

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa bidang pariwisata saat ini telah menjadi salah satu denyut nadi yang menggerakkan pertumbuhan perekonomian nasional. Dimana bidang pariwisata telah menjadi titik penting dalam pemasukan pendapatan perkapita indonesia. Terlebih lagi kedatangan para wisatawan ke tempat destinasi pariwisata di indonesia telah menjadi salah satu indikator yang meratakan pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Pihak pemerintah indonesia telah melakukan berbagai upaya dalam mempromosikan pariwisata indonesia ke mancanegara dengan mengangkat slogan *Wonderful Indonesia* sebagai media branding dalam memperkenalkan pariwisata indonesia.

Pemerintahan indonesia menggunakan media Diplomasi Publik dalam mempromosikan destinasi pariwisata indonesia kebeberapa negara, salah satunya di Thailand. Dalam upaya mengajak masyarakat Thailand untuk berwisata ke indonesia, pemerintah telah melakukan berbagai upaya seperti mengikuti *Thai Internasional Travel Fair 2017-2019*, menggelar festival wonderful indonesia tahun 2017 di bangkok, berpartisipasi pada *Bo Sang Umbrella Festival Thailand 2017-2018*, *Sales Mission Wonderful Indonesia* di Thailand, hingga menguide Mahasiswa indonesia

yang berada di Thailand dalam berpartisipasi mempromosikan pariwisata indonesia dengan membentuk komunitas GenWi.

Bahkan pemerintah indonesia melalui KBRI Bangkok telah melakukan *Diplomasi Public* untuk mempromosikan pariwisata Indonesia dengan banyak kegiatan yang dilaksanakan sendiri oleh KBRI, maupun yang bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI dalam menggelar berbagai macam *event-event* atau festival yang dilaksanakan diluar negeri.

Hasil dari upaya promosi ini dapat kita lihat dengan terjadinya peningkatan kunjungan wisatan Thailand ke indonesia dari rentang tahun 2015-2019, meskipun pada tahun 2018 sempat mengalami penurunan sekitar 14000 jiwa dari tahun sebelumnya, namun kembali meningkat pesat pada tahun 2019. Hal ini mengindikasikan bahwa dari hal tersebut berarti strategi *nation branding Wonderful Indonesia* dikatakan sukses dalam mempromosikan pariwisata Indonesia. Kampanye *Wonderful Indonesia* telah menunjukkan prestasi yang mengagumkan. Keberhasilan ini bukan hanya milik pemerintah, namun milik seluruh pihak yang terlibat, yaitu para *stakeholder* pariwisata yang ada di seluruh indonesia.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari penjabaran penelitian yang berjudul “Diplomasi Publik Indonesia dalam Mempromosikan Pariwisata di Thailand melalui Wonderful Indonesia” ini adalah sebagai berikut:

a. Meningkatkan infrastruktur wisata

Untuk menarik minat dari para calon wisatawan, Indonesia harus meningkatkan terlebih dahulu infrastruktur wisata di dalam negeri agar lebih nyaman, aman dan murah. Karena kita ketahui, sangat banyak tempat wisata yang dapat dikunjungi tetapi terawat. Hal yang menjadikan banyaknya tempat wisata di Indonesia terbengkalai. Jadi hal tersebut sangat penting dilakukan supaya calon wisatawan ingin dan mau berkunjung ke Indonesia.

b. Konektivitas penerbangan yang mudah dan murah

Perlu dipahami ini merupakan salah satu unsur utama di dalam peningkatan wisatawan. Di Indonesia sangatlah mahal dan sangat sulit untuk berkunjung dari satu kota ke kota lainnya.

c. Membuat badan semi pemerintah khusus untuk pariwisata

Butuhnya orang-orang profesional dibidangnya dan tidak memiliki kendala birokrasi untuk melakukan promosi sangatlah penting. dengan adanya campur tangan Kementrian membuat adanya birokrasi yang bermain dan aturan, jadi dalam hal untuk mempromosikan pariwisata tidak akan bebas dan cepat.