

BAB V

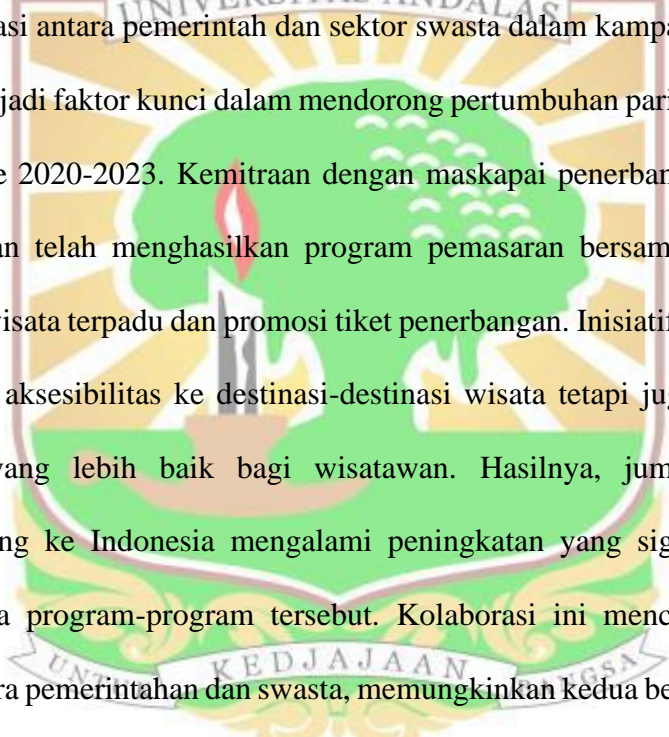
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah peran diplomasi publik dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara melalui kampanye *Wonderful Indonesia* dari tahun 2020 hingga 2023 menunjukkan bahwa inisiatif ini telah berhasil sebagaimana dipenuhinya tiga tujuan utama diplomasi publik, yaitu menginformasikan, melibatkan, dan mempengaruhi publik mancanegara. Melalui berbagai strategi komunikasi yang terencana, pemerintah Indonesia berhasil memanfaatkan diplomasi publik untuk memperkuat citra positif di mata internasional. Kampanye ini tidak hanya fokus pada promosi destinasi wisata, tetapi juga pada nilai-nilai budaya dan keramahan masyarakat Indonesia. Dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat, termasuk *influencer* dan duta pariwisata, kampanye ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan dampak yang signifikan terhadap persepsi wisatawan mancanegara. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan minat wisatawan untuk mengunjungi Indonesia, yang mencerminkan keberhasilan diplomasi publik dalam membangun citra positif negara.

Implementasi strategi digital dalam diplomasi publik *Wonderful Indonesia* juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia selama periode ini. Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan pemerintah untuk menyampaikan pesan-pesan promosi secara efektif dan efisien. Kampanye digital yang melibatkan konten visual menarik, video promosi, serta

interaksi langsung dengan audiens telah berhasil meningkatkan *engagement* dan impresi di berbagai platform. Data menunjukkan bahwa kampanye digital ini tidak hanya menarik perhatian wisatawan, tetapi juga mendorong mereka untuk merencanakan kunjungan ke Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pemerintah dapat menjangkau audiens global dengan cara yang lebih inovatif dan relevan, sehingga meningkatkan daya tarik pariwisata Indonesia di pasar internasional.



Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dalam kampanye *Wonderful Indonesia* menjadi faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan pariwisata nasional selama periode 2020-2023. Kemitraan dengan maskapai penerbangan, hotel, dan agen perjalanan telah menghasilkan program pemasaran bersama yang efektif, seperti paket wisata terpadu dan promosi tiket penerbangan. Inisiatif ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas ke destinasi-destinasi wisata tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan. Hasilnya, jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan setelah diluncurkannya program-program tersebut. Kolaborasi ini menciptakan sinergi yang kuat antara pemerintahan dan swasta, memungkinkan kedua belah pihak untuk saling melengkapi dan mencapai hasil yang lebih baik daripada jika bekerja secara terpisah. Dengan terus memperkuat kemitraan ini dan mengatasi tantangan yang ada, diharapkan sektor pariwisata Indonesia akan terus tumbuh dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal.

5.2 Saran

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk melihat bagaimana kampanye *Wonderful Indonesia* terhadap persepsi wisatawan mancanegara. Peneliti dapat mengumpulkan data dari waktu ke waktu untuk melihat bagaimana citra Indonesia sebagai destinasi wisata berubah seiring dengan perkembangan waktu. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Peneliti menyarankan untuk menggali lebih dalam mengenai *Wonderful Indonesia* sebagai diplomasi publik Indonesia dalam mempromosikan pariwisata dan menganalisisnya dengan pisau analisis yang lebih kompleks, pada penelitian selanjutnya. Dengan demikian, dapat dihasilkan suatu karya ilmiah yang lebih baik sehingga dapat digunakan sebagai input bagi para pembuat kebijakan.

