

**UPAYA PEMERINTAH KOTA PALEMBANG DALAM  
MENINGKATKAN CITRA POSITIF MELALUI ASIAN  
GAMES 2018  
SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)  
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun Oleh :**

**Annisa Rifqah Aldina**

**07041381621099**

**JURUSAN STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
INDRALAYA  
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI  
UPAYA PEMERINTAH KOTA PALEMBANG DALAM  
MENINGKATKAN CITRA POSITIF MELALUI ASIAN  
GAMES 2018

SKRIPSI

Disusun oleh :

ANNISA RIFQAH ALDINA

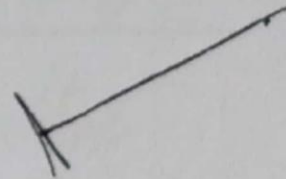
07041381621099

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan dalam ujian akhir Program  
Sarjana

Pembimbing I

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

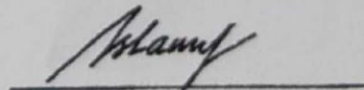
NIP. 1979050112002121005



Pembimbing II

Nur Aslamiah Supli, BJAM, M.Sc

NIP. 199012062019032017



Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.

NIP.196504271989031003

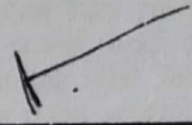
**HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI  
UPAYA PEMERINTAH KOTA PALEMBANG DALAM  
MENINGKATKAN CITRA POSITIF MELALUI ASIAN GAMES  
2018**

**SKRIPSI**

**Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Pada  
Tanggal 26 Maret 2021  
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

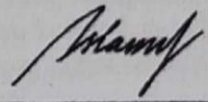
**TIM PENGUJI SKRIPSI**

**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si**  
Ketua



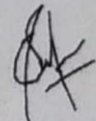
---

**Nur Aslamiah Supli, BIAM. M.Sc**  
Anggota



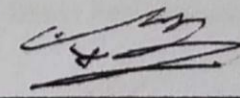
---

**Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA**  
Anggota



---

**Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA**  
Anggota



---

**Indralaya, Maret 2021  
Mengetahui  
Dekan,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**PROF. KGS. MUHAMMAD SOBRI, M.SI**

**NIP 19631106 199003 1 001**





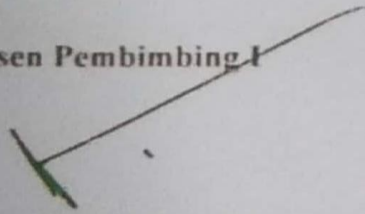
# UPAYA PEMERINTAH KOTA PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF MELALUI ASIAN GAMES 2018

Oleh:  
**Annisa Rifqah Aldina**  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional  
Universitas Sriwijaya

Dalam Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palembang untuk meningkatkan *branding* melalui mega event olahraga berskala internasional, seperti *Asian Games 2018*. Penelitian ini memiliki jenis penelitian berupa eksploratif kualitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Adapun data primer penulis dapatkan dengan melakukan wawancara langsung dengan Kepala Bidang Pemasaran, Dinas Pariwisata Kota Palembang. Sedangkan data sekunder penulis dapatkan melalui buku, jurnal, maupun penelitian terkait. Dalam penelitian ini menunjukkan upaya Pemerintah Kota Palembang dalam meningkatkan citra positifnya melalui penyelenggaraan *Asian Games* memiliki dampak positif bagi perkembangan Diplomasi Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palembang. Hal ini dikarenakan Pemerintah Kota Palembang dapat menggunakan mega event, seperti *Asian Games* untuk mengembangkan Pariwisata Kota Palembang sekaligus dapat memperkuat Diplomasi Kebudayaan. Namun ada beberapa hal yang menghambat pertumbuhan *branding* Kota Palembang, yaitu faktor keamanan dan kebersihan beberapa kawasan destinasi wisata. Sehingga Pemerintah Kota Palembang harus lebih mengoptimalkan lagi hal tersebut.

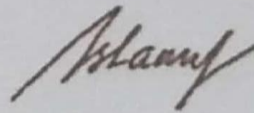
**Kata Kunci :** Diplomasi Kebudayaan, *Branding*, Pemerintah Kota Palembang

Dosen Pembimbing I



Dr. Andries Lionardo, M.Si  
NIP.197905012002121005

Dosen Pembimbing II



Nur Aslamiah Supli, BIAM., M.Sc  
NIP. 199012062019032017

Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



UPAYA PEMERINTAH KOTA PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN  
CITRA POSITIF MELALUI ASIAN GAMES 2018

Oleh:  
Annisa Rifqah Aldina  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional  
Universitas Sriwijaya

*In this study, the aim of this research is to find out how the efforts made by the Palembang City Government to increase branding through international sports mega events, such as the 2018 Asian Games. This research has a type of qualitative exploratory research. Meanwhile, the data sources used are primary and secondary. As for the primary data, the authors obtained by conducting direct interviews with the Head of Marketing, the Palembang City Tourism Office. Meanwhile, the authors obtained secondary data through books, journals, and related research. In this study, it shows that the efforts of the Palembang City Government in increasing its positive image through the holding of the Asian Games have a positive impact on the development of Palembang City Cultural Diplomacy and Tourism. This is because the Palembang City Government can use mega events, such as the Asian Games to develop Palembang City Tourism as well as strengthen its Cultural Diplomacy. However, there are several things that hinder the growth of Palembang City branding, namely the safety and cleanliness factors of several tourist destination areas. So that the Palembang City Government must further optimize this.*

*Keywords: Cultural Diplomacy, Branding, Palembang City Government*

Thesis Advisor I

Dr. Andries Lionardo, M.Si  
NIP.197905012002121005

Thesis Advisor II

Nur Aslamiah Supli, BIAM., M.Sc  
NIP. 199012062019032017

Head of the International Relations Study Program  
Faculty of Social and Political Science



## DAFTAR ISI

### Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
1.5 Kajian Pustaka.....	7
1.6 Landasan Konseptual.....	20
1.6.1 Kerangka Konsep .....	20
1.6.1.1. <i>First Track Diplomacy</i> .....	20
1.6.1.2. <i>City Branding</i> .....	25
1.6.2 Alur Pemikiran .....	28
1.7 Argumen Utama .....	31
1.8 Metode Penelitian .....	32
1.8.1 Desain Penelitian .....	32
1.8.2 Definisi Konsep .....	33
1.8.3 Fokus Penelitian.....	34
1.8.4 Unit Analisis .....	37
1.8.5 Jenis dan Sumber Data .....	37
1.8.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
1.8.7 Teknik Penentuan Informan .....	39
1.8.8 Teknik Keabsahan Data.....	40
1.8.9 Teknik Analisis .....	41
BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN .....	43

2.1 <i>Nation Branding</i> .....	43
2.2 <i>Nation Branding Indonesia</i> .....	46
2.3 Dinas Pariwisata Kota Palembang.....	52
2.4 <i>Branding Kota Palembang</i> .....	53
2.5 Sejarah Keikutsertaan Indonesia dalam <i>Asian Games</i> .....	55
<b>BAB III UPAYA PEMERINTAH KOTA PALEMBANG DALAM</b>	
<b>MENINGKATKAN CITRA POSITIF MELALUI <i>ASIAN GAMES</i></b>	
<b>2018</b> .....	<b>75</b>
3.1 <i>Dimensi Governance</i> .....	76
3.1.1 <i>Penataan Lokasi Penting Asian Games</i> .....	78
3.1.2 <i>Menjaga keamanan Kota Palembang</i> .....	82
3.1.3 <i>Promosi Pariwisata</i> .....	84
3.2 <i>Dimensi Culture and Heritage</i> .....	88
3.2.1 <i>Logo Charming Palembang</i> .....	89
3.2.2 <i>Festival Kebudayaan</i> .....	91
3.3 <i>Dimensi Tourism</i> .....	98
3.3.1 <i>Sport Tourism</i> .....	98
3.3.2 <i>Lorong Basah Culinary Night</i> .....	101
3.3.3 <i>Sekanak Bersolek</i> .....	104
3.3.4 <i>Kampung Mural Goedang Boentjit</i> .....	106
3.3.5 <i>Kampung Musi Bercorak</i> .....	107
3.4 <i>Jumlah Kunjungan Wisatawan</i> .....	110
4.1 <i>Kesimpulan</i> .....	112
4.2 <i>Saran</i> .....	114
4.2.1 <i>Saran Untuk Pemerintah Kota Palembang</i> .....	114
4.2.2 <i>Saran untuk Peneliti Selanjutnya</i> .....	115
<b>Daftar Pustaka</b> .....	<b>116</b>

## DAFTAR TABEL

### Halaman

<b>Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>8</b>
<b>Tabel 1. 2 Fokus Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 2. 1 Klasemen Akhir Perolehan Medali Asian Games 2018 .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 2. 2 Daftar Prestasi Indonesia Pada Perhelatan Asian Games .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 3. 1 Kunjungan Wisatawan Ke Kota Palembang Tahun 2015.....</b>	<b>110</b>



## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

<b>Gambar 1. 1 Gambar Charming Palembang .....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 2. 1 Dimensi Nation Branding menurut Anholt .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 2. 2 Logo Visit Indonesia Year 2008.....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 2. 3 Logo Wonderful Indonesia .....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 2. 4 Logo “Palembang The City Where Culture and River Meet in Harmony” .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 2. 5 Logo Charming Palembang .....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 2. 6 Logo Asian Games 2018 .....</b>	<b>67</b>
<b>Gambar 2. 7 Maskot Asian Games 2018 .....</b>	<b>68</b>
<b>Gambar 3. 1 Kondisi Trotoar di Jalan Jenderal Sudirman.....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 3. 2 Stadion Jakabaring.....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 3. 3 Instagram Charming Palembang .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 3. 4 Instagram Pariwisata Palembang .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 3. 5 Logo Charming Palembang .....</b>	<b>89</b>
<b>Gambar 3. 6 Instagram Pesona Sriwijaya .....</b>	<b>95</b>
<b>Gambar 3. 7 Musi Thematic Festival .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 3. 8 Lorong Basah Culinary Night .....</b>	<b>101</b>
<b>Gambar 3. 9 Sekanak Bersolek.....</b>	<b>104</b>
<b>Gambar 3. 10 Kampung Mural Goedang Boentjit .....</b>	<b>106</b>
<b>Gambar 3. 11 Kampung Musi Bercorak.....</b>	<b>108</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini olahraga telah bertransformasi menjadi sebuah industri, sehingga olahraga tidak hanya menjadi tontonan yang menarik, namun juga telah menjadi media yang baik bagi suatu negara dalam memperbaiki atau meningkatkan citra mereka di mata Internasional. Hal ini dapat dilakukan melalui penyelenggaraan *event – event* olahraga yang bertaraf Internasional. Seperti yang dilakukan oleh Afrika Selatan pada Piala Dunia FIFA 2010, melalui ajang ini Afrika Selatan berusaha untuk menjadi tuan rumah yang baik bagi negara – negara kontestan dan wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Afrika Selatan dalam rangka menyaksikan Piala Dunia pada tahun 2010. Melalui ajang ini, Afrika Selatan memanfaatkan momentum ini untuk memperbaiki citra negara mereka. Hal ini dikarenakan, negara ini memiliki beberapa citra negatif yang menghambat peningkatan pariwisata di negara ini, seperti adanya isu rasial, tingginya tingkat angka kriminalitas dan adanya penyakit yang mewabah. Selain itu, Afrika Selatan memanfaatkan momentum ini untuk mempromosikan keindahan alam dan kearifan lokal yang mereka miliki, sehingga akan berdampak positif pada peningkatan pariwisata negara ini.

Senada dengan Afrika Selatan, Indonesia memiliki keindahan dan kekayaan alam yang menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata di dunia, terutama di kawasan Asia Tenggara. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia menyimpan potensi yang sangat besar dibidang Pariwisata. Pariwisata

sendiri memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, hal ini dikarenakan Pariwisata menjadi penyumbang devisa keempat terbesar setelah minyak, batu bara dan kelapa sawit, adapun pada tahun 2014, sektor pariwisata Indonesia berhasil menyumbang devisa sebesar US\$ 10 miliar. (Informatika, 2015) . Bahkan pada tahun 2018, sektor pariwisata menyumbang devisa sebesar US\$19,2 miliar, dan berhasil mengalahkan sektor migas yang selama ini menjadi sektor andalan penyumbang devisa negara. (Kuntadi, 2019) Melihat potensi tersebut, Pemerintah Indonesia melakukan berbagai cara untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara, salah satunya adalah dengan menyelenggarakan berbagai *event* olahraga yang bertaraf internasional, seperti *Asian Games 2018* yang dilangsungkan di Jakarta dan Palembang.

Penyelenggaraan kompetisi olahraga yang berskala internasional memiliki dampak yang cukup signifikan bagi hubungan internasional sebuah negara, hal ini dikarenakan adanya pengaruh perkembangan teknologi, sehingga memungkinkan masyarakat dunia untuk menyaksikan suatu pertandingan olahraga secara bersamaan. Hal inilah yang menyebabkan ajang kompetisi olahraga dapat menjadi media yang baik dunia internasional untuk mempromosikan perdamaian dunia. (Syafirdi, 2018) Selain itu, suatu negara dapat memanfaatkan ajang kompetisi olahraga sebagai wadah yang tepat untuk memperbaiki ataupun meningkatkan citra mereka di mata internasional.

Melalui *Asian Games* ke – 18 ini, setidaknya ada satu hal penting yang dapat dimanfaatkan oleh Indonesia, yaitu Citra Positif. Menurut Direktur Diplomasi Publik Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Azis Nurwahyudi. Azis Nurwahyudi menjelaskan bahwa Citra Positif yang akan didapatkan Indonesia

melalui *Asian Games* merupakan modal awal bagi Indonesia dalam upaya mempertahankan dan memperjuangkan kepentingan nasional. (Indonesia U. A., 2018). Sementara itu sebagai salah satu tuan rumah penyelenggaraan *event* olahraga terbesar di Asian ini, Pemerintah Kota Palembang, melalui Kepala Dinas Pariwisata Kota Palembang, Isnaini Madani, mengatakan bahwa *Asian Games* merupakan alat bagi Pemerintah Kota Palembang dalam mencapai tujuannya agar lebih banyak turis datang ke Kota Palembang, karena *Asian Games* dapat menjadi momentum yang baik agar Kota Palembang lebih dikenal oleh masyarakat dunia, khususnya masyarakat Asia. (Rahmat, 2018). Karena itulah, *event* olahraga negara Asia ini dapat menjadi media yang baik bagi Pemerintah Indonesia, khususnya Pemerintah Kota Palembang dalam hal mempromosikan keindahan alam dan beragam budaya yang dimilikinya, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan, terutama wisatawan asing di Kota Palembang.

Pemilihan Kota Palembang sendiri sebagai tuan rumah *Asian Games* 2018 bukan tanpa alasan. Menurut Gubernur Sumatera Selatan, Alex Noerdin, kondusifitas daerah, adanya pengalaman dari Kota Palembang dalam menjadi tuan rumah *event – event* olahraga baik dalam skala nasional dan internasional, seperti *Islamic Solidarity Games, PON, SEA Games, ASEAN University Games* dan beberapa *event* lainnya. Alasan lainnya adalah kelengkapan fasilitas olahraga bertaraf internasional yang dimiliki oleh Kota Palembang dan terintegrasi dalam satu wilayah, yaitu *Jakabaring Sport City*. (Rachman, 2018)

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala BAPPENAS, Bambang Brodjonegoro, menjelaskan bahwa sebanyak 78.854 wisatawan asing datang ke Indonesia selama perhelatan *Asian Games* 2018, mereka mengeluarkan



uang untuk berbelanja hingga mencapai Rp 1,9 triliun. Sementara itu untuk wisatawan domestik mengeluarkan uangnya sebesar Rp. 1,8 triliun. (Rida M. I., 2018) . Adapun menurut Kementerian PPN/BAPPENAS dampak pelaksanaan *Asian Games 2018* untuk provinsi Sumatera Selatan, khususnya Kota Palembang di sektor ekonomi yaitu sebesar Rp18,5 triliun, dimana hal itu terdiri dari Investasi pemerintah untuk pembangunan infrastruktur pendukung dan sarana olahraga tercatat senilai Rp15,4 triliun dalam kurun 2015 hingga 2018. Pengeluaran wisatawan mancanegara maupun domestik sebesar Rp. 968 milyar, dan untuk operasional penyelenggaraan sebesar Rp. 2,1 trilyun. (Wulandari, 2018). Selain itu, keberadaan *Asian Games* memberi dampak positif pada sektor pariwisata di sekitar lokasi *Asian Games*, hal ini dikarenakan wisatawan tidak hanya mengunjungi lokasi atau *venue Asian Games* semata, namun juga mengunjungi beberapa destinasi lain, sehingga menyebabkan Pemerintah Kota Palembang menata dan mempercantik beberapa destinasi wisata andalan, seperti Pulau Kemaro, Kampung Kapitan, Kampung Arab Al Munawar, Benteng Kuto Besak, Jembatan Ampera, Masjid Agung, Museum SMB II. Selain menata ulang dan memperindah beberapa destinasi wisata unggulan, Pemerintah Kota Palembang membangun beberapa destinasi wisata baru, seperti Tugu Belido yang berada dikawasan Benteng Kuto Besak, Kawasan Seni Sudirman, *Lorong Basah Culinary Night*, selain itu Kota Palembang menyediakan beberapa tempat instagramable seperti, Sekanak Bersolek, Kampung Mural Gudang Boen Tjit, Ampera Skate Park dan Kampung Musi Bercorak..

Bahkan menurut, Ketua Panitia Pelaksana *Asian Games 2018* (INASGOC), Erick Thohir, Pulau Kemaro menjadi *Top Three* destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi bersama Batam dan Bali. Menurut Erick wisatawan

mancanegara mengeluarkan dana sebesar Rp 655 miliar untuk *souvenir* dan cinderamata dan akomodasi atau penginapan dengan Rp 521 miliar. (Rida M. I., 2018). Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan *event – event* olahraga yang bersifat internasional, seperti *Asian Games* memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian dan pariwisata Indonesia. Hal ini dikarenakan melalui *event* tersebut, Indonesia dapat meningkatkan citra positifnya sebagai negara yang aman dan nyaman bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, melalui event seperti *Asian Games* Indonesia dapat mempromosikan kearifan dan keunikan budaya lokal serta kemegahan perlombaan. Hal ini dikarenakan wisatawan mancanegara, saat ini tidak hanya ingin menikmati keindahan alam.

