

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2(1).
<https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>
- Coltman, M. M. (1989). *Tourism Marketing*. Van Nostrand Reinhold.
- Creswell, J. W. (2008). *Educational Research. Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (6th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W. (2009). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In SAGE (3rd ed.). SAGE.
<https://doi.org/10.1080/14675980902922143>
- Dinnie, K. (2015). Nation branding: Concepts, issues, practice. In *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. <https://doi.org/10.4324/9781315773612>
- Grozev, K., & Boyadjiev, N. (2005). Setting the Research and Teaching Agenda of Transatlantic Security Studies: Some Notes on Multi-track Diplomacy and International Intervention. *Managerial Law*, 47(3/4), 61–69.
<https://doi.org/10.1108/03090550510771548>
- McDonald, J. W. (2012). Multi-track diplomacy : a systems approach to peace. *Jorunal of Conflictology*, 3(2), 66–70.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5589748.pdf>
- Miles, M. B., Huberman, M. A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis : a methods sourcebook* (Third Edit). SAGE Publication.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. SAGE.
- Setiawan, A. (2016). *Teori dan Praktik Diplomasi*. Universitas Muhammadiyah Jakarta
- Utama, I. G. B. R. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata* (1st ed.). Deepublish.

Jurnal:

- Aulia, P. N. (2016). *UPAYA INDONESIA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN RUSIA TAHUN 2006 - 2013*. 4(2), 451–458.

- Barliana, F. R. (2017). Program Wonderful Indonesia Dalam Menarik Wisatawan Jepang. *Global Political Studies Journal*, 1(1), 51–62.
- Bestari, N., Sushanti, S., & Nugraha, A. (2017). Dampak Konflik Rusia - Ukraina terhadap Pariwisata Rusia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 1(1), 1–13.
- Blogosphere, R. (2015). Understanding Russian Outbound Tourism – What the Russian Blogosphere is saying about Europe. In *Understanding Russian Outbound Tourism – What the Russian Blogosphere is saying about Europe*. <https://doi.org/10.18111/9789284416714>
- Cunha, L. (2014). *The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry*. 91–114.
- Federer, J. P., Pickhardt, J., Lustenberger, P., Altpeter, C., & Abatis, K. (2019). Beyond the Tracks? Reflections on Multitrack Approaches to Peace Processes. *Report Published by the Centre of Humanitarian Dialogue, the Centre for Security Studies ETH Zurich, Folke Bernadotte Academy and Swisspeace*.
- Haryono, S. (2016). Strategi Pemasaranwisata Bahari Dengan Pendekatan Dot, Bas Dan Pos. *Konferensi Nasional Kemaritiman, Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman RI*, 1–11.
- Hidayat, R. (2011). *KERJASAMA INDONESIA DAN RUSIA DALAM BIDANG PARIWISATA PADA MASA PEMERINTAHAN SUSILO BAMBANG YUDHOYONO TAHUN 2006-2011*. 24. http://ridum.umanzales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/377/4/Muñoz_Zapata_Adriana_Patricia_Artículo_2011.pdf
- Idriasiyah, G. (2016). Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia Di Dunia Internasional Tahun 2011-2015. *JOM Fisip*, 3(1), 5–48. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/9292>
- Jalalpour, S., & Jamshid Shojaeifar. (2014). The Tourism Industry and The International Relations. *World Journal of Environmental Biosciences*, 6, 68–72.
- Lemma, A. F. (2014). Tourism Impacts: Evidence of Impacts on employment, gender, income. *ECONOMIC AND PRIVATE SECTOR PROFESSIONAL EVIDENCE AND APPLIED KNOWLEDGE SERVICES*.

<http://partnerplatform.org/eps-peaks>

- Masyhari Makhasi, G. Y., & Lupita Sari, S. D. (2018). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL Journal of Communication*, 2(2), 31. <https://doi.org/10.21111/ettisal.v2i2.1265>
- Minardi, A., Taufik, T., Afriantari, R., & Hasanah, N. U. (2020). Indonesian Tourism Diplomacy to India. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v1i1.83>
- Nugroho. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 124–131.
- Nurika, R. R. (2017). Peran Globalisasi di Balik Munculnya Tantangan Baru Bagi Diplomasi di Era Kontemporer. *Jurnal Sosial Politik*, 3(1), 126. <https://doi.org/10.22219/.v2i2.4404>
- Petersen, R. L. (2015). Religion and multi-track diplomacy. *Religion and Public Policy: Human Rights, Conflict, and Ethics*, 222–238. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316106693.015>
- Prabhawati, A. (2018). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2), 158–177.
- Prayuda, R., & Sundari, R. (2019). Diplomasi dan Power: Sebuah Kajian Analisis. *Journal of Diplomacy and International Studies*, 02(1), 80–93. <https://journal.uir.ac.id/index.php/jdis/index>
- Putra, D. P. (2014). PENGARUH KERJASAMA PARIWISATA INDONESIA DAN RUSIA TERHADAP INDUSTRI PARIWISATA MANADO Oleh: *JOM Fisip Universitas Riau*, 5(2), 40–51.
- Ridwan, K. (2018). STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA TERHADAP RUSIA DALAM KERANGKA KONSEP TTI (TRADE, TOURISM, & INVESTMENT) TAHUN 2016 Oleh. *JOM Fisip Universitas Riau*, 5.
- Rizki Munanda & Syamsul Amar. (2019). PENGARUH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA, RATA-RATA PENGELOUARAN DAN TINGKAT HUNIAN HOTEL TERHADAP PENDAPATAN INDONESIA PADA SEKTOR PARIWISATA. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*,

1, 37–48.

- Rupesinghe, K. (1997). *The General Principles of Multi-Track Diplomacy*. ACCORD.
- Salam, U. (2019). DINAMIKA KINERJA KEDUTAAN BESAR REPUBLIK INDONESIA DI MOSCOW DALAM MEMBUKA PENERBANGAN LANGSUNG JAKARTA - MOSCOW. *Jurnal Sosio Dialektika*, 107–128.
- Saputra, M. R. (2019). Pelaksanaan Multitrack Diplomacy Dalam Kerjasama Kanada-Asean (1977-2018). *EJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 7(1), 261–282.
- Simanjuntak, T. R. (2018). Efektivitas Nation Branding Wonderful Indonesia Sebagai Sebuah Strategi Dalam Hubungan Diplomasi Pemerintah Indonesia Tahun 2011-2018. *Jurnal Cakrawala*, 29–59.
- Sujai, M. (2016). Strategi Pemerintah Indonesia dalam Menarik Kunjungan Turis Mancanegara. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 20(1), 61–76.
- Szondi, G. (2008). *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-12874-6_3
- UNWTO. (2008). *GLOSSARY OF TOURISM TERMS*. Unwto.Org. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- Yuviani Kusumawardhani. (2020). Kajian 14 Pillar Pada Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) Sebagai Indikator Daya Saing Pariwisata Suatu Negara. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 79–95. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i1.129>

Laporan:

- Dirjen Pengembangan Destinasi Pariwisata. (2013). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan ekonomi Kreatif Tahun 2013*. 17, 1–55.
- Kemenparekraf. (2016a). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, FWI 2016*.
- Kemenparekraf. (2016b). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, MITT 2016*.
- Kemenparekraf. (2016c). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, Otdykh Leisure 2016*.
- Kemenparekraf. (2017a). *Laporan FamTrip 2017*.

- Kemenparekraf. (2017b). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, FWI 2017*.
- Kemenparekraf. (2017c). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, Otdykh Leisure 2017. 2.*
- Kemenparekraf. (2018a). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, Famtrip 2018.*
- Kemenparekraf. (2018b). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, FWI 2018.*
- Kemenparekraf. (2018c). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, Otdykh Leisure 2018.*
- Kemenparekraf. (2019a). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, FWI 2019.*
- Kemenparekraf. (2019b). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, JP Rossiya Airlines 2019.*
- Kemenparekraf. (2019c). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, MITT 2019.*
- Kemenparekraf. (2019d). *Laporan Kegiatan Pemasaran Pariwisata, Otdykh Leisure 2019.*
- Kemenparekraf. (2019e). *Renstra Kemenparekraf 2020-2024.*
- Kemenparekraf. (2018). Keputusan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor KM.142/UM.001/MP/2018 tentang Logo Wonderful Indonesia dan Logo Pesona Indonesia. In *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.* https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu/KM.142 THN 2018 TTG LOGO WI DAN PI.pdf.pdf
- Kemenparekraf. (2019). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata 2018. *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 53(9), 1689–1699.
- Kemenparekraf. (2020). Rencana Strategis KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF 2020-2024. *Kemenparekraf*, 1–136.
- UNWTO. (2015). *UNWTO Tourism Highlights.* <https://www.oecd-nea.org/ndd/pubs/2015/7057-proj-costs-electricity-2015.pdf>

Internet:

- Ar Rahman, N. (2020). *Bule Paling Suka 10 Aktivitas Wisata Ini Saat Liburan ke Indonesia.* Idntimes.Com.
<https://www.idntimes.com/travel/destination/naufal-al-rahman-1/aktivitas-wisata-favorit-bule-di-indonesia>

- Blogosphere, R. (2015). Understanding Russian Outbound Tourism – What the Russian Blogosphere is saying about Europe. In *Understanding Russian Outbound Tourism – What the Russian Blogosphere is saying about Europe*.
<https://doi.org/10.18111/9789284416714>
- Ramdhini, L. (2019). *Forum bisnis Indonesia-Rusia hasilkan 13 kesepakatan*. Alinea.Id. <https://www.alinea.id/bisnis/forum-bisnis-indonesia-rusia-hasilkan-13-kesepakatan-b1XkL9meG>
- Ratnasari, B. C. (2018). *7 Daerah Wisata Favorit Wisatawan Mancanegara di Indonesia*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparantravel/7-daerah-wisata-favorit-wisatawan-mancanegara-di-indonesia>
- Sanghi, A., & Vedemosti, G.-M. L. (2019). *Is Russia Rich or Wealthy?* Worldbank.Org. <https://www.worldbank.org/en/news/opinion/2019/12/05/is-russia-rich-or-wealthy>
- Septian, R., & Herdian, L. (2019). *Kemenpar Promosikan Wonderful Indonesia di Dua Kota Besar Rusia*. Pontas.Id. <https://pontas.id/2019/06/20/kemenpar-promosikan-wonderful-indonesia-di-dua-kota-besar-rusia/>
- Supratiwi, F. (2016). *Indonesia-Rusia Sepakati 5 MoU Kerjasama*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/561799/indonesia-rusia-sepakati-5-mou-kerjasama>
- Supriyadi, M. W. (2020). *Menakar 70 tahun Hubungan Diplomatik Indonesia-Rusia*. Kemlu.Go.Id. <https://kemlu.go.id/moscow/id/news/4585/menakar-70-tahun-hubungan-diplomatik-indonesia-rusia>
- Teslik, L. H. (2007). *Nation Branding Explained*. Cfr.Org. <https://www.cfr.org/backgrounder/nation-branding-explained>
- United Nations World Tourism Organization. (2012). *International tourism receipts surpass US\$ 1 trillion in 2011*. Unwto.Org. <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2012-05-07/international-tourism-receipts-surpass-us-1-trillion-2011>
- World Bank. (n.d.). *Russian Federation*. Data.Worldbank.Org. Retrieved May 11, 2022, from <https://data.worldbank.org/country/RU>
- Y Gustaman. (2017). *90 Ribu Lebih Orang Kunjungi Festival Indonesia Moskow 2017*. Tribunnews.Com.

<https://www.tribunnews.com/internasional/2017/08/07/90-ribu-lebih-orang-kunjungi-festival-indonesia-moskow-2017>

Yuniarni, S. (2016). *Unity in Diversity: Indonesia's Six Largest Ethnic Groups.* JakartaGlobe. <https://jakartaglobe.id/culture/unity-diversity-indonesias-six-largest-ethnic-groups/>