

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	8
D. Kerangka Teori	8
E. Argumen Pokok	14
F. Metode Penelitian	14

	G. Tujuan dan Manfaat Penelitian	18
	H. Batasan Penelitian.....	18
	I. Sistematika Penulisan	19
BAB II	KEPUTUSAN INDONESIA MENJADIKAN PARIWISATA SEBAGAI SUMBER DEVISA	20
	A. Peranan Teknologi Dalam Pariwisata Indonesia	20
	B. Kemajuan Pariwisata Indonesia Melalui Promosi Media Sosial	22
	C. Kebijakan Pendukung.....	26
	1. Visa	26
	2. Pameran	37
	3. Transportasi	29
BAB III	“E-TOURISM” DALAM BENTUK PORTAL RESMI PEMERINTAH INDONESIA	42
	A. “Wonderful Indonesia”	43
	B. Kinerja Pemerintah Dalam “Wonderful Indonesia”	54
	C. Diplomasi Indonesia Melalui Pemerintah	57
	D. Dampak Upaya Pemerintah Indonesia Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Asing Melalui Kampanye Web “Wonderful Indonesia”	65
BAB IV	PENGUNAAN “E-TOURISM” DALAM BENTUK MEDIASOS <i>INSTAGRAM, TWITTER, CHANNEL YOUTUBE,</i> <i>DAN FACEBOOK</i>	56
	A. Sub Akun “Wonderful Indonesia”	57
	1. Facebook	70
	2. Twitter	73
	3. Channel YouTube	76
	4. Instagram	79
	B. Tanggapan Masyarakat Internasional	82
	C. Dampak Dari Upaya Pemerintah Melakukan Promosi Melalui Akun Media Sosial “Wonderful Indonesia”	85
BAB V	KESIMPULAN	89

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Peta Indonesia	4
Gambar 1.2. Tampilan Beranda Situs “ <i>Wonderful Indonesia</i> ”	6
Gambar 2.1. Pameran Wisata Di Jerman 2012	28
Gambar 2.2. Logo “ <i>Wonderful Indonesia</i> ” Dan <i>Visit Daerah</i>	41
Gambar 3.1. Logo “ <i>Wonderful Indonesia</i> ” Dan Beranda Situs “ <i>Wonderful Indonesia</i> ”	43
Gambar 3.2. Tampilan Kolom “ <i>Wonderful Indonesia</i> ” <i>Nature</i>	47
Gambar 3.3. Tampilan Destinasi Wisata “ <i>Wonderful Indonesia</i> ”	57
Gambar 4.1. Konten Unggahan <i>Facebook</i>	71
Gambar 4.2. Beranda dan Konten <i>Twitter</i>	74
Gambar 4.3. <i>Channel YouTube</i>	77
Gambar 4.4. <i>Instagram</i>	80
Gambar 4.5. Kolom Komentar <i>Instagram</i>	82
Gambar 4.6. Reaksi Video <i>YouTube</i>	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Perbandingan Kunjungan Wisatawan Asing Di Negara Asean (Dalam Hitungan Juta)	7
Tabel 2.1. Titik Rata – Rata Kedatangan Wisatawan Asing Ke Indonesia Tahun 2013 – 2015 (Dalam Hitungan Juta)	30
Tabel 2.2. Pendapatan Devisa Dari Kunjungan Wisatawan Asing	31
Tabel 3.1. Daerah Destinasi Wisata Indonesia	56
Tabel 3.2. Jumlah Kunjungan Wisman	64
Tabel 4.1. Pengunjung Akun Media Sosial “ <i>Wonderful Indonesia</i> ” Per 2015	87
Tabel 4.2. Jumlah Kunjungan Wisman	87

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram 4.1 Informasi Yang Di Dapat Oleh Wisman	85

DAFTAR SINGKATAN

APEC	=	<i>Asia – Pacific Economic Cooperation</i>
AS	=	Amerika Serikat
ASEAN	=	<i>Association of Southeast Asia Nations</i>
ATF	=	<i>Asean Tourism Forum</i>
BAPPARDA	=	Badan Pariwisata Daerah
BAPPARNAS	=	Badan Pariwisata Nasional
CNTA	=	<i>China National Tourism</i>
E – Diplomasi	=	Elektronik Diplomasi
<i>E – Government</i>	=	<i>Elektronic Goverment</i>
<i>E – Tourism</i>	=	<i>Elektronic Tourism</i>
ITB Berlin		<i>Internationale Tourismus – Borse Berlin</i>
ITCEF		<i>Indonesian Tourism and Creative Economic Fair</i>
KAA		Konferensi Asia Afrika
Kemenpar		Kementrian Pariwisata
KTT		Konfrensi Tingkat Tinggi
LCC		<i>Low Cost Carrier</i>
Menbudpar		Mentri Kebudayaan dan Pariwisata
Menpar		Mentri Pariwisata
MICE		<i>Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition</i>
PBB		Persatuan Bangsa – Bangsa

PDB	<i>Positioning, Differentiation, Branding</i>
PerPres	Peraturan Presiden
RI	Republik Indonesia
RRT	Republik Rakyat Tiongkok
ToR	<i>Tournament of Roses</i>
TRAVEX	<i>Travel And Exchange</i>
UN – WTO	<i>United Nation – World Tourism Organization</i>
USA	<i>United States of America</i>
WEF	<i>World Economic Forum</i>
Wisman	Wisatawan Manca Negara
WTO	<i>World Trade Organization</i>
WTTC	<i>World Travel and Tours Council</i>