

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis upaya diplomasi publik Indonesia melalui *nation branding* Wonderful Indonesia ke Tiongkok serta menjelaskan implikasi yang didapat pada perekonomian Indonesia melalui sektor pariwisata tahun 2021-2023 menggunakan konsep diplomasi publik dan kepentingan nasional. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan studi kepustakaan. Peneliti menggunakan empat tahapan analisis data menurut Miles & Huberman, yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi). Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa upaya diplomasi publik Indonesia ke Tiongkok melalui *nation branding* Wonderful Indonesia telah berhasil dilakukan melalui lima aktivitas diplomasi publik yang dicetuskan oleh Nicholas J. Cull, yakni *listening*, *advocacy*, *cultural diplomacy*, *exchange diplomacy*, dan *international broadcasting*. Lima aktivitas diplomasi publik ini tercermin melalui pemanfaatan media massa maupun berbagai kegiatan yang mendukung upaya diplomasi publik ini. Kemudian, keberhasilan upaya diplomasi ini memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan pada jumlah wisatawan Tiongkok ke Indonesia, penerimaan devisa, dan kontribusi PDB pariwisata terhadap PDB nasional.

Kata Kunci: Diplomasi Publik, Wonderful Indonesia, pariwisata, wisatawan Tiongkok.

ABSTRACT

This research aims to analyze Indonesia's public diplomacy efforts through nation branding Wonderful Indonesia to China and explain the implications for the Indonesian economy through the tourism sector in 2021-2023 using the concepts of public diplomacy and national interests. The method used is descriptive qualitative using primary and secondary data sources. Data collection techniques were carried out through interview and library based research. Researchers used four stages of data analysis according to Miles & Huberman, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions (verification). The final results of this research show that Indonesia's public diplomacy efforts towards China through the nation branding Wonderful Indonesia have been successfully carried out through five public diplomacy activities initiated by Nicholas J. Cull, namely listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy, and international broadcasting. These five public diplomacy activities are reflected through the use of mass media and various activities that support these public diplomacy efforts. Then, the success of this diplomatic effort had a positive impact on the Indonesian economy. This can be seen from the increase in the number of Chinese tourists to Indonesia, foreign exchange receipts, and the contribution of tourism GDP to national GDP.

Keywords: *Public Diplomacy, Wonderful Indonesia, tourism, Chinese tourists.*