Beberapa upaya strategis yang dilakukan oleh Kementerian Luar Negeri untuk membantu menyukseskan acara ini, seperti : (1) Membantu *Public Campaign 18<sup>th</sup> Asian Games* melalui media dan sarana yang dimiliki oleh Kemlu, (2) Mengupayakan keikutsertaan media asing dalam meliput seluruh rangkaian acara 18<sup>th</sup> *Asian Games* dan (3) Menginstruksikan perwakilan RI untuk melakukan pendekatan kepada negara negara sahabat untuk mendapatkan kepastian partisipasi mereka di 18<sup>th</sup> *Asian Games* 2018. (Indonesia U. A., 2018)

Selain itu, perbaikan infrastruktur yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia, terutama dua kota yang menjadi tuan rumah, yaitu Jakarta dan Palembang. Pembangunan *venue – venue* olahraga yang berstandar internasional dan pembangunan berbagai sarana transportasi, serta berbagai infrastruktur yang dapat menunjang kesuksesan *Asian Games* dapat menjadi media bagi Pemerintah dalam mempromosikan kekayaan kebudayaannya sehingga akan berdampak pada sektor Pariwisata. (Basnur, 2018)

Namun sebelum berkembang seperti sekarang, Kota Palembang dikenal sebagai salah satu kota di Indonesia yang memiliki tingkat kriminalitas tertinggi di Indonesia. Hal ini terbukti dengan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik yang menyatakan bahwa provinsi Sumatera Selatan merupakan provinsi kelima yang memiliki tingkat kriminalitas tertinggi di Indonesia. (Arby, 2018). Pada pelaksanaan *Asian Games 2018*, Pemerintah Kota Palembang berupaya untuk memanfaatkan momentum *Asian Games*, untuk memperbaiki citranya. Sehingga, melalui penelitian ini penulis akan menjelaskan bagaimana upaya Pemerintah Kota Palembang dalam meningkatkan citra positifnya melalui *Asian Games 2018*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengambil rumusan masalah yaitu “ BagaimanaUpaya Pemerintah Kota Palembang dalam meningkatkan citra positif pada pelaksanaan *Asian Games 2018*?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :  
untuk mengetahui Upaya Pemerintah Kota Palembang dalam Upaya Peningkatan Pariwisata Indonesia melalui Diplomasi Kebudayaan Pada *Asian Games 2018*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi terkait manfaat kompetisi olahraga (*Asian Games*) dalam upaya peningkatan citra positif dan pariwisata di Indonesia.

- b. Penulisan ini juga diharapkan bisa menjadi bahan observasi untuk penelitian selanjutnya

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Untuk memenuhi syarat dalam menempuh ujian sidang pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

#### **1.5 Kajian Pustaka**

Terdapat banyak penelitian yang membahas mengenai upaya peningkatan pariwisata di Indonesia, *Nation Branding*, Diplomasi Kebudayaan, dan *Event Olahraga*. Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai bahan rujukan adalah Harits & Bagus (2017) yang membahas mengenai upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan Pariwisata khususnya pada sektor maritim dengan menggunakan Kebudayaan sebagai media diplomasi di kawasan Asia Tenggara. Penelitian kedua adalah *Persepsi National Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor ke Jepang dan Australia* yang diteliti oleh Sri Rahayu dan Reni Kristina Arianti (2014), dalam penelitian ini menjelaskan mengenai beberapa poin yang dapat menjadi nilai positif Indonesia dalam upaya peningkatan ekspor ke Jepang dan Australia.

Penelitian ketiga adalah *Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional* yang diteliti oleh Gisti Indriasih, dalam penelitian ini menjelaskan tentang actor yang berperan dalam upaya peningkatan pariwisata Indonesia. Penelitian selanjutnya yang digunakan oleh penulis sebagai bahan rujukan adalah



Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini membahas mengenai standarisasi yang harus dicapai oleh Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melakukan Diplomasi Pariwisata Halal diwilayahnya. Dalam beberapa penelitian tersebut terdapat beberapa penelitian yang membahas upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan pariwisata melalui *Asian Games 2018*. Salah satunya adalah penelitian (jurnal) yang membahas mengenai *Asian Games 2018*, namun dalam penelitian ini membahas mengenai Diplomasi Publik Indonesia pada Penyelenggaraan *Asian Games 2018* yang diteliti oleh Anggia Tiffany Fuad Azmi (2019). Penelitian terakhir adalah penelitian yang ditulis oleh Romi Iriandi Putra (2020) dalam penelitian yang berjudul Strategi Membangun *nation branding* Indonesia dalam *Asian Games Jakarta - Palembang 2018*, peneliti membahas beberapa strategi yang dilakukan oleh Indonesia dalam membangun *nation branding* pada saat pelaksanaan *Asian Games* .

**Tabel 1. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Penelitian Terdahulu	Keterangan
1.	Nama Penulis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harits Dwi W.</li> <li>• Bagus Subekti N.</li> </ul>
	Judul	Upaya Indonesia Meningkatkan Pariwisata Maritim melalui Diplomasi Kebudayaan di Asia Tenggara
	Nama Jurnal	Indonesian Perspective Vol. 2, No. 1 (Januari-Juni 2017): 51-63
	Tahun	2017

	<p>Hasil Penelitian</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian ini membahas pentingnya industri pariwisata sebagai stakeholder pariwisata yang berupaya menciptakan, pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan menghapus kemiskinan pada daerah yang menjadi destinasi wisata.</li> <li>• Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pariwisata dapat menjadi media yang baik dalam memajukan kebudayaan. Pariwisata merupakan alat yang baik bagi Indonesia dalam memperkuat Diplomasi Kebudayaan, karena melalui Pariwisata Indonesia dapat memperkenalkan kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia.</li> <li>• Selain itu penelitian ini membahas berbagai upaya yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan Pariwisata, seperti dengan meningkatkan kerjasama industri pariwisata pada tingkat regional. Upaya kedua adalah dengan mendirikan pusat studi Indonesia di berbagai Universitas di</li> </ul>
--	-------------------------	--

		<p>Asia Tenggara. Upaya ketiga adalah dengan mendirikan kantor promosi wisata di Kawasan Asia Tenggara. Upaya keempat adalah dengan melakukan pertukaran budaya antar negara. Upaya kelima adalah dengan melakukan eksepsi.</p>
	Perbandingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada penelitian ini akan membahas Upaya Peningkatan Pariwisata Indonesia melalui ajang olahraga <i>multievent</i> seperti <i>Asian Games</i> dengan menggunakan landasan teori yang sama. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang membahas upaya peningkatan pariwisata maritim, sedangkan dalam penelitian ini akan membahas terkait upaya peningkatan pariwisata melalui kompetisi olahraga <i>Asian Games</i>.</li> </ul>
2	Nama Penulis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sri Rahayu</li> <li>• Reni Kristina Arianti</li> </ul>
	Judul	Persepsi National Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor ke Jepang dan Australia

Nama Jurnal	Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, VOL. 8 NO. 2, DESEMBER 2014 : 183-208
Tahun	2014
Hasil Penelitian	<p>Dalam penelitian yang berjudul <i>Persepsi National Branding</i> Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor ke Jepang dan Australia menjelaskan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secara nilai dan sejarah, Indonesia memiliki modal yang kuat.</li> <li>• Secara <i>Economic sustainability and growth</i>, Indonesia diasumsikan sebagai negara berkembang yang memiliki potensi ekonomi yang menjanjikan untuk mengeksport produknya ke pasar Jepang dan Australia, jika produsen lebih meningkatkan citra produk-produknya.</li> <li>• Berdasarkan <i>people experiences</i>, banyak masyarakat Jepang dan Australia mendatangi Indonesia dengan tujuan perjalanan bisnis dan wisata. Mayoritas para wisatawan menikmati perjalanan mereka selama di Indonesia, terutama di Bali. Hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia memiliki sikap yang ramah</li> </ul>



		<p>dan bertoleransi tinggi terutama terhadap wisatawan mancanegara, sehingga banyak dari mereka berkeinginan untuk melakukan perjalanan kembali ke Indonesia.</p>
	Perbandingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam penelitian ini penulis akan berfokus pada <i>nation branding</i> yang dapat dilakukan oleh Pemerintah dan masyarakat Indonesia pada Asian Games 2018, sedangkan pada penelitian terdahulu peneliti meneliti tentang pendapat atau perspektif masyarakat Jepang dan Australia terhadap <i>nation branding</i> Indonesia.</li> </ul>
	Nama Penulis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gusti Idriasih</li> </ul>
	Judul	Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye <i>Wonderful Indonesia</i> Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional
3	Nama Jurnal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• JOM FISIP Vol.3 No. 1 – Februari 2016</li> </ul>
	Tahun	2016
	Hasil Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam Penelitian ini disebutkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Indonesia dalam usaha meningkatkan pariwisatanya, tidak hanya dilakukan</li> </ul>

