

DIPLOMASI DIGITAL INDONESIA MELALUI INSTAGRAM

@wonderfulindonesia

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas*

Oleh:

FARHAN RIZKI RIFANDY

2110853019



**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2025

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap sektor pariwisata global yang memaksa negara-negara untuk beradaptasi dalam mempertahankan citra pariwisatanya. Indonesia mengambil langkah yang berbeda dibanding negara lain di ASEAN. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji diplomasi digital Indonesia dijalankan melalui akun Instagram @wonderfulindonesia selama periode pandemi tahun 2020-2021. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis 492 unggahan akun @wonderfulindonesia melalui kerangka konseptual diplomasi digital Corneliu Bjola yang mencakup aspek *agenda setting*, *presence expansion*, dan *conversation generating*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia berhasil mengendalikan narasi krisis dengan mengubah pesan secara bertahap, mulai dari ajakan empatik “Dream Now, Travel Later”, beralih ke upaya membangun kepercayaan melalui edukasi protokol kesehatan, hingga meluncurkan kampanye undangan “It’s Time for Bali”. Strategi yang paling dominan adalah perluasan kehadiran yang diimplementasikan melalui konten buatan pengguna dan kolaborasi dengan *influencer* untuk memastikan visibilitas merek tetap terjaga. Meskipun konten interaktif berhasil memancing respon audiens yang tinggi, komunikasi yang terbangun cenderung bersifat satu arah. Dalam diplomasi digital melalui Instagram @wonderfulindonesia, Indonesia dominan melakukan aktifitas perluasan kehadiran dibandingkan menetapkan agenda atau isu yang banyak ataupun merangsang komunikasi dua arah dengan audiens.

Kata Kunci: Diplomasi Digital, Instagram, Wonderful Indonesia, Pariwisata, Pandemi COVID-19



ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the global tourism sector, forcing countries to adapt in order to maintain their tourism image. Indonesia has taken a different approach compared to other countries in ASEAN. This research aims to examine how Indonesia's digital diplomacy is carried out through the @wonderfulindonesia Instagram account during the 2020-2021 pandemic period. Using a descriptive qualitative method, this study analyzes 492 posts from the @wonderfulindonesia account through Corneliu Bjola's digital diplomacy conceptual framework which includes aspects of agenda setting, presence expansion, and conversation generating. The results showed that Indonesia managed to control the crisis narrative by gradually changing the message, starting from the empathic invitation "Dream Now, Travel Later", shifting to efforts to build trust through health protocol education, to launching an invitation campaign "It's Time for Bali". The most dominant strategy was the expansion of presence implemented through user-generated content and collaboration with influencers to ensure brand visibility was maintained. Although the interactive content successfully provoked high audience response, the communication tended to be one-way. In digital diplomacy through Instagram @wonderfulindonesia, Indonesia dominantly conducts presence expansion activities rather than setting an agenda or many issues or stimulating two-way communication with the audience.

Keywords: *Digital Diplomacy, Instagram, Wonderful Indonesia, Tourism, COVID-19 Pandemic*

