

**DAMPAK NATION BRANDING INDONESIA TERHADAP SEKTOR
PARIWISATA PASCA ASIAN GAMES JAKARTA-PALEMBANG
DI TAHUN 2018-2021**

Oleh : Khairinnisha Maharani Puteri

email : khairinnisha.maharani1516@student.unri.ac.id

Pembimbing : Dr. Yusnarida Eka Nizmi, S.IP., M.Si

*Bibliografi : 12 buku, 42 Jurnal, 2 Disertasi, 4 Skripsi, 48 Website, 3 Peraturan
Pemerintah, 1 Dokumen Resmi.*

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This research analyzes the impact of Indonesia's Nation Branding on the Post-2018 Jakarta-Palembang Asian Games Tourism Sector in 2018-2021 in Palembang City. Indonesia volunteered to host the 2018 Asian Games even though Indonesia's economy as a developing country was not yet stable, replacing Vietnam which withdrew due to the economic crisis. Indonesian branding through the Asian Games is that Indonesia wants to form and maintain a positive image in the field of tourism and culture through logos, themes, mascots and also promotions which will have an impact on one of the host cities. Palembang was chosen as the co-host city of the Asian Games because it was considered ready in terms of facilities and infrastructure and had great potential in terms of tourism, natural resources, human resources, to arts and culture. Even though the image of the city of Palembang is one of the cities that often floods in Indonesia. This study uses a qualitative method, with data collection techniques through literature study sourced from several books, journals, articles and websites. This study uses the Constructivism perspective and the theory of Nation Branding.

The results of this paper show that with the success of Indonesia's nation branding through the 2018 Asian Games and Palembang being the host city for the 2018 Asian Games, it can have a positive impact on the tourism sector in Palembang City in terms of infrastructure conditions, location access, and the number of foreign tourists who visited before and after the 2018 Asian Games.

Keywords : *Impact, Nation Branding, Tourism, 2018 Asian Games.*

PENDAHULUAN

Pariwisata berpotensi untuk di jadikan instrument diplomasi guna memperkenalkan potensi negara kepada dunia global, yang bisa di dorong dari berbagai aspek seperti pariwisata, seni dan budayanya dan olahraga melalui pembentukan *Nationbranding*. Hal tersebut sejalan dengan penjelasan Melissen bahwa *nation branding* dapat memberikan pengaruh politik dalam melakukan sebuah hubungan diplomasi¹. Pada era globalisasi ini, olahraga dapat dijadikan sebagai *soft power* bagi sebuah negara, secara unik muncul melalui persimpangan antara sektor media dan pariwisata, kompetisi berkelanjutan untuk melestarikan bintang olahraga, sponsor perusahaan, dan hak untuk menyelenggarakan acara satu masalah yang muncul dalam dinamika hubungan internasional, olahraga telah olahraga besar.² Bidang olahraga digunakan sebagai alat soft power. Sebagai salah menjadi masalah politik yang rendah, dan juga menjadi alat yang sangat baik untuk mengembangkan hubungan antar negara.

Kompetisi olahraga dapat dilihat sebagai upaya untuk memenuhi kepentingan nasional negara tuan rumah. Indonesia sedang berusaha memperluas citranya dan memberi tahu dunia bahwa Indonesia adalah negara yang berbeda dengan menjadi tuan rumah kompetisi terbesar di benua Asia. Mengadakan *Asian Games 2018* tidak hanya olahraga, tetapi juga menjadi kendaraan untuk diplomasi. *nation branding* menurut Sun digambarkan sebagai *image* dan reputasi suatu negara berdasarkan persepsi yang dibentuk dan didefinisikan oleh orang-

orang diluar negeri.³ Persepsi mereka umumnya dipengaruhi oleh *stereotype*, liputan media, dan pengalaman pribadi.

Terpilihnya Indonesia sebagai tuan rumah penyelenggara *Asian Games XVIII* menjadi momentum yang di manfaatkan Indonesia dalam membangun *nation branding*. Membentuk citra positif melalui sektor pariwisata bisa menjadi suatu hal yang memberikan dampak positif bagi Indonesia. Keberhasilan Indonesia dalam membentuk citra positif melalui *nation branding*, secara tidak langsung merupakan bentuk pelayanan yang baik bagi warga negaranya. *Nation branding* bertujuan untuk mempromosikan citra bangsa yang positif bagi negara dan rakyat, untuk membangun identitas merek suatu negara, untuk menarik wisatawan, untuk meningkatkan ekspor produk, serta meningkatkan investasi asing langsung. Dalam pelaksanaannya Indonesia mendapatkan berbagai macam pujian dari media asing, Presiden OCA (*Olympic Council of Asia*) Sheikh Ahmad Al- Fahad Al-Sabah memberikan selamat kepada tuan rumah sebelum menyatakan *Asian Games* ditutup.⁴

Dalam penelitian ini, akan difokuskan pada dampak *nation branding* pasca *Asian Games* terhadap sektor pariwisata di *co-host city* yang mendukung host city dalam penyelenggaraan *Asian Games 2018* yaitu Kota Palembang. Jumlah wisatawan asing yang datang ke objek pariwisata di kota Palembang, kondisi geografis dan infrastruktur objek wisata di kota Palembang, dan antusias masyarakat

¹ Melissen, J. (2015). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.