		<p>oleh pemerintah, namun didukung oleh berbagai pihak agar upaya ini berjalan secara maksimal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Selain itu, <i>Country Branding</i> merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh Indonesia. Hal ini dikarenakan <i>Country Branding</i> dapat menjadi identitas bagi Indonesia di dunia internasional.</li> </ul>
	Perbandingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Di dalam penelitian ini, penulis akan membahas mengenai upaya <i>nation branding</i> yang dilakukan oleh Indonesia pada Asian Games 2018, sedangkan pada penelitian terdahulu membahas branding yang dilakukan oleh Indonesia melalui kampanye <i>Wonderful Indonesia</i>. Namun, kedua penelitian memiliki konsep yang sama yaitu <i>nation branding</i> dan diplomasi kebudayaan.</li> </ul>
	Nama Penulis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alwafi Ridho Subarkah</li> </ul>
	Judul	Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat
4	Nama Jurnal	Journal of International Studies Vol.2 No.2, Mei 2018(188-203)
	Tahun	2018

	Hasil Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menurut penelitian ini, model pariwisata halal yang dibangun oleh NTB telah sesuai dengan telah sesuai dengan standar pemenuhan kebutuhan wisatawan muslim, sehingga dapat mempermudah wisatawan muslim dalam melakukan perjalanan wisata dan menciptakan kenyamanan bagi wisatawan muslim yang berkunjung ke NTB.</li> </ul>
	Perbandingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dalam penelitian terdahulu peneliti menggunakan konsep diplomasi public, sedangkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan konsep diplomasi kebudayaan. Namun kedua penelitian ini, memiliki kesamaan pada konsep yaitu, <i>nation branding</i>.</li> </ul>
	Nama Penulis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anggia Tiffany</li> <li>Fuad Azmi</li> </ul>
	Judul	Diplomasi Publik Indonesia melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018
5.	Nama Jurnal	Padjadjaran Journal of International Relations

	<ul style="list-style-type: none"> <li>e-ISSN: 2684-8082 Vol. 1 No. 3, November 2019(202-217)doi: 10.24198/padjir.v1i3.26193</li> </ul>
Tahun	2019
Hasil Penelitian	<p>Dalam Penelitian terdapat berbagai media Diplomasi Publik yang dilakukan oleh Indonesia seperti dengan melakukan :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Audio dan Visual</li> </ul> <p>Indonesia menggunakan media ini dalam rangka mempromosikan <i>Asian Games</i> pada masyarakat asia. Video yang berjudul <i>Energy of Asia</i> yang menggambarkan perjuangan para atlet dalam mempersiapkan diri menuju <i>Asian Games 2018</i> dan keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia. Dalam Video tersebut menjelaskan bahwa perbedaan bukanlah suatu masalah dan kebersamaan tidak akan terkalahkan. Hal ini menunjukkan citra positif Indonesia sebagai negara, karena dalam video tersebut menceritakan tentang keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia. Namun, dalam video tersebut memiliki kendala yaitu pada kualitas gambar dan suara.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Opening dan Closing Ceremony</i></li> </ul> <p>Pada <i>Opening dan Closing Ceremony</i> menunjukkan keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia merupakan suatu hal yang menjadikan keindahan tersendiri bagi Indonesia. Selain itu penataan panggung yang penuh dengan keindahan alam Indonesia menjadikan <i>Opening dan Closing Ceremony</i> menjadi media yang baik bagi Indonesia dalam mempromosikan Pariwisatanya pada masyarakat Asia.</p>
	Perbandingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Anggia dan Fuad, lebih menekankan upaya Diplomasi Publik yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia, sedangkan dalam penelitian ini, penulis akan menjelaskan mengenai upaya Indonesia, khususnya Pemerintah Indonesia dan Kota Palembang dalam memanfaatkan momentum <i>Asian Games 2018</i> untuk meningkatkan sektor pariwisata Kota Palembang, melalui Diplomasi Kebudayaan.</li> </ul>
5.	Nama Penulis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atiek Nur Hidayati</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yulianto Hadiprawiro</li> <li>• Angga Kusuma Dawami</li> </ul>
Judul	Representasi City Branding Jakarta Melalui Identitas Asian Para Games 2018
Nama Jurnal	Vol.6, No.3, Mei 2019, pp. 186-194 p-ISSN: 2339-0107, e-ISSN: 2339-0115
Tahun	2019
Hasil Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Penelitian ini menjadi tuan rumah <i>mega sport event</i> dapat menjadi media yang baik dalam melakukan nation branding yang menjadi cikal bakal dari <i>city branding</i>, hal ini dikarenakan keterlibatan dari media mulai dari acara pembukaan, keberlangsungan event sampai dengan acara penutupan yang menilai keberhasilan dari suatu negara maupun kota dalam menyelenggarakan pesta akbar tersebut. Hal ini akan memberikan dampak positif di bidang politik, ekonomi, maupun diplomasi bagi negara atau kota – kota yang terlibat.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>Selain itu dalam penelitian ini menjelaskan jika banyak negara berkebang berusaha untuk menjadi tuan rumah pesta akbar ini, dengan tujuan adalah meningkatkan reputasi negara sehingga dapat memberi dampak positif bagi produsen produk dan tujuan wisata.</li> </ul>
	Perbandingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adapun perbedaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atiek Nur Hidayati, Yulianto Hadiprawiro Angga Kusuma Dawami dengan penelitian ini adalah jika dalam penelitian yang mereka lakukan ruang lingkup penelitian adalah Asian Para Games 2018 dan Kota Jakarta sebagai tuan rumah, sedangkan dalam penelitian ini ruang lingkupnya adalah Asian Games 2018, dimana yang menjadi focus penelitian adalah Kota Palembang.</li> </ul>
6.	Nama Penulis	Romi Iriandi Putra

Judul	Strategi Membangun Nation Branding Indonesia dalam Asian Games Jakarta – Palembang 2018
Nama Jurnal	Volume 6, Nomor 1, April 2020
Tahun	2020
Hasil Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalam penelitian menjelaskan mengenai beberapa strategi yang dapat dilakukan sebuah kota untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerahnya, yaitu dengan melakukan, <i>image marketing</i>, <i>attraction marketing</i>, <i>infrastructure marketing</i>, dan <i>people marketing</i>.</li> <li>• Dalam penelitian ini juga menjelaskan mengenai beberapa strategi yang dilakukan oleh Indonesia dalam membangun <i>nation branding</i>, yaitu dengan mengelola paparan media, mengangkat semua unsur budaya, memanfaatkan momentum <i>Asian games</i> untuk melakukan diplomasi global, menciptakan <i>co-branding</i>, dan</li> </ul>



		melakukan kampanye pasca pelaksanaan <i>Asian games</i> .
	Perbandingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secara keseluruhan jurnal ini menjelaskan mengenai strategi Indonesia sebagai sebuah negara yang memanfaatkan momentum <i>Asian Games</i> untuk membangun <i>nation branding</i>, sedangkan dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai strategi Kota Palembang sebagai sebuah kota yang menjadi tuan rumah perhelatan <i>Asian Games</i> untuk membangun dan meningkatkan <i>city branding</i> nya.</li> </ul>

## 1.6 Landasan Konseptual

### 1.6.1 Kerangka Konsep

#### 1.6.1.1. *First Track Diplomacy*

*Multi Track Diplomacy* merupakan kerangka konsep diplomasi yang digunakan dalam proses perdamaian dunia pada tatanan sistem internasional dengan mengkombinasikan beberapa jalur diplomasi yaitu, diplomasi pemerintah, diplomasi jalur kelompok, dan diplomasi jalur individu. (Donal, 1996). *Multi Track Diplomacy* memiliki tujuan untuk mewujudkan perdamaian dunia sampai *peace building* yang terintegrasi satu sama lain dengan menggunakan media

*softpower*. (Diamond J. N., 1996). Multi Track Diplomacy sendiri terdiri atas *First Track: Government*, *Second Track: Nongovernment/Professional*, *Third Track: Business*, *Fourth Track : Private Citizen*, *Fifth Track: Research, Training, and Education*, *Sixth Track : Activism*, *Seventh Track : Religion*, *Eighth Track: Funding*, *Track Nine: Communications and Media*.

Pada penelitian ini track yang digunakan adalah *First Track Diplomacy* hal ini dikarenakan dalam proses perdamaian tidak akan terjadi dengan begitu saja, namun harus diiringi dengan pembangunan ekonomi, hal ini yang kemudian dilakukan oleh Pemerintah Indonesia melalui Pemerintah Kota Palembang, dimana Pemerintah Kota Palembang berupaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Kota Palembang dengan meningkatkan citra positif kota ini sehingga akan berdampak pada peningkatan sektor pariwisata Kota Palembang. Melalui kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah Kota Palembang yaitu berupa Renstra atau Rencana Strategis 2018 – 2023 Dinas Pariwisata Kota Palembang. Melalui Renstra ini Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Palembang memberikan informasi dan mempromosikan Pariwisata Kota Palembang dengan membangun berbagai sarana dan prasarana yang dapat mendukung peningkatan Pariwisata Kota Palembang yang memiliki konsep pariwisata berbasis sungai, budaya, dan *event* olahraga kelas dunia seperti dengan melakukan penataan ulang terhadap beberapa lokasi penting *Asian Games* 2018, seperti Kawasan Jalan Jenderal Sudirman dan *Jakabaring Sport City*. Upaya berikutnya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palembang adalah dengan membuat logo dan *branding* “ *Charming Palembang*” yang berarti Palembang Kota yang Menawan. Melalui Branding ini diharapkan dapat memperkuat identitas Kota Palembang, sehingga dapat meningkatkan kunjungan

wisatawan domestik maupun mancanegara ke Kota Palembang. Selanjutnya adalah dengan melakukan festival kebudayaan di beberapa lokasi bersejarah di Kota Palembang, seperti Festival Sriwijaya yang diadakan di kawasan Benteng Kuto Besak dan Musi Thematic Festival yang dilakukan di kawasan Pulau Kemaro, Kampung Arab Al Munawwar, dan Benteng Kuto Besak. Upaya berikutnya adalah dengan membangun dan menata ulang beberapa sektor pariwisata andalan seperti *Lorong Basah Culinary Market*, dan *Pedestrian Sudirman, Jakabaring Sport City (JSC)*, , Sekanak Bersolek, Kampung Mural Baba Boentjit, dan Kampung Musi Bercorak. Selain itu menarik wisatawan , Pemerintah Kota Palembang melakukan pengembangan terhadap *sport tourism*.

*First Track Diplomacy* merupakan proses pembentukan tindakan *Peacebuilding* maupun *peacemaking* oleh pemerintah yang berusaha untuk membentuk, mengelola dan meningkatkan sistem hubungan internasional, kepercayaan, keyakinan, mediasi, krisis intervensi, resolusi konflik, bahkan untuk mencegah kekerasan dan mengamankan kepentingan nasional negara seperti ekonomi, perdagangan, politik, hak asasi manusia, ilmu pengetahuan, budaya, dan akademis, karena saat ini masyarakat, budaya, kelompok identitas agama, etnis, atau kelompok politik kepentingan, dan warga negara juga memiliki kedudukan formal dalam sistem global. (Diamond L. &., 1996).

De Magalhaes menjelaskan *First Track Diplomacy* atau Diplomasi Resmi merupakan instrumen kebijakan luar negeri dalam membuat dan membentuk kontak antara pemerintah dari negara yang berbeda melalui perantara yang diakui bersama oleh masing – masing pihak. Hal yang membedakan model diplomasi ini dengan yang lainnya adalah adanya penerapan yang berlaku secara formal pada

tingkat antar negara. *First track diplomacy* sering dianggap sebagai alat perdamaian utama suatu negara dalam menjalankan kebijakan luar negara. Diplomasi ini dilakukan oleh Kepala Negara, Diplomat, dan Para Pejabat Tinggi Negara yang bertujuan untuk mempengaruhi struktur kekuasaan politik. Aktor dalam *First Track Diplomacy* adalah negara, namun terdapat beberapa aktor lain seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Vatikan, serta kelompok-kelompok ekonomi dan politik regional seperti Uni Eropa, Liga Arab, Uni Afrika, Organisasi Negara-negara Amerika, dan sebagainya. (Mapendere, 2000)

*First Track Diplomacy* memiliki tiga ciri utama yaitu : pertama, pemerintah merupakan lembaga resmi yang berwenang untuk menjaga perdamaian. Pada level, pemerintahan Diplomasi merupakan media dalam aktivitas menjaga perdamaian dunia, hal ini dikarenakan dalam proses diplomasi membutuhkan pemahaman yang baik dari negara sehingga dapat membantu dalam proses negosiasi atau dalam menghadapi konflik maupun krisis. Ciri kedua adalah kekuasaan dalam menciptakan perdamaian dunia berada dibawah kendali Pemerintah, terutama yang berkaitan dengan *high politics* hal ini dikarenakan dalam proses pembuatan kebijakan membutuhkan power seperti yang dimiliki oleh Pemerintah atau negara. Melalui kekuatan yang dimilikinya suatu negara dapat mengintervensi atau mempengaruhi negara lain dan mengontrol sumber daya yang ada. Ciri ketiga adalah Negara merupakan pembawa kekuatan, dalam hal ini negara yang memiliki kekuatan besar cenderung dapat mengontrol negara yang memiliki kekuatan yang lebih kecil. Hal ini menyebabkan suatu negara hendaknya dapat mengontrol kekuatan yang dimilikinya, agar dapat mencapai kepentingan nasionalnya. (Diamond L. &., 1996).

*First Track Diplomacy* memiliki beberapa kelebihan seperti yang diungkapkan oleh Sanders yaitu, penggunaan kemampuan dalam proses negosiasi, sehingga dapat mempengaruhi arah dan hasil dari sebuah negosiasi. Adanya kekuatan ini memungkinkan negara dapat menggunakan ancaman secara militer, apabila salah satu pihak melanggar kesepakatan yang telah dibuat. Sedangkan Bercovitch dan Huoston mengungkapkan bahwa *first track diplomacy* memiliki kapasitas dalam mengakses sumber daya material dan finansial sehingga dapat berdampak pada fleksibilitas dalam proses negosiasi. Menurut Stein dan Lewis, kelebihan ketiga adalah *first track diplomacy* dapat menggunakan informasi mendalam tentang pihak – pihak terkait yang diperoleh melalui sumber intelijen. Kelebihan selanjutnya adalah adanya kemampuan dari para mediator *first track diplomacy* untuk menggunakan pengetahuan secara luas mengenai kebijakan luar negerinya, maupun kebijakan luar negeri pihak yang terkait. (Mapendere, 2000).

Selain memiliki beberapa kelebihan, *first track diplomacy* memiliki beberapa kelemahan seperti yang diungkapkan oleh Diamond dan McDonald yang menyebutkan bahwa kekuasaan dapat merusak proses pendekatan penyelesaian konflik. Hal ini dikarenakan adanya kekuatan dan kekuasaan yang dimiliki oleh suatu negara dapat menekan negara – negara yang lebih lemah, sehingga dapat merusak keberlanjutan perjanjian perdamaian. Sedangkan menurut Volkan, kepatuhan yang dilakukan oleh para pejabat menjadikan proses diplomasi berjalan secara kaku atau menunda proses negosiasi dengan berkonsultasi dengan para pejabat yang berada di negaranya. Kelemahan berikutnya adalah *first track diplomacy* sangat dipengaruhi oleh adanya siklus pemilu. (Mapendere, 2000).

### 1.6.1.2. *City Branding*

Konsep *Branding* pertama kali muncul pada tahun 1998 ketika seorang konsultan asal Inggris, Simon Anholt, yang menyatakan jika sebuah tempat dan negara dapat diwakili oleh sebuah merek. *Nation branding* memiliki dua bentuk yaitu: *the nation's image* untuk mempromosikan produk dalam negeri dan meningkatkan ekspor. Bentuk kedua adalah *place branding* - untuk mempromosikan negara (atau mungkin sebuah kota yang ada pada sebuah negara) sebagai tujuan wisata. *Branding* memiliki tujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan citra sebuah negara atau kota agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara, meningkatkan produk ekspor dan meningkatkan penanaman modal asing secara langsung. Menurut Anholt, *branding* adalah cara untuk membentuk persepsi terhadap suatu target kelompok masyarakat tertentu melalui 6 dimensi yaitu: pariwisata, ekspor, masyarakat, pemerintahan, kebudayaan dan warisan budaya, serta investasi dan imigrasi. (Sri Rahayu, 2014). Sedangkan Szondi mengatakan bahwa *branding* merupakan

*“The strategic self-presentation of a country (or city) with the aim of creating reputational capital through economic, political and social interest promotion at home and abroad.”*

Selain itu, menurut Horrison (2002) suatu negara yang dapat meningkatkan citra atau *branding* nya agar dapat meningkatkan jumlah wisatawan asing ke negaranya. (Irwansyah, 2013).

*Nation Branding* menekankan tentang ciri khas atau identitas suatu negara agar tidak sama dengan negara lain. Anholt menyatakan jika terdapat beberapa hal

yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan *nation brand*, yaitu : (1) *strategy*, dalam hal ini negara harus memahami maksud dan tujuan yang ingin dicapai oleh negara serta cara untuk mencapainya. (2) *substance*, merupakan strategi yang diimplementasikan dengan baik dan efektif, meliputi ekonomi, politik, hukum, budaya, sosial, arah investasi, bahkan membentuk institusi. (3) *symbolic action*, yaitu membangun pandangan public secara emosional dengan menampilkan branding secara visual, baik berupa gambar, video, atau cerita – cerita yang menggambarkan citra yang ingin dibangun. *Nation branding* adalah cara negara dalam mencitrakan dirinya ke dunia internasional dengan membentuk brand tersendiri, agar dapat menarik investasi, wisatawan, dan kerjasama yang menguntungkan bagi negaranya. (Subarkah, 2018).

*City Branding* memiliki konsep yang mirip dengan *Nation Branding*, namun yang menjadi perbedaan adalah jika *Nation Branding* dilakukan oleh Pemerintah Pusat yang bekerjasama dengan banyak pihak seperti masyarakat, pemerintah daerah, dan pengusaha yang cenderung berskala nasional. Sedangkan *City Branding* hanya dilakukan oleh Pemerintah Daerah, masyarakat dan pengusaha yang hanya berada pada daerah tertentu.

Menurut Lianti Rahardjo dalam Retno Budi Lestari 2016, *City Branding* sendiri memiliki definisi sebagai proses strategi dalam mempromosikan image atau citra suatu kota atau wilayah kepada seluruh pihak yang memiliki kepentingan, seperti investor, wisatawan, masyarakat, dan sebagainya. *City Branding* menuntut sebuah daerah membentuk citra khusus daerahnya bagi dikalangan masyarakat luas untuk mempresentasikan daerahnya. (Aditya Yuli, 2011). *City branding* memiliki tiga strategi seperti: Pertama, *Primary Communication*, strategi ini tidak hanya

melibatkan hal-hal yang bersifat arsitektur, desain tempat urban, museum, infrastruktur sebagai daya tariknya, namun juga memanfaatkan sisi lain dari kota, seperti respon dari masyarakat sekitar dan pegawai pemerintah. Kedua adalah *Secondary Communication*, terdiri dari komunikasi formal yang disengaja, seperti iklan, relasi publik, desain grafis, dan penggunaan logo serta slogan. Ketiga, *Tertiary Communication*, lebih bersifat mulut ke mulut yang diperkuat dengan media massa. (Erik Brauna, 2014). Menurut Kavaritz, tujuan dari *City Branding* adalah untuk memperkuat dan membangun citra positif kota dimata wisatawan. Sedangkan menurut Cai, *City Branding* digunakan untuk membedakan suatu kota dengan kota pesaingnya. Strategi *city branding* merupakan salah satu hal wajib yang dilakukan oleh Pemerintah untuk mempromosikan daerahnya ke kancan internasional. Menurut Ashworth, suatu kota harus memiliki identitas tersendiri untuk menghadapi persaingan antar kota untuk menarik wisatawan atau investor ke Kotanya. (Adhiimsyah Luthfi, 2019). Keberhasilan beberapa kota besar di dunia seperti Lyon, Manchester, dan Dublin dalam menarik investor untuk melakukan investasi di daerahnya mampu memberi identitas tersendiri bagi Kotanya.

Melalui *Asian Games 2018*, Indonesia terutama Kota Palembang ingin membangun dan memperkuat *branding* nya yaitu “*Charming Palembang*” di mata internasional, dengan menunjukkan jika Kota Palembang adalah Kota Sungai yang indah hal ini merujuk pada keberadaan 108 anak sungai dengan empat sungai besar, sehingga kota ini dijuluki juga “*Venice of The East*”. Selain itu kota ini memiliki Sungai Musi yang membelah Kota Palembang menjadi dua bagian yaitu Seberang Ulu dan Seberang Ilir. Dimana untuk menghubungkan kedua wilayah tersebut



didirikan beberapa jembatan termasuk Jembatan Ampera yang menjadi *landmark* Kota Palembang.



**Gambar 1. 1 Gambar Charming Palembang**

Sumber : : [palembang-tourism.com](http://palembang-tourism.com)

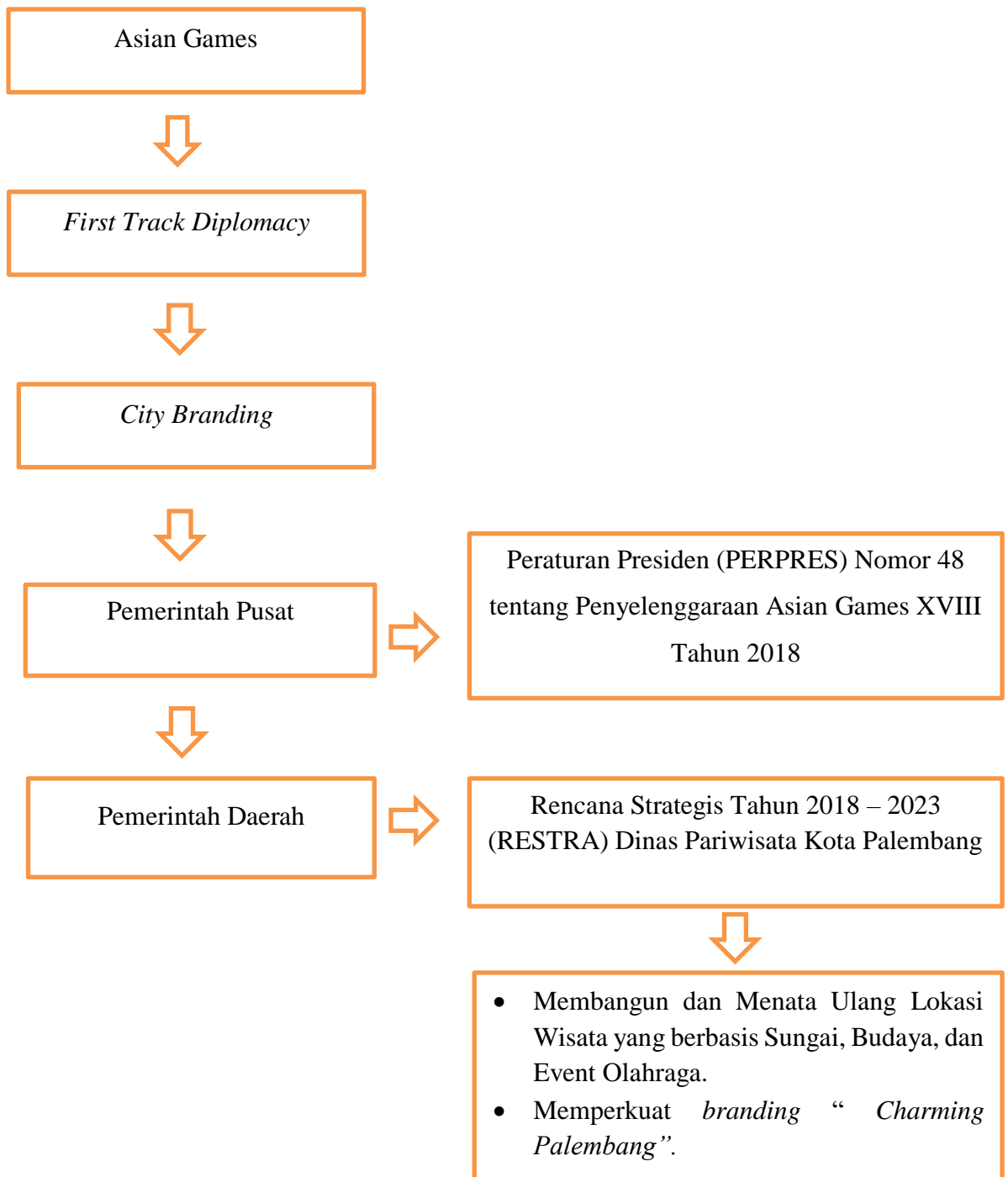
Logo “*Charming Palembang*” yang terdiri atas Jembatan Ampera yang membelah Sungai Musi dengan riak air dengan motif “Pucuk Rebung” memiliki arti sebuah harapan kebaikan terhadap Kota Palembang. Warna pada logo menyesuaikan dengan “*Wonderful Indonesia*” sehingga menggambarkan Palembang sebagai “Kota Sungai” yang terdiri atas berbagai budaya, etnis, agama, dan potensi wisata sehingga menawarkan kehidupan yang lebih aktif dan energik kepada wisatawan yang datang. (Ekspress, 2019).

### **1.6.2 Alur Pemikiran**

Pada zaman sekarang, olahraga telah bertransformasi menjadi media yang baik bagi suatu negara dalam melakukan diplomasi. Keberadaan event - event besar seperti *Asian Games 2018* yang dilakukan di Jakarta - Palembang, dapat menjadi wadah bagi Indonesia dalam melakukan diplomasi, terutama diplomasi kebudayaan. Hal ini dilakukan oleh Indonesia sebagai salah satu upaya Indonesia dalam meyakinkan masyarakat dunia, terutama di Asia dalam upaya peningkatan

citra positif Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan sektor pariwisata Indonesia.

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis bagi Indonesia dan dapat berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pariwisata sendiri dapat menjadi media yang baik bagi suatu negara dalam meningkatkan diplomasi kebudayaan, hal ini disebabkan melalui pariwisata masyarakat dapat mengetahui dan mengenal kebudayaan Indonesia. *Asian Games* merupakan *event* olahraga terbesar di Asia, sehingga Indonesia dapat memanfaatkan momentum sebagai tuan rumah *Asian Games* dalam upaya meningkatkan pariwisata.



## 1.7 Argumen Utama

Berdasarkan penjelasan dengan menggunakan landasan teori diatas, penulis menarik hipotesis yaitu Pemerintah Kota Palembang telah melakukan berbagai upaya yang dapat meningkatkan citra positif Kota Palembang yaitu dengan membangun dan menata ulang beberapa lokasi yang ada di Kota Palembang terutama yang berkaitan dengan upaya penyuksesan *Asian Games 2018*, seperti dengan membangun *Pedestrian* di Kawasan Jalan Jenderal Sudirman dan menata kembali kawasan *Jakabaring Sport City*. Sedangkan upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palembang melalui Dimensi Culture and Heritage adalah dengan membuat branding “ *Charming Palembang*”, melakukan beberapa festival kebudayaan selama Asian Games 2018 berlangsung, seperti Festival Sriwijaya dan Musi Thematic Festival. Selain itu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palembang untuk meningkatkan citra positifnya pada dimensi *tourism* adalah dengan merevitalisasi beberapa destinasi wisata yang ada di Kota Palembang, seperti *Lorong Basah Culinary Night*, Kampung Mural Baba Boentjit, Sekanak Bersolek, dan Kampung Musi Bercorak. Upaya berikutnya adalah dengan mendirikan *Tourist Information Centre* di Kawasan Bandara Internasional Sultan Mahmud Badaruddin II. Upaya yang terakhir adalah dengan mengembangkan *sport tourism* di Kota Palembang.

## **1.8 Metode Penelitian**

### **1.8.1 Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan desain penelitian eksploratif-kualitatif. Penelitian eksploratif merupakan penelitian yang mengidentifikasi sifat – sifat suatu peristiwa atau gejala (Mudjyanto, 2018). Sugiyono (2016:15) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, ( sebagai lawannya adalah eksperimen ) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive and snowball*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

## **1.8.2 Definisi Konsep**

Dalam Penelitian ini terdapat beberapa definisi yaitu :

### ***1. Nation Branding***

Menurut Anholt, national branding adalah cara untuk membentuk persepsi terhadap suatu target kelompok masyarakat tertentu melalui 6 aspek yaitu: pariwisata, ekspor, masyarakat, pemerintahan, kebudayaan dan warisan budaya, serta investasi dan imigrasi.

### **2. Pariwisata**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata mendefinisikan Pariwisata sebagai beberapa macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan daerah.

### 1.8.3 Fokus Penelitian

Menurut Simon Anholt, terdapat enam dimensi untuk membentuk citra sebuah negara atau kota dimata masyarakat internasional, yaitu *Governance, Tourism, Culture and Heritage, people, export, investment and immigration*. Namun dalam penelitian ini penulis hanya akan fokus membahas tiga dimensi yaitu *Governance, Tourism, Culture and Heritage*.

9

**Tabel 1. 2**  
**Fokus Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Deskripsi</b>
Meningkatkan Citra Positif Indonesia melalui <i>Asian Games</i> 2018 di Kota Palembang	Governance	Implementasi Rencana Strategis Tahun 2018 – 2023 (RESTRA) Dinas Pariwisata Kota Palembang	Terkait dengan upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palembang dalam menjalankan Rencana Strategis Tahun 2018 – 2023 (RESTRA) Dinas Pariwisata Kota Palembang untuk meningkatkan citra positif Kota Palembang melalui <i>Asian Games</i> 2018, seperti penataan

			<p>beberapa lokasi penting <i>Asian Games 2018</i>, menjaga keamanan Kota Palembang, dan melakukan promosi pariwisata</p>
	Culture and Heritage	<p>Keanekaragaman warisan budaya yang dimiliki oleh Kota Palembang</p>	<p>Menjelaskan mengenai upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Palembang dalam meningkatkan citra positif Kota Palembang melalui dimensi budaya, seperti logo dan festival kebudayaan.</p>
	Tourism	<p>Ketertarikan Wisatawan Mancanegara terhadap Kota Palembang</p>	<p>Berkaitan dengan upaya Pemerintah Kota Palembang dalam meningkatkan citra dan daya tarik Kota Palembang dimata Wisatawan Mancanegara yang disebabkan beberapa hal seperti,</p>



			keindahan alam, keanekaragaman budaya, etnis, dan beberapa destinasi wisata yang dimiliki oleh Kota Palembang.
--	--	--	---

#### **1.8.4 Unit Analisis**

Hamidi menjelaskan bahwa unit analisis adalah unit analisis adalah satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian. (Moleong, 2000).

Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah Dinas Pariwisata Kota Palembang, hal ini dikarenakan penulis melakukan penelitian mengenai cara Pemerintah dalam meningkatkan citra positif Indonesia melalui *Asian Games* 2018 di Kota Palembang.

#### **1.8.5 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan oleh penulis adalah jenis data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari penelitian lapangan dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak Dinas Pariwisata Kota Palembang dan Masyarakat di daerah Pulau Kemaro. Selain itu Penulis mendapatkan data sekunder melalui sumber-sumber berupa jurnal, buku, artikel, dan dokumen-dokumen berkaitan dengan objek yang diteliti, terutama yang menyangkut dengan *Asian Games* di Indonesia. Data ini kemudian akan penulis gunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Sumber data yang di pergunakan penelitian ini merupakan sumber data tertulis yang dibagi dari sumber buku, artikel, jurnal, media tertulis, sumber dari dokumen resmi.

## **1.8.6 Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara**

Kartono dalam Imam Gunawan mengatakan jika wawancara merupakan sebuah percakapan yang diarahkan pada suatu permasalahan spesifik yang berupa tanya jawab secara lisan, terdiri dari dua orang atau lebih dan berhadap – hadapan secara fisik. (Gunawan, 2015)

Peneliti melakukan wawancara dengan Dinas Pariwisata Kota Palembang untuk mendapatkan informasi terkait perannya dalam upaya meningkatkan citra postif atau *Nation Branding* Indonesia melalui *Asian Games 2018* di Kota Palembang.

### **b. Observasi**

Dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung. Suharsimi Arikunto menjelaskan observasi merupakan sebuah pengamatan yang berisi kegiatan pemuatan perhatian pada obyek tertentu yang menggunakan keseluruhan alat indera. (Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, 2013)

Peneliti melakukan observasi langsung pada beberapa objek peninggalan *Asian Games 2018* yang ada di Kota Palembang.

### **c. Dokumentasi**

Menurut Suharsimi Arikunto dokumentasi memiliki makna penting karena berasal dari sumber data tertulis. Dokumentasi memiliki arti sebagai proses pencarian data yang berkaitan dengan catatan transkrip, buku, surat kabar,

majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. (Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, 2013).

Peneliti mengumpulkan data dari buku, jurnal dan internet yang sesuai dengan tema penelitian.

### **1.8.7 Teknik Penentuan Informan**

Dalam penelitian, informan merupakan orang yang memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Menurut Hendarsono (dikutip dari Suryanto, 2015: 171-172). Informan dalam penelitian terdiri dari 3 macam yaitu :

1. Informan kunci (*Key Informan*) adalah mereka yang mengetahui serta mempunyai berbagai informasi pokok mengenai data yang diperlukan dalam penelitian.
2. Informan utama adalah mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang akan diteliti.
3. Informan pendukung adalah mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti akan membedakan informan berdasarkan tiga macam informan diatas, yaitu :

1. Informan kunci (*Key Informan*) dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Pariwisata Kota Palembang.
2. Informan utama dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Studi Destinasi Dinas Pariwisata Kota Palembang.

3. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah staff ahli Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palembang dan masyarakat di sekitaran destinasi pariwisata.

#### **1.8.8 Teknik Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan data dengan memanfaatkan sesuatu hal yang berbeda. Triangulasi dapat juga diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber melalui berbagai cara dan waktu.

Denzin dalam Moelong membagi triangulasi data menjadi empat, yakni : triangulasi sumber, metode, teknik dan teori.

- Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik pemeriksaan dengan menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. (Sugiyono, 2013)

- Triangulasi Metode

Triangulasi metode merupakan teknik pemeriksaan dengan mengecek kredibilitas data atau penelitian. Triangulasi metode memiliki dua strategi, yaitu dengan melakukan pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, dan melakukan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

- Triangulasi Teknik

Triangulasi jenis ini merupakan triangulasi yang menguji kredibilitas data dengan cara melakukan pengecekan data dengan sumber yang sama, namun menggunakan teknik yang berbeda.

- Triangulasi Teori

Triangulasi teori merupakan triangulasi yang memanfaatkan lebih dari satu teori untuk diadu. Karenanya, triangulasi ini memerlukan suatu rancangan penelitian, pengumpulan data, dan analisis data yang kongkrit dan lengkap.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber dan metode. Hal ini dilakukan untuk mengambil data sejenis, kemudian data tersebut dicek keabsahannya dengan cara dibandingkan dengan sumber data yang berbeda.

### **1.8.9 Teknik Analisis**

Teknik analisis yang digunakan penulis adalah teknik penelitian data kualitatif. Analisis data merupakan penyusunan, pengkategorian data, dan pencarian pola atau tema yang sesuai dengan tujuan untuk memahami atau mengerti maknanya. Analisis data kualitatif merupakan analisis data yang terdiri dari fakta – fakta yang ditemukan di lapangan, kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Adapun menurut Miles & Huberman langkah – langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis data kualitatif adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi (Huberman, 1992).

Reduksi Data, merupakan suatu proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari

catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data bertujuan untuk menajamkan data, membuang data – data yang tidak perlu, mengarahkan data, menggolongkan data, dan mengorganisasinya sedemikian lupa, sehingga dapat ditarik kesimpulan dan dilakukan verifikasi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih data yang diperlukan melalui metode studi pustaka, dalam hal ini peneliti melihat upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam melakukan *nation branding* pada ajang *Asian Games* 2018 di Kota Palembang.

Penyajian Data, penyajian data digunakan untuk memudahkan atau memadukan informasi yang telah didapat melalui penggabungan informasi yang telah tersusun. Sehingga peneliti dapat melihat keadaan yang terjadi, dan dapat melakukan penarikan kesimpulan atau melanjutkan analisis.

Penarikan Kesimpulan, penarikan kesimpulan merupakan proses akhir dari analisis data. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi ketika terjadi pengumpulan data, namun perlu verifikasi, sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, hasil penelitian dijelaskan dalam hasil dan pembahasan yaitu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam melakukan *nation branding* pada ajang *Asian Games* 2018 di Kota Palembang.

## Daftar Pustaka

- Adam, I. (2017, December 15). *Mengetahui Sejarah Asian Games 1962 di Jakarta*. Retrieved November 24, 2020, from BolaSport.Com: <https://www.bolasport.com/read/311408574/mengetahui-sejarah-asian-games-1962-di-jakarta?page=2>
- Aries, M. (2018, May 23). *Pemkot Palembang Revitalisasi Sungai Sekanak*. Retrieved from [Republika.co.id](https://republika.co.id): <https://republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/05/23/p96pmo396-pemkot-palembang-revitalisasi-sungai-sekanak>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayyub Ashari Sukmaraga, A. N. (2016). CITY BRANDING : SEBUAH TINJAUAN METODOLOGIS DENGAN PENDEKATAN ELABORATIF, PRAKTIS, DAN ILMIAH. *Journal of Art, Design, Art Education and Cultures Studies Vol 1, No 1 (2016)*, 1-19.
- Basnur, A. B. (2018, July 10). *Asian Games 2018 dan Soft Power Diplomacy*. Retrieved January 30, 2020, from [www.koran-sindo.com](http://koran-sindo.com): [http://koran-sindo.com/page/news/2018-07-10/1/0/Asian\\_Games\\_2018\\_dan\\_Soft\\_Power\\_Diplomacy](http://koran-sindo.com/page/news/2018-07-10/1/0/Asian_Games_2018_dan_Soft_Power_Diplomacy)
- City, J. S. (2019, September 11). *Sejarah Jakabaring Sport City*. Retrieved from [jakabaringsportcity.id](https://jakabaringsportcity.id): <https://jakabaringsportcity.id/sejarah/>



- Claristy. (2016, June 2). *KAMPANYE “WONDERFUL INDONESIA” SEBAGAI NATION BRANDING INDONESIA (Optimalisasi Terhadap Media Kampanye Yang Digunakan)*. Retrieved November 16, 2020, from Lib.Ui: [www.lib.ui.ac.id](http://www.lib.ui.ac.id)
- Cummings, M. C. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: a Survey*. Center for Arts and Culture. *Washington, DC: Center for Arts and Culture*, 1. Retrieved from University of Leeds.
- Dandi. (2020, December 28). Staff Binpres KONI Sumsel. (A. R. Aldina, Interviewer)
- Diamond, L. &. (1996). *Multi Track Diplomacy: A Systems Approach to Peace*. Connecticut: Kumarian Press.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding Concepts, Issues, Practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Donal, L. D. (1996). *Multi-Track Diplomacy : A Sistem Approach to Peace - Third edition*. United States of America: Kumarian Press.
- Erik Brauna, J. E.-H. (2014). *The effectiveness of place brand communication. Department of Public Administration, Erasmus University Rotterdam, Room T17-41, 3000 DR Rotterdam, The Netherlands*, 65.
- Fandi. (2020, December 12). *Upaya Pemerintah Kota Palembang dalam Meningkatkan Citra Positif melalui Asian Games 2018*. (A. R. Aldina, Interviewer)

- Gertner, P. K. (2002). Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. *Journal of Brand Management* 9(4):249-261, 249-261.
- Halim, A. (2019). Diplomasi sebagai Pengenalan Awal. In S. Trisni, *Diplomasi Kemanusiaan* (p. 209). Malang: ICRB.
- Harits Dwi W, B. S. (2017). Upaya Indonesia Meningkatkan PAriwisata Maritim melalui Diplomasi Kebudayaan di Asia Tenggara. *Indonesian Perspective, Vol.2 No 1(Januari-Juli 2017) 51-63, 51-63.*
- Huberman, M. d. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Idriasih, G. (2016). Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye Wonderful Indonesia dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional Tahun 2011 - 2015. *JOM FISIP Vol.3 No.1-Februari 2016, 2.*
- Indonesia, U. A. (2018, March 15). *International Relation Seminar Project "Olahraga Sebagai Alat Diplomasi*. Retrieved January 29, 2020, from [www.uai.ac.id: https://uai.ac.id/international-relation-seminar-project-olahraga-sebagai-alat-diplomasi/](https://uai.ac.id/international-relation-seminar-project-olahraga-sebagai-alat-diplomasi/)
- JawaPos.Com. (2018, November 11). *Cerita Kampung Kapitan dan Tiga Rumah Tua di Palembang*. Retrieved December 15, 2020, from JawaPos.Com: <https://www.jawapos.com/jpg-today/11/11/2018/cerita-kampung-kapitan-dan-tiga-rumah-tua-di-palembang/>

- Kebudayaan, D. (2019, April 9). *Festival Budaya Sebagai Sarana Pelestarian Budaya*. Diambil kembali dari Website Resmi Pemerintah Kabupaten Buleleng.com: <https://bulelengkab.go.id/detail/artikel/festival-budaya-sebagai-sarana-pelestarian-budaya-99>
- Kleppe, I. S. (2002). Country images in marketing strategies: Conceptual issues and an empirical Asian illustration. *Journal of Brand Management volume 10, pages61–74(2002)*, 61-74.
- Mapendere, J. (2000). Track One and a Half Diplomacy and the Complementarity of Tracks . *COPOJ – Culture of Peace Online Journal, 2(1)*, 66-81. ISSN 1715-538X [www.copoj.ca](http://www.copoj.ca) , 67-68.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- OKU, D. P. (2019, July 17). *Yuk, Intip Makna Logo Pesona dan Wonderful Indonesia*. Retrieved November 16, 2019, from Wonderful Indonesia: <http://disparbud.okukab.go.id/yuk-intip-makna-logo-pesona-dan-wonderful-indonesia/>
- Ostapenko, N. (2010). Nation Branding of Russia through the Sochi Olympic Games of 2014. *Journal of Management Policy and Practice vol. 11(4) 2010*, 61.
- Palembang, D. P. (2019, July 1). *Rencana Strategis (Renstra) Dinas Pariwisata Kota Palembang periode 2018-. 2023* . Retrieved December 13, 2020, from e-sakip Kota Palembang: [esakip.palembang.go.id](http://esakip.palembang.go.id)

- Presiden, K. S. (2016, July 28). *Asian Games 2018 sebagai Nation Branding*. Retrieved December 1, 2020, from Berita KSP: <https://www.ksp.go.id/asian-games-2018-sebagai-nation-branding.html>
- Reigan. (2018, August 25). *Puluhan Pelajar Meriahkan Festival Permainan Anak Tradisional di BKB Palembang*. Retrieved December 14, 2020, from Sripoku.com: <https://palembang.tribunnews.com/2018/08/25/puluhan-pelajar-meriahkan-festival-permainan-anak-tradisional-di-bkb-palembang>
- Romi, D. (2020, February 9). *Pesona Kampung Al Munawar Palembang*. Retrieved from Sumeks.co.id: <https://sumeks.co/pesona-kampung-al-munawar-palembang/>
- Selatan, D. P. (2018, May 30). *Festival Sriwijaya 2018*. Retrieved December 2, 2020, from Festival Indonesia: <https://festival-indonesia.id/festival/Festival-Sriwijaya-2018>
- Subarkah, A. R. (2018). Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat. *Journal International Studies Vol.2 No.2 Mei 2018(188-203)*, 192.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunata, R. (2017, April 14). *Menikmati Wisata Malam Pedestrian Sudirman Palembang*. Retrieved from GenPi.co: <https://www.genpi.co/berita/9117/menikmati-wisata-malam-pedestrian-sudirman-palembang>

Syafirdi, D. (2018, August 21). *Lewat Asian Games, Indonesia bisa berperan sebagai agen perdamaian dunia*. Retrieved January 29, 2020, from [www.merdeka.com: https://www.merdeka.com/peristiwa/lewat-asian-games-indonesia-bisa-berperan-sebagai-agen-perdamaian-dunia.html](https://www.merdeka.com/peristiwa/lewat-asian-games-indonesia-bisa-berperan-sebagai-agen-perdamaian-dunia.html)

Szondi, G. (2008). Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences . *Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'* ISSN 1569-2981, 4.

Tempo.Co. (2019, November 8). *Kejuaraan Dunia Bowling 2019 Digelar di Jakabaring, Palembang* . Retrieved December 27, 2020, from Tempo.Co: <https://sport.tempo.co/read/1269845/kejuaraan-dunia-bowling-2019-digelar-di-jakabaring-palembang/full&view=ok>