jumlah Wisatawan Korea Selatan ke Bali	22
Tabel 2.3 Alokasi Anggaran Sektor Pariwisata	38
Tabel 2.4 Ekspor Batik Indonesia Ke Korea Selatan	49
Tabel 3.1 Nilai Investasi Korea Selatan ke Indonesia.....	59

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Peningkatan Wisatawan Mancanegara di Indonesia Tahun 2011-2017	2
Grafik 1.2 Peningkatan Wisatawan Korea Selatan di Indonesia Tahun 2011-2017	6

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Hexagon Competitive Identity</i>	12
Gambar 1.2 Sintesa Pemikiran	14
Gambar 2.1 BBTf Tahun 2014.....	23
Gambar 2.2 BBTf Tahun 2015.....	23
Gambar 2.3 BBTf Tahun 2016.....	25
Gambar 2.4 BBTf Tahun 2017.....	26
Gambar 2.5 <i>Sales Mission Cruise South Korea 2016</i>	27
Gambar 2.6 <i>Sales Mission Golf Korea 2016</i>	28
Gambar 2.7 <i>Busan International Travel Fair 2012</i>	30
Gambar 2.8 Contoh <i>Direct Promotion</i> Tahun 2016.....	31
Gambar 2.9 Iklan <i>Wonderful Indonesia</i> Melalui <i>Subway Screen Door</i>	33
Gambar 2.10 Menghadiri <i>Hanatour International Travel Sho 2017</i>	33
Gambar 2.11 Iklan <i>Wonderful Indonesia</i> di <i>Shelter Bus</i>	34
Gambar 2.12 Iklan <i>Wonderful Indonesia</i> di Sepanjang <i>Subway</i>	35
Gambar 2.13 Logo <i>Wonderful Indonesia</i> di Badan Pesawat	36
Gambar 2.14 Sepuluh Destinasi Pariwisata Prioritas.....	37
Gambar 2.15 Pameran Seni Indonesia	41
Gambar 2.16 <i>Gala Dinner 40th Anniversary of Diplomatic Relations</i>	42
Gambar 2.17 Pameran Batik di Korea Selatan Tahun 2016	42
Gambar 2.18 Tarian Tradisional di <i>Busan International Travel Fair (BITF) 2012</i>	44
Gambar 2.19 Tarian Secara <i>On The Street</i> di Depan Kantor Maskapai Garuda Indonesia	45
Gambar 2.20 <i>Fashion Show</i> Perpaduan Dua Budaya di Surat Kabar Korea Selatan	48
Gambar 2.21 Indonesia Berpartisipasi di <i>Seoul Coffee Expo</i>	52