



Judul Skripsi:

ANALISIS NATION BRANDING DALAM DIPLOMASI DIGITAL INDONESIA

**STUDI KASUS: UPAYA KEMENTERIAN PARIWISATA UNTUK
MEMPROMOSIKAN MUSLIM FRIENDLY TOURISM PADA PERIODE TAHUN
2015 – 2019**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Sosial untuk Program Studi Hubungan Internasional

Nama: Sulistia Wargi

NIM : 1810412100



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022

Sulistia Wargi, 2022

Analisis *Nation Branding* dalam Diplomasi Digital Indonesia

Studi Kasus: Upaya Kementerian Pariwisata untuk Mempromosikan Muslim Friendly Tourism pada Periode Tahun 2015 – 2019

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Hubungan Internasional

[www.upnvi.ac.id - www.library.upnvi.ac.id - www.repository.upnvi.ac.id]

ANALISIS NATION BRANDING DALAM DIPLOMASI DIGITAL INDONESIA

STUDI KASUS: UPAYA KEMENTERIAN PARIWISATA UNTUK MEMPROMOSIKAN MUSLIM FRIENDLY TOURISM PADA PERIODE TAHUN 2015 – 2019



**Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh Sarjana Sosial untuk Program Studi
Hubungan Internasional**

Disusun oleh:

Sulistia Wargi

1810412100

Diampu oleh:

Dosen Pembimbing I

Dr. Syahrul Salam, M.Si

Dosen Pembimbing II

Dr. Sophiana Widiastuti

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2022

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA



Skripsi

Analisis *Nation Branding* dalam Diplomasi Digital Indonesia

Studi Kasus: Upaya Kementerian Pariwisata untuk Mempromosikan Muslim Friendly Tourism pada Periode Tahun 2015 – 2019

SULISTIA WARGI

1810412100

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

PROGRAM SARJANA

HUBUNGAN INTERNASIONAL

JAKARTA

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya pribadi penulis dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

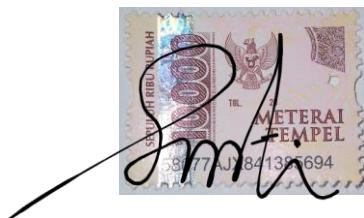
Nama : Sulistia Wargi

NIM : 1810412100

Tanggal : 8 Juli 2022

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya tersebut, maka saya bersedia dikenakan konsekuensi dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Juli 2022



Sulistia Wargi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini,

nama : Sulistia Wargi
NIM : 1810412100
program studi : S1 Hubungan Internasional
konsentrasi : Ekonomi Politik Internasional

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Fee Right*) atas karya saya yang berjudul:

“ANALISIS NATION BRANDING DALAM DIPLOMASI DIGITAL INDONESIA, STUDI KASUS: UPAYA KEMENTERIAN PARIWISATA UNTUK MEMPROMOSIKAN MUSLIM FRIENDLY TOURISM INDONESIA PADA PERIODE TAHUN 2015 – 2019”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama sebagai identitas penulis/peneliti.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 8 Juli 2022



Sulistia Wargi

Sulistia Wargi, 2022

Analisis *Nation Branding* dalam Diplomasi Digital Indonesia

Studi Kasus: Upaya Kementerian Pariwisata untuk Mempromosikan Muslim Friendly Tourism pada Periode Tahun 2015 – 2019

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Hubungan Internasional

[www.upnvi.ac.id - www.library.upnvi.ac.id - www.repository.upnvi.ac.id]

**ANALISIS NATION BRANDING DALAM DIPLOMASI DIGITAL INDONESIA
STUDI KASUS: UPAYA KEMENTERIAN PARIWISATA UNTUK
MEMPROMOSIKAN MUSLIM FRIENDLY TOURISM PADA PERIODE TAHUN
2015 – 2019**

***ANALYSIS OF NATION BRANDING IN INDONESIA'S DIGITAL DIPLOMACY
CASE STUDY: THE EFFORT OF THE MINISTRY OF TOURISM TO PROMOTE
MUSLIM FRIENDLY TOURISM IN THE PERIOD OF 2015 – 2019***

Oleh:
Sulistia Wargi
1810412100

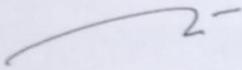
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional

Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada
tanggal seperti tertera di bawah ini

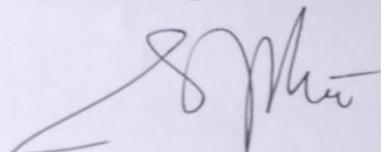
Jakarta, 29 Juli 2022

Pembimbing Utama



Dr. Syahrul Salam, M.Si

Pembimbing Pendamping



Dr. Sophiana Widiastutie, M.Si



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala beserta dengan rahmat-Nya yang selalu menyertai saya dalam perjalanan menyusun karya tugas akhir Skripsi ini. Berkat taufik dan petunjuk-Nya, Skripsi dengan judul **“Analisis Nation Branding dalam Diplomasi Digital Indonesia, Studi Kasus: Upaya Kementerian Pariwisata dalam Mempromosikan Muslim Friendly Tourism pada Periode Tahun 2014 – 2019”** ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa terselesiakannya penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang senantiasa memotivasi dan memberi solusi atas segala persoalan yang dihadapi.

Izinkan rasa syukur dan terima kasih terdalam saya haturkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Sandi Irawan dan Roisah. Pahlawan kehidupan yang tak pernah hentinya berjuang dan mendukung segala mimpi saya agar menjadi nyata.
2. Kakak dan adik saya; Yusnita Sari, Alvinia Ayu Lani, dan Rafli Saputra, yang selalu menjadi teman setia di berbagai fase kehidupan.
3. Kepada Dosen Pembimbing yang telah memperkenalkan, mengarahkan, dan memberikan pengetahuan yang berharga selama penyusunan skripsi ini.
4. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang telah bersedia memberikan dukungan atas data riset dan wawancara sebagai inti pembahasan yang dikaji dalam skripsi ini.
5. Kepada Jajaran Dosen Prodi Ilmu Hubungan Internasional yang telah memberikan ilmu yang berharga serta mendorong saya untuk selalu belajar dan berkarya melalui berbagai kegiatan akademik maupun non-akademik selama kegiatan perkuliahan di tahun 2018 – 2022.
6. Kepada Staff FISIP UPN Veteran Jakarta yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan proses administratif.

7. Serta kepada semua sahabat, teman, dan orang-orang yang pernah singgah untuk menghiasi perjalanan ini. Kepada yang menyisakan kisah, tawa, ataupun luka yang membangkitkan motivasi diri.

Pun rasa terima kasih ingin saya persembahkan kepada diri saya sendiri, yang tidak pernah menyerah dalam berproses dan selalu berusaha memberikan hasil yang terbaik. Telah banyak pelajaran yang dilalui dalam penyusunan tugas akhir ini, tentang ilmu pengetahuan dan aplikasi teori, tentang bertahan dan bertempur dengan diri sendiri, serta tentang berdamai dengan segala keadaan yang menghampiri. Kini, garis *finish* itu telah sampai, untuk mengantarkan pada perjalanan baru yang lebih berkesan.

Serang, 8 Juli 2022



Sulistia Wargi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERTANYAAN ORISINILITAS.....	iv
LEMBAR PUBLIKASI.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.3.1.Tujuan Praktis.....	16
1.3.2.Tujuan Teoritis.....	16
1.4. Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1. Manfaat Akademis.....	17
1.4.2. Manfaat Praktis.....	17
1.5. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1. Konsep dan Teori Pemikiran.....	21
2.1.1. Diplomasi Digital.....	21
2.1.2. Nation Branding.....	25
2.1.3. Muslim Friendly Tourism.....	30
2.2. Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN.....	37

3.1. Objek Penelitian.....	38
3.2. Jenis Penelitian.....	39
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Wawancara.....	39
3.3.2 Studi Dokumentasi.....	40
3.4. Sumber Data.....	40
3.4.1. Data Primer.....	40
3.4.2. Data Sekunder.....	40
3.5. Teknik Analisis Data.....	41
3.6. Tabel Rencana Waktu.....	41
BAB IV.....	41
4.1. Identitas Kompetitif pada Diplomasi Digital komoditas Muslim Friendly Tourism Indonesia.....	49
4.2. Perkembangan Diplomasi Digital, Nation Branding, dan Muslim Friendly Tourism di Indonesia.....	49
4.2.1. Diplomasi Digital Indonesia.....	49
4.2.2. Nation Branding Indonesia.....	51
4.2.3. Muslim Friendly Tourism di Indonesia.....	54
BAB V.....	59
5.1. Pemanfaatan Kanal Media Sosial dan Website Kementerian Pariwisata.....	63
5.2. Penggunaan Logo Pariwisata Halal Indonesia.....	74
BAB VI.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
6.1. Saran Praktis.....	82
6.2. Saran Teoritis.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Rencana Waktu.....	42
Tabel 4.1. Peringkat Indonesia dalam GMTI selama tahun 2015 – 2019.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. The Hexagon of Competitive Identity.....	27
Gambar 5.1. Unggahan Kementerian Pariwisata dalam akun Twitter @kemenparekraf.....	65
Gambar 5.2. Unggahan Kementerian Pariwisata pada akun Twitter @wonderfulid.....	66
Gambar 5.3. Unggahan Kementerian Pariwisata pada akun Facebook “Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif”.....	68
Gambar 5.4. Unggahan Kementerian Pariwisata dalam akun Instagram @wonderfulindonesia untuk konten pariwisata halal.....	70
Gambar 5.5. Unggahan Kementerian Pariwisata dalam website indonesia.travel untuk konten Pariwisata Halal.....	72
Gambar 5.6. Pilihan Bahasa pada Website Indonesia.Travel.....	73
Gambar 5.7. Logo Halal Tourism Indonesia “Indonesia the Halal Wonders” dan Pariwisata Halal Indonesia “Yang Halal Menjadi Pesona”	74
Gambar 5.8. Logo Wonderful Indonesia dan Logo Pesona Indonesia.....	76
Gambar 5.9 Contoh Penggunaan Logo Pariwisata Halal Indonesia dan Pesona Indonesia.....	76
Gambar 5.10. Logo Pariwisata Halal Unggulan: Friendly Lombok, The Light of Aceh, dan Taste of Padang.....	77

DAFTAR SINGKATAN

COMCEC: Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation

OKI : Organisasi Kerjasama Islam

GMTI : Global Travel Muslim Index

ITC : Islamic Tourism Center

WHTA : World Halal Travel Awards

Kemenpar : Kementerian Pariwisata

Kemenparekraf: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

USIA : United States Information Technology

UNWTO : United Nation World Tourism Organization

Abstrak

Indonesia as a country with the largest Muslim population in the world has the opportunity to lead the global halal tourism industry. Realizing this, under the leadership of the Minister of Tourism Arief Yahya, Indonesia through the Ministry of Tourism in 2015 – 2019 carried out Digital Diplomacy efforts to improve the nation branding of Indonesian halal tourism which was packaged in the concept of Muslim Friendly Tourism. Using Anholt's theory of nation branding and the Hexagon of Competitive Identity framework, this thesis research attempts to analyze the Ministry of Tourism's Digital Diplomacy efforts in improving the nation branding of Indonesian Muslim Friendly Tourism commodities during the period 2015 – 2019. Based on the research, several efforts have been made by the Ministry of Tourism which can be grouped into two (2) main efforts, namely; (1) The utilization of the Ministry of Tourism's Social Media Channels, and (2) The use of the Indonesian Halal Tourism Logo. Through these efforts, Indonesia's ranking in the GMTI ranking has increased over the years so that in 2019 Indonesia managed to rank first as the country with the world's best halal tourism.

Keywords: *Digital Diplomacy; Muslim Friendly Tourism Indonesia; National Branding; Simon Anholt.*

Abstrak

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim tertinggi di dunia memiliki peluang untuk memimpin industri pariwisata halal global. Menyadari hal tersebut, di bawah kepemimpinan Menpar Arief Yahya, Indonesia melalui Kementerian Pariwisata pada tahun 2015 – 2019 melakukan upaya Diplomasi Digital untuk meningkatkan nation branding pariwisata halal Indonesia yang dikemas dalam konsep Muslim Friendly Tourism. Dengan menggunakan teori nation branding milik Anholt dan kerangka the Hexagon of Competitive Identity, penelitian skripsi ini mencoba untuk menganalisis upaya Diplomasi Digital Kemenpar dalam meningkatkan nation

branding komoditas Muslim Friendly Tourism Indonesia selama kurun waktu 2015 – 2019. Berdasarkan penelitian, ditemukan beberapa upaya yang telah dilakukan oleh Kemenpar yang dapat dikelompokan menjadi dua (2) upaya utama yaitu; (1) Pemanfaatan Kanal Media Sosial Kemenpar, dan (2) Penggunaan Logo Pariwisata Halal Indonesia. Melalui upaya tersebut, ranking Indonesia dalam pemeringkatan GMTI selama bertahun-tahun mengalami peningkatan sehingga pada tahun 2019 Indonesia berhasil meraih peringkat pertama sebagai negara dengan pariwisata halal terbaik dunia.

Kata kunci: **Diplomasi Digital; Muslim Friendly Tourism Indonesia; Nation Branding; Simon Anholt.**