² Nye, Joseph S. 2004. *Soft Power - DeMeans to Success in World Politics*. New York: Public Affairs

³ Sun, Q. (2009). *An Analytical Model of DeDeterminants and Outcomes of Nation*

branding. Dissertation for Degree of Philosophy, University of North, Texas.

⁴ BBC News Indonesia, " *Banjir pujian media asing untuk pelaksanaan Asian Games 2018*", di akses dari

<https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-45393179>, pada September 2018, pukul 20:45

dalam mempersiapkan dan menyambut seluruh negara peserta menjadi indikator untuk mencapai citra positif Indonesia pasca *Asian Games* Di kota Palembang melalui penyelenggaraan *Asian Games 2018* ini. Indonesia sebagai aktor memilih Palembang berdasarkan perkembangan yang di alami dalam sektor sumber daya alam dan perekonomian. Perkembangan kota Palembang juga di tunjang oleh potensi potensi lokal yang dimiliki, diantaranya ; kekayaan sumber daya alam, sumber daya manusia, wisata sejarah dan kebudayaan yang memiliki daya tarik tersendiri, serta produk khas dan kuliner yang di miliki kota Palembang ini.

KERANGKA TEORI

Perspektif

Perspektif yang digunakan dalam penelitian ini adalah perspektif **konstruktivisme**. Kepercayaan perspektif konstruktivisme adalah bahwa identitas dan kepentingan aktor-aktor lebih ditentukan oleh *shared ideas* dari pada faktor faktor alam. Artinya tindakan setiap aktor tidak semata mata ditentukan oleh motif, alasan, dan kepentingan mereka akan tetapi lebih dibentuk oleh interaksi individu dalam lingkungan sekitarnya.⁵ Kepentingan nasional dan hubungan masyarakat menjadi hal yang di konstruksi, dalam penelitian ini ialah kepentingan untuk membentuk citra positif dalam sektor pariwisata dan masyarakat melalui penyelenggaraan *Asian Games*, dengan pihak pihak terkait untuk mencapai kepentingan tersebut.

⁵ Hadiwinata, Bob Sugeng. "Transformasi Isu dan Aktor di dalam Studi Hubungan Internasional: dari Realisme hingga Konstruktivisme". Dalam Yulius P. Hermawan. (2007). *Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional: Aktor, Isu dan Metodologi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal 20-21

⁶ Simon Anholt. "Nations-Brands of the twenty-first Century". *Journal of Brand Management*. Vol. 5 : No. 6. 1998. Pp 395-406

Teori Nation Branding

Nation Branding merupakan strategi merek suatu negara yang menentukan visi strategis yang paling realistis, kompetitif, dan menarik. Visi strategis tersebut didukung, di perkuat, dan di perkaya oleh setiap tindakan komunikasi yang dilakukan oleh negara tersebut terhadap seluruh negara di dunia.⁶ Simon Anholt yang merupakan seorang ahli dalam *nation branding* menyatakan bahwa citra suatu negara menjadi asset penting suatu *brand* untuk meningkatkan *competitive identity* negara tersebut.⁷

Arus globalisasi membawa negara-negara di dunia untuk bersaing satu sama lain agar dapat menarik perhatian para investor, wisatawan, konsumen, media dan bahkan pemerintah. Citra suatu bangsa yang kuat dan positif akan memberikan dampak yang baik dan tentunya memiliki keunggulan di banding negara yang tidak memiliki citra buruk yang dapat menghambat daya saing negara di dunia.⁸ Definisi lain dari *nation branding* adalah salah satu cara sebuah negara untuk mendapatkan reputasi yang baik, bagaimana suatu negara berkomunikasi tentang seberapa hebat negaranya kepada masyarakat internasional.⁹

Semua proses merencanakan dan mengkomunikasikan identitas sebuah negara dengan tujuan untuk membangun atau mengelola reputasi suatu negara. Konsep ini dianggap sebagai strategi pemasaran yang targetnya adalah pihak eksternal dalam membangun identitas nasional sebuah negara dan menunjukkan citra positif dengan tujuan agar dapat

⁷ Simon Anholt. *Competitive Identity*. BasingStoke : Palgrave Macmillan. 2007

⁸ Keith Dinnie. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Oxford. 2008. Hal 111

⁹ Ying Fan. "Branding the Nation: towards a better understanding". *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol.6, no 2 (2010): 97-103

menarik wisatawan dan investor.¹⁰ Dalam konsep *nation branding* cara suatu negara mendapatkan reputasi yang lebih baik adalah bagaimana ia berkomunikasi kepada public internasional tentang seberapa baik negara mereka. Tantangan dari *nation branding* adalah bagaimana suatu negara mengkomunikasikan suatu gambaran, citra yang baik agar pesannya dapat sampai kepada publik dari tiap negaranya.¹¹ Dalam penelitian ini, *nation branding* digunakan untuk menjelaskan betapa pentingnya *Nation Branding* bagi suatu negara melalui Asian Games 2018 yang mana juga akan memberikan dampak ke kota tuan rumah Asian Games 2018 yaitu kota Palembang.

