

**DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA ASAL
SINGAPURA MELALUI *WONDERFUL INDONESIA* PERIODE 2016-2019**

Sherina Amellia

ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan upaya diplomasi publik Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara asal Singapura melalui *Wonderful Indonesia* selama periode 2016-2019. Singapura merupakan negara pemboros utama pariwisata Indonesia, namun pada tahun 2015-2016 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara Singapura mengalami penurunan. Penelitian ini mengangkat pertanyaan penelitian “Bagaimana Diplomasi Publik Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Asal Singapura Melalui Program *Wonderful Indonesia* Sepanjang Tahun 2016-2019?”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan teori diplomasi, konsep diplomasi publik, dan konsep *nation branding*. Diplomasi publik Indonesia melibatkan aktor negara dan non-negara yang saling bahu-membahu dalam mempromosikan pariwisata Indonesia melalui *Wonderful Indonesia* di Singapura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya diplomasi publik aktor negara Indonesia yang dibantu oleh aktor non-negara melalui promosi *Wonderful Indonesia* telah terbukti mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara Singapura. Selain itu, promosi yang dilakukan juga telah meningkatkan devisa negara dan memberikan penghargaan kepada para aktor. Seluruh kegiatan tersebut bertujuan untuk menyebarluaskan kebudayaan Indonesia dan membina hubungan dengan publik Singapura guna mewujudkan citra pariwisata yang positif sekaligus meningkatkan jumlah kunjungan wisman Singapura. Namun, kegiatan promosi ini masih memiliki beberapa hambatan untuk terus melakukan promosi produknya karena kondisi infrastruktur Indonesia di sekitar destinasi wisata masih belum memadai, tingkat keamanan Indonesia yang masih kurang, dan anggaran promosi yang sedikit.

Kata Kunci: Diplomasi Publik, Indonesia, Pariwisata, Singapura, *Wonderful Indonesia*

**INDONESIA’S PUBLIC DIPLOMACY IN INCREASING THE
NUMBER OF VISITS FOR FOREIGN TOURISTS FROM
SINGAPORE THROUGH WONDERFUL INDONESIA FOR THE
PERIOD 2016-2019**

Sherina Amellia

ABSTRACT

This study describes Indonesia’s public diplomacy efforts in increasing the number of foreign tourist visits to Singapore through Wonderful Indonesia during the 2016-2019 period. Singapore is the main spender of Indonesian tourism, but in 2015-2016 the number of foreign tourist arrivals from Singapore decreased. Therefore, this research raises a research question “How is Indonesian Public Diplomacy in Increasing the Number of Foreign Tourist Visits from Singapore Through the Wonderful Indonesia Program Throughout 2016-2019?”. To answer this question, the author uses the theory of diplomacy, the concept of public diplomacy, and the concept of nation branding. Indonesian public diplomacy involves state and non-state actors who work hand in hand in promoting Indonesian tourism through Wonderful Indonesia in Singapore. The results show that the public diplomacy efforts of Indonesian state actors, assisted by non-state actors through the promotion of Wonderful Indonesia, have been proven to increase the number of visits by foreign tourists to Singapore. In addition, the promotions carried out have also increased the country’s foreign exchange and given awards to actors. All of these activities aim to spread Indonesian culture and build relationships with the Singaporean public to create a positive tourism image and increase the number of Singaporean tourist visits. However, this promotional activity still has several obstacles to continue promoting its products because the condition of Indonesia’s infrastructure around tourist destinations is still inadequate, Indonesia’s security level is still lacking, and the promotion budget is small.

Keywords: *Public Diplomacy, Indonesia, Tourism, Singapore, Wonderful Indonesia*