Level Analisis

Dalam Penelitian ini menggunakan level analisis **kelompok**. Level analisis ini berfokus pada kelompok yaitu Dinas Pariwisata Kota Palembang, masyarakat lokal pengelola objek wisata setempat. Kelompok ini mempersiapkan untuk mendukung *nation branding* melalui *city branding* dalam sektor pariwisata dan masyarakat melalui Event Olahraga Internasional yaitu *Asian Games XVIII* di kota Palembang.

PEMBAHASAN

A. INDONESIA DAN ASIAN GAMES 2018

1. Pelaksanaan Asian Games 2018 di Indonesia

Penyelenggaraan *Asian Games* 2018 di Jakarta dan Palembang (Indonesia) pada tanggal 18 Agustus- 2 September 2018 adalah penyelenggaraan kedua kalinya setelah 56 tahun yang lalu

diselenggarakan di Jakarta (Indonesia). Penyelenggaraan pesta olah raga akbar di Indonesia ini diikuti 45 negara di Asia dan terdapat 40 cabang olahraga yang di pertandingan. Indonesia mendapatkan kesempatan menjadi tuan rumah di *Asian Games* ke 18. *Asian Games* ke 18 yang di adakan di Jakarta dan Palembang ini terbilang sangat cepat persiapannya yaitu sekitar 2 tahun 3 bulan, karena event yang biasa di laksanakan 4 tahun sekali ini awalnya akan dilaksanakan di Vietnam, namun batal di laksanakan karena mendapatkan protes dari warganya mengingat kondisi perekonomian di negaranya saat itu kurang mendukung.

Dalam waktu hanya dua tahun tiga bulan, Indonesia harus membenahi diri untuk berbagai hal. Mulai dari renovasi venue, mempersiapkan atlet, hingga mengatasi masalah nonteknis, salah satunya adalah kemacetan di Jakarta.¹² Lalu Komite Olimpiade Asia Menunjuk Indonesia menjadi penyelenggara *Asia Games XVIII* pada tahun 2018 menggantikan Vietnam yang mengundurkan diri.¹³

Atas keberhasilan *Asian Games* 2018 yang ke-18 yang diselenggarakan oleh Indonesia, masyarakat mengucapkan selamat kepada INASGOC (Panitia Penyelenggara *Asian Games* 2018 Indonesia) dan pemerintah Indonesia. Mereka secara khusus mengucapkan terima kasih kepada Presiden Indonesia, Bapak Joko Widodo, atas usahanya mensukseskan acara tersebut. Baru pada masa jabatannya, Indonesia secara drastis meningkatkan prestasi olahraga dari hanya peringkat 14 di masa lalu menjadi peringkat ke-4 dan meningkatkan rasa nasionalisme masyarakat. Itu dianggap luar biasa. Keberhasilan *Asian Games* adalah keberhasilan presiden. Semua

¹⁰Keith Dinnie. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Oxford. 2008.

¹¹ Ibid.

¹² Ahmad Fawwaz Usman, "Opening Ceremony Jadi Kunci Sukses Euforia *Asian Games* 2018" di akses dari

<https://www.liputan6.com/bola/read/3637843/opening-ceremony-jadi-kunci-sukses-euforia-asian-games-2018> pada September 2018, pukul 14:45 WIB

¹³ Sukarmin, Yustinus. (2018). *Asian Games dan Industri Olahraga*.

persepsi dan emosi positif serta manfaat yang dirasakan masyarakat setelah *Asian Games* ke-18, tentu membuat masyarakat mengharapkan sesuatu yang lebih besar di masa depan. Mereka berani bermimpi besar bahwa suatu saat Indonesia akan menjadi tuan rumah event olahraga global lainnya seperti Olimpiade, Piala Dunia FIFA, dan MotoGP. Impian itu begitu kuat sehingga masyarakat mengklaim Indonesia siap menjadi tuan rumah Olimpiade 2032. Mereka berharap Indonesia menjadi negara Asia keempat yang menjadi tuan rumah Olimpiade setelah Jepang, Korea Selatan, dan China.¹⁴

2. Alasan Indonesia Menjadi Tuan Rumah Asian Games 2018

Ajang Asian Games ke-18 sebentar lagi dibuka. Bertempat di Jakarta dan Palembang, upacara pembukaan Asian Games ini akan dilangsungkan pada 18 Agustus mendatang. Gelaran kali ini merupakan kedua kalinya Indonesia menjadi tuan rumah ajang Asian Games. Pada tahun 1962, Indonesia sempat menjadi tuan rumah Asian Games IV. Setelah sebelumnya di New Delhi, India tahun 1951, Manila, Filipina tahun 1954 dan Tokyo, Jepang tahun 1958.¹⁵

Berbeda dengan Asian Games sekarang yang melombakan 42 cabang olahraga, Asian Games IV hanya melombakan 13 cabang olahraga. Jumlah negara yang berpartisipasi juga tidak sebanyak sekarang, yakni 45 negara. Asian Games yang diselenggarakan tahun 1962 itu hanya diikuti 17 negara saja. Indonesia memiliki alasan tersendiri dibalik pengajuan diri menjadi tuan rumah Asian Games IV itu, mengingat usianya yang baru 17 tahun kala itu. Berdasarkan naskah ‘Putusan Sidang ke-

VIII Tgl. 22, 23, dan 24 Djuli 1958’, Asian Games, bagi Indonesia, tidak hanya dimaknai sebagai ajang olahraga semata, melainkan sarana untuk menjalin persahabatan terhadap bangsa-bangsa Asia lainnya.¹⁶

Hal itu karena Asian Games merupakan sarana efektif dan praktis untuk memperkuat potensi bangsa-bangsa Asia dan Afrika. Oleh karena itu, Indonesia meskipun dengan kondisi dalam negeri yang belum stabil, melalui Komite Olimpiade Indonesia (KOI), merasa harus mengajukan diri sebagai tuan rumah. KOI, sebagai induk perolahraga nasional, kemudian menyusun rencana pelaksanaan Asian Games ini, dari pengajuan calon eksekutif komite Asian Games, infrastruktur, hingga anggaran dana.¹⁷ Setelah Sidang AGF pada 23 Mei 1958, ditentukan bahwa Sri Sultan Hamengkubuwono IX mengisi posisi Ketua Komite Eksekutif Asian Games IV, yang saat itu juga menjabat sebagai Ketua AGF. Lalu, untuk sekretaris umum dipegang oleh Maladi, yang juga menjabat sebagai Sekretaris Umum AGF kala itu. Dua nama itulah wakil Indonesia dalam posisi penting kepanitiaan Asian Games IV.¹⁸

Terdapat faktor pendorong Indonesia yang mengajukan diri sebagai tuan rumah *Asian Games* 2018 meskipun status negara masih berkembang, yaitu:

a. Faktor kepentingan nasional

Berdasarkan relevansi kepentingan nasional Indonesia terhadap *Asian Games* 2018 terdiri dari dua bidang. Pertama ekonomi, baik Indonesia maupun negara lain ketika menggelar sebuah acara

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Satria, “Kilas Balik Indonesia sebagai Tuan Rumah Asian Games IV Tahun 1962”. Universitas Gadjah Mada. Diakses dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/16859-kilas->

[balik-indonesia-sebagai-tuan-rumah-asian-games-iv-tahun-1962-pada-16-agustus-2018](#), pukul 15:20 WIB.

¹⁶ Ibid

¹⁷ Ibid

¹⁸ Ibid

internasional pasti memiliki keinginan timbal balik atau mencuri keuntungan dalam pergelaran tersebut. Begitupun dengan Indonesia sebagai negara yang masih berkembang memiliki kepentingan dalam menyelenggarakan pertandingan internasional ini. Suksesnya event ini membawa keuntungan bagi negara, karenanya perekonomian Indonesia pada tahun 2018 meningkat, terutama pada bulan-bulan Juli hingga Oktober dimana pagelaran tersebut dilaksanakan. Selain kontribusi *Asian Games* perekonomian Indonesia bertumbuh karena meningkatnya investasi baik dari dalam maupun luar negeri.¹⁹

Kedua politik, demokrasi di Indonesia memang belum sempurna dan masih banyak kekurangan tetapi setidaknya generasi generasi bangsa saat ini mulai berpartisipasi dalam bidang politik sehingga kekurangan yang ada dapat di evaluasi bersama. Demokrasi Indonesia yang stabil dimanfaatkan untuk kepentingan acara *Asian Games* 2018 yaitu untuk melakukan hubungan Kerjasama antar negara yang saling menguntungkan. Hal inilah yang mendasari Indonesia untuk mencapai kepentingan nasional dalam *Asian Games* 2018, dengan terbukti mampu menyelenggarakan pertandingan olahraga internasional maka menjadi batu loncatan untuk mendapatkan kepercayaan menjadi tuan rumah pada Olimpiade 2032.²⁰

b. Faktor Budaya

Indonesia memanfaatkan faktor budaya untuk mempromosikan potensi wisata dan keindahan alam Indonesia. Budaya merupakan media yang mudah untuk mencapai kepentingan negara.

Begitupun dengan Indonesia yang memanfaatkan budaya sebagai bentuk promosi pariwisata keindahan alam atau budaya lainnya. *Asian Games* 2018 dimanfaatkan sektor budaya untuk menarik wisatawan asing berkunjung ke Indonesia sehingga pendapatan negara bertambah. Terdapat satu kebudayaan yang berhubungan dengan Indonesia di dalam cabang olahraga yang di pertandingkan, yaitu pencak silat.²¹

Pencak silat merupakan budaya bela diri yang ada di Indonesia, Malaysia, dan negara negara lain dengan berbeda Namanya. Pencak silat menjadi cabang olahraga yang pertama kali dilombakan pada *Asian Games* ini. Tujuan Indonesia memasukkan pencak silat sebagai cabang olahraga adalah untuk mengusulkan seni bela diri khas Indonesia sebagai warisan budaya tak benda pada UNESCO, guna mengantisipasi Tindakan klaim dari negara lain yang juga terdapat seni bela diri ini.²²

3. Alasan Palembang di Pilih Sebagai Co-Host City Asian Games

Dalam perhetalan *Asian Games* 2018 ini, *branding* yang coba dibangun oleh kota Palembang ialah dari segi aspek pariwisata dan juga terkenal akan keindahan alamnya yang masih lestari hingga saat ini. *Branding* yang juga ingin dibangun oleh pemerintah kota Palembang terutama menjelang perhelatan *Asian Games* 2018 ini adalah bahwa kondisi dalam kota Palembang adalah kota yang aman, tentram, dan memiliki banyak potensi wisata yang menarik.²³

Namun sebelum berkembang seperti sekarang, kota Palembang dikenal sebagai salah satu kota di Indonesia yang dikenal sebagai

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Romi Iriandi Putra,. "Strategi Membangun

Nation branding Indonesia Dalam *Asian Games* Jakarta-Palembang 2018." *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.1 (2020): 72, Halaman 1-5, Diakses Pada 9 Agustus 2022

kawasan yang cukup rawan dengan bencana banjir. Palembang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia yang hampir setiap tahun di landa banjir. Tentunya ini memberi citra negatif terhadap sektor pariwisata yang dinilai kurang diperhatikan karena banjir. Banjir di Kota ini sangat terkait dengan DAS Musi. Berdasarkan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNBP), tingkat kerawanan banjir tergolong tinggi.²⁴

Hal inilah yang kemudian membuat pada pelaksanaan *Asian Games* 2018, Pemerintah Kota Palembang berupaya untuk memanfaatkan momentum *Asian Games*, untuk memperbaiki citranya dan menaikkan potensi pariwisata. Sehingga, melalui penelitian ini penulis akan menjelaskan bagaimana upaya Pemerintah Kota Palembang dalam meningkatkan citra positifnya melalui *Asian Games* 2018.²⁵

Pemilihan kota Palembang untuk menjadi tuan rumah dari *Asian Games* 2018 yang diselenggarakan ini merupakan pemikiran dan pertimbangan panjang yang telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan komite *Asian Games* di kawasan Asia. Salah satu alasan utamanya ialah bahwa kota Palembang ini sudah memiliki pengalaman sebagai penyelenggaraan banyak perlombaan dan kompetisi internasional yang lain, diantaranya seperti PON, penyelenggaraan SEA Games, dan juga ASENSA University Games. Selain itu, di kawasan Palembang

juga terdapat salah satu fasilitas olahraga yang sudah tersertifikasi internasional.²⁶

Hal di atas kemudian juga semakin mendukung Palembang atas keberhasilan dan juga potensi yang dimilikinya untuk mendongkrak nama *Asian Games* 2018 menjadi semakin besar. Oleh karena itu, dalam hal ini pendanaan yang digunakan untuk event ini telah diusahakan dan juga dikantongi oleh pemerintah pusat untuk kepentingan perbaikan banyak infrastruktur yang ada di kawasan Palembang. Keberadaan dan juga eksistensi dari *Asian Games* ini juga nantinya dapat memberikan dampak yang positif kepada sarana wisata lainnya yang ada di kawasan Palembang agar namanya lebih naik lagi.²⁷

Hal ini terbukti karena kemudian banyak sekali wisata di kawasan Palembang yang kemudian menjadi aspek potensial untuk dapat digali lagi, diantaranya seperti Kampung Mpek-Mpek, kemudian Pulau Kemaro, Benteng Kuto Besak, dan lain sebagainya. Topografi yang ada di kawasan Palembang juga mendukung untuk iklim dan cuaca yang dibutuhkan untuk perhelatan perlombaan dalam taraf internasional. Iklim dan cuaca di kawasan Palembang yang juga tidak terlalu ekstrim ini kemudian juga nantinya diharapkan dapat menjadi salah satu nilai plus bagi para atlet dan juga wisatawan asing yang mungkin belum terbiasa dengan cuaca panas yang terjadi di negara yang sifatnya tropis seperti di kawasan Indonesia. Selain itu, cuaca dingin dan udara

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

²⁶ Zuber Angkasa Wazir, "Tengaran Dan Identitas Kota Palembang." *Arsir* 2.1 (2018): 12-27, Halaman 1-3, Diakses Pada 8 Agustus 2022

²⁷ Muhammad Hatta, "Pengaruh Viral Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Image Aisan Games 2018." *Equator Journal Of Management And Entrepreneurship (Ejme)* 8.2 (2020), Halaman 5, Diakses Pada 8 Agustus 2022

dingin yang terjadi pada malam dan dini hari di kawasan Palembang juga masih bersahabat untuk para atlet yang mungkin berasal dari negara dengan cuaca yang jauh lebih panas di Indonesia, karena panas dan dingin yang tidak terlalu menyengat. Selain itu, Jakabaring Sport Facility yang ada juga merupakan salah satu pendukung yang utama dalam hal ini sebagai salah satu syarat dari komite yang memberikan syarat adanya fasilitas olahraga internasional yang tersedia, terawat dengan baik dan juga dengan kapasitas dan sirkulasi udara yang ideal untuk dijadikan sebagai tempat kompetisi. Dalam hal ini, Jakabaring sudah memenuhi persyaratan-persyaratan itu.²⁸

B. NATION BRANDING INDONESIA MELALUI PELAKSANAAN ASIAN GAMES JAKARTA – PALEMBANG 2018

1. Nation Branding Indonesia Melalui Asian Games 2018 Jakarta-Palembang

Penyelenggaraan Sport Mega Event *Asian Games* 2018 yang di Indonesia dimanfaatkan oleh Pemerintah Indonesia sebagai salah satu Instrumen Diplomasi publiknya dengan membangun *nation brand* karena *Asian Games* dinilai sebagai momentum yang tepat. Hal ini terlihat dari misi yang dibawa oleh *Asian Games* 2018 yaitu “Membangkitkan National dignity (Citra dan Martabat) Indonesia di dunia Internasional”, hal lain yang

juga membuktikan yaitu pernyataan dari beberapa tokoh besar seperti pesan Presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo yang disampaikan oleh Kepala Staf Kepresidenan Teten Masduki dalam peluncuran logo dan maskot baru *Asian Games* 2018 di gedung Kantor Staf Kepresidenan, “Kita sedang menyiapkan rencana *nation branding*, dan *Asian Games* 2018 menjadi salah satu event utama untuk *nation branding* Indonesia”.²⁹

Upaya Indonesia terlihat jelas pada Logo dan Maskot yang dipilih langsung oleh Presiden Republik Indonesia, Ir. Joko Widodo. Logo dan Maskot *Asian Games* 2018 ini sangat jelas menampakkan upaya untuk meningkatkan Nation Brand dari Elemen Culture & Heritage. Pada Logo *Asian games* 2018 yang terlampir di bab II halaman 51-52, menggambarkan sketsa grafis tampak atas stadion utama Gelora Bung Karno (GBK), dengan simbol *Asian Games* berupa Matahari di Bagian tengahnya.³⁰

Pada pembukaan *Asian Games* 2018 sungguh sangat kental akan promosi budaya dan pariwisatanya. Sejak awal mulainya rentetan acaranya menampilkan video Count down 10 mundur dimana di dalam video tersebut setiap detiknya menampilkan aneka ragam kekayaan pariwisata, budaya dan alam Indonesia. Pada detik ke 10, video tersebut menampilkan Candi Borobudur sebagai latarnya, pada detik ke 9 menampilkan Rumah Gadang yaitu rumah adat Sumatera

²⁸ Putu Amelia, Dewi, Da Wiwik Dharmiasih, And Putu Titah Kawitri Resen. "Kepentingan Indonesia Menjadikan Palembang Sebagai Co-Host City Dalam *Asian Games*2018.", Halaman 1, Diakses Pada 8 Agustus 2022

²⁹ Situs resmi Kantor Staf Presiden, “Asian Games 2018 sebagai Nation Branding”. Diakses

dari <http://ksp.go.id/asian-games-2018-sebagai-nation-branding/> pada Desember 2019. Pukul 15:51

³⁰ Situs Resmi Kantor Staf Presiden. “Pesan “Kehebatan Indonesia” di Logo Baru *Asian Games* 2018” dirilis pada (ksp.go.id) 28/07/2016. Diakses dari <http://ksp.go.id/pesan-kehebatanindonesia-di-logo-baru-asian-games-2018/> pada Desember 2019, pukul 16:18 wib

Barat, pada detik ke 8 menampilkan pulau Raja Ampat yang ada di provinsi Papua Barat yang juga merupakan destinasi unggulan Indonesia, pada detik ke 7 menampilkan Mbaru Niang yaitu rumah adat tradisional suku Wae Rebo berasal dari NTT, pada detik ke 6 menampilkan satwa penyu hijau yang merupakan hewan laut asli Indonesia. Pada detik ke 5 menampilkan Fasilitas olahraga Indonesia, pada detik ke 4 menampilkan Engrang yang merupakan olahraga tradisional Indonesia, pada detik ke 3 menampilkan Angklung yang merupakan alat musik tradisional Indonesia, pada detik ke 2 di video tersebut menampilkan jembatan Ampere yang merupakan ikon kota Palembang dan pada detik 1 menampilkan Monas sebagai ikon kota Jakarta.³¹

Selain itu upaya promosi pariwisata dan budaya juga terlihat di rentetan penampilan-penampilan pada Pembukaan *Asian Games* 2018 yang terlihat begitu kuat akan promosi budaya Indonesia yang ditampilkan. Pada awal segmen, menampilkan Tarian Ratu Jaore dari Aceh yang dibawakan oleh 1600 penari, Eks Menteri Pariwisata pun menegaskan bahwa tarian ini sangat luar biasa. Dibawakan dengan sangat indah dan kompak. Dan menjadi cermin kekayaan budaya Indonesia yang sangat beragam. Tarian Ratoh Jaroe menjadi pembuka yang luar biasa. Apalagi kemudian tarian-tarian

lain ikut ditampilkan.³²

Upaya lain saat penyelenggaraan *Asian Games* 2018 juga terlihat dari kebijakan Eks Menteri pariwisata, Arief Yahya bersama Eks Wakil Gubernur DKI Jakarta Sandiaga Uno dengan meluncurkan bus Wonderful *Asian Games* yaitu bus yang berlogo Wonderful Indonesia dan *Asian Games* 2018 di Monas.³³ Nantinya bus ini akan full di gunakan untuk keperluan selama *Asian Games* 2018 berlangsung. Upaya untuk mengenalkan budaya tradisional Indonesia pada ajang *Asian Games* 2018 juga terlihat dari kebijakan Pemerintah DKI Jakarta sebagai tuan rumah, Hal ini terlihat dari kebijakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) DKI Jakarta yang menyiapkan paket wisata budaya gratis mengenal budaya betawi yang ada di Jakarta, Contohnya seperti pertunjukan tarian massal khas betawi di perkampungan Budaya Betawi dan wisata ke setu babakan yaitu kampung betawi. Paket ini disediakan untuk para atlet, Official maupun delegasi *Asian Games*. Dalam situs resmi Disparbud DKI Jakarta, Asiantoro selaku plt kepala dinas menyatakan bahwa pemberian paket wisata ini merupakan salah satu strategi untuk memperkenalkan seni dan budaya Betawi, yang diharapkan memberikan kesan yang baik dari tuan rumah kepada seluruh diplomatic atau ambassador negara peserta *Asian Games*”.³⁴

³¹ Opening Ceremony *Asian Games* 2018

³² Situs resmi Kemenparekraf, Tarian Ratoh Jaroe Aceh Bikin Pembukaan *Asian Games* Makin Memukau” 19/08/19 Diakses dari <http://www.kemenpar.go.id/post/news-tarian-ratohjaroe-aceh-bikin-pembukaan-asian-games-makin-memukau> pada Desember 2019 pukul 22:39

³³ Situs Resmi Kemenparekraf, “Siaran Pers : Menpar Luncurkan Bus Wonderful *Asian Games*: Direct Impact dan Media Value *Asian*

Games” Diakses dari

<http://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-menpar-luncurkan-bus-wonderful-asian-games-direct-impact-dan-media-value-asian-games> pada Desember 2019, pukul 00:57 WIB

³⁴ Situs resmi Dinas Pariwisata DKI Jakarta, “Paket Wisata Budaya Setu babakan disiapkan untuk *Asian Games*” (Jakarta-tourism.go.id) diakses dari

<http://jakartatourism.go.id/2017/news/2018/08/paket-wisata-budaya-setu-babakan-disiapkan>

Dari hal-hal tersebut yang telah dijelaskan diatas, yaitu tentang upaya-upaya diplomasi yang di lakukan Indonesia pada saat Event Asian Games 2018 berlangsung. Terlihat jelas bahwa upaya-upaya tersebut untuk semata-mata mengenalkan tradisi, budaya, pariwisata dan kekayaan alam Indonesia. Itu berarti pada upaya tersebut juga termasuk upaya untuk membangun Nation Brandnya terutama dari dimensi *Culture, Heritage & Tourism*.

2. Langkah dan Persiapan Pemerintah Indonesia dan Palembang dalam Mempersiapkan Sektor Pariwisata untuk Pelaksanaan Asian Games 2018 di Kota Palembang

Dengan pasokan bahan bakar yang melimpah dan lapangan terbang, Palembang menawarkan potensi yang signifikan sebagai pangkalan militer bagi Sekutu dan Jepang pada waktu itu. Tempat wisata menarik selanjutnya adalah Masjid Agung Palembang. Masjid ini juga dikenal sebagai Masjid Agung Sultan Mahmud Badaruddin I dinamai mantan Sultan Palembang. Masjid ini merupakan yang terbesar di Sumatera Selatan dan terbesar ketiga di Sumatera setelah Masjid Raya Sumatera Barat dan Masjid Agung Pekanbaru. Daya tarik lainnya adalah Sungai Musi, yang membelah kota menjadi dua: Seberang Ilir di utara dan Seberang Ulu di selatan. Seberang Ilir adalah pusat ekonomi dan budaya Palembang, sedangkan Seberang Ulu adalah pusat pemerintahan provinsi Sumatera Selatan.³⁵

Selain itu, kota ini juga mengembangkan beberapa destinasi wisata baru, seperti kampung terapung warna-warni di bantaran Sungai Musi, resort Sekanak Keihin, Kampung Mural, menara Tugu Belido, dan venue Sudirman Walk. Lainnya adalah wisata pedesaan bernuansa pedesaan di lokasi, seperti Desa Al Munawar dan Desa Kapitan. Untuk membantu wisatawan selama *Asian Games 2018*, Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan akan memfasilitasi akses layanan pariwisata yang lebih mudah melalui pendirian berbagai pusat informasi pariwisata di provinsi tersebut. Pusat informasi pariwisata akan didirikan di lokasi-lokasi strategis untuk memberikan informasi kepada wisatawan yang ingin mengunjungi berbagai tempat wisata di daerah itu, menurut Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan Irene Camelyn Sinaga. Dengan demikian, pusat informasi akan membantu wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang tempat wisata dan kuliner khas daerah, termasuk berbelanja, dengan lebih cepat dan mudah.³⁶

Dalam persiapan *Asian Games 2018* di kota Palembang, berbagai sektor harus di persiapkan secara maksimal, khususnya infrastruktur dan sarana. Sungai musu merupakan jantung kota Palembang. Sumsel yang dikenal dengan Jembatan Ampera dan Sungai Musi memiliki sejumlah destinasi wisata di sepanjang aliran sungai itu, salah satunya adalah Pulau Kemaro. Maka dari itu sangat diperlukannya transportasi yang mumpuni. Sebelum

[untuk-asiangames pada Desember 2019](#), pukul 14:58 WIB

³⁵ Ria Lumintuarso, Widiyanto Suharjana, dan Japhet Ndayisenga. "Sports Management Of Indonesian Sports Athletics

Preparations In *Asian Games 2018*."

International Journal Of Human Movement And Sports Sciences 9.1 (2021): 56-61,

Halaman 1-3, Diakses Pada 9 Agustus 2022

³⁶ Ibid.

penyelenggaraan Asian Games, sarana transportasi belum maksimal di sepanjang sungai musi. Karena itulah Pemerintah Kota (Pemkot) Palembang Kembali merencanakan lebih menghidupkan transportasi air menjelang perhelatan event olahraga internasional di Kota Palembang. Memang sebelumnya pernah dihidupkan bus air dengan beberapa rute, namun belum efektif dan akan Kembali di aktifkan menjelang *Asian Games* 2018 nanti.³⁷

Sapta Pesona merupakan konsep sadar wisata dengan dukungan peran serta masyarakat sebagai tuan rumah destinasi, dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana kondusif melalui 7 (tujuh) unsur yakni: Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah, dan Kenangan.³⁸ Pengenalan Sapta Pesona kepada masyarakat tentunya adalah hal yang penting, persepsi para atlet dan wisatawan terhadap orang-orang Indonesia khususnya orang Palembang menentukan citra yang seperti apa yang mereka pikirkan. Tentunya kita ingin citra yang baik terbentuk sebelum, saat, maupun pasca penyelenggaraan *Asian Games* 2018 ini. Kepala Seksi Destinasi Dinas Pariwisata kota Palembang juga menambahkan mereka mengundang Kementerian Pariwisata dan Kementerian – Kementerian yang lain untuk datang ke kota Palembang untuk melaksanakan kegiatan kegiatan di kota Palembang, melakukan promosi tentang potensi wisata alam yang Palembang miliki dan mendorong mereka untuk melakukan kegiatan kegiatan Kementerian di kota Palembang, dengan begitu masyarakat lokal dan

mancanegara akan lebih mengenal kota Palembang bahkan pasca Asian Games. Selain itu, langkah yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Palembang yakni dalam rangka mempersiapkan Asian Games, mereka memberdayakan potensi masyarakat, terutama potensi seni budaya yang ada di Palembang yang coba di bangkitkan dengan mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan festival seni budaya pada saat sebelum *Asian Games* dan saat pelaksanaan Asian Games.

C. AKSESIBILITAS, PEMBARUAN INFRASTRUKTUR SERTA SARANA PRASARANA, DAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN PASCA ASIAN GAMES 2018

1. Kondisi Sektor Pariwisata di Kota Palembang Pasca Penyelenggaraan Asian Games 2018 di tahun 2019-2021

Salah satu tujuan diadakannya *Asian Games* di kota Palembang yakni untuk menciptakan citra yang baik dan Palembang mempunyai sektor pariwisata yang cukup berpotensi untuk di kenalkan ke dunia internasional. Tentunya pemerintah mempersiapkan sektor pariwisata di kota Palembang dengan se maksimal mungkin agar bisa menarik wisatawan lebih banyak lagi untuk berkunjung ke Palembang. Pada saat pelaksanaan *Asian Games* ada beberapa destinasi wisata andalan dari sekian banyak objek wisata yang di persiapkan untuk *Asian Games*, yaitu Sungai Musi, Jakabaring Sport City, Caffe de Burry Museum Sultan

³⁷ Sindo, Koran. "Jelang *Asian Games* 2018, Palembang Siapkan Bus Air". Diakses dari <https://sports.sindonews.com/berita/1234432/51/jelang-asian-games-2018-palembang-siapkan-bus-air>, pada Agustus 2017, pukul 11:37

³⁸ Disparbud Kampar, " Sapta Pesona Pariwisata Indonesia", di akses dari <https://disparbud.kamparkab.go.id/sapta-pesona-pariwisata-indonesia/>, pada October 2019

Mahmud Baddaruddin II, Kampung Mpek Mpek, Benteng Kuto Besak, Pulau Kemaro, serta objek wisata lainnya. Tentunya di harapkan bahwa persiapan objek wisata ini menjelang *Asian Games* bisa memberikan dampak jangka panjang kedepannya.

2. Kebijakan Pemerintah Kota Palembang Terhadap Sektor Pariwisata Pasca Pelaksanaan *Asian Games* 2018 di tahun 2019-2021

Implementasi kebijakan pengembangan pariwisata kota Palembang ditujukan kepada pegawai yang berada di bawah naungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Artinya dalam kemampuannya, para pelaksana menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Dalam pengamatannya, kapasitas administrasi para pelaksana sudah baik. Namun, mereka belum mampu melakukan inovasi terkait pengembangan pariwisata di kota Palembang. Belum memiliki kemampuan terobosan dalam pengembangan pariwisata di kota Palembang. Para pelaksana kebijakan memiliki komitmen sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya sebagai pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palembang. Berkenaan dengan sikap dan kemampuan para pelaksana kebijakan pembangunan pariwisata, komitmen ini mampu mendukung kinerja pemerintah daerah dalam mengimplementasikan rencana strategisnya. Namun alangkah baiknya, komitmen ini perlu dikembangkan dengan memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan pariwisata di kota Palembang.

Pemilihan kota Jakarta dan Palembang bukan tanpa sebab, kedua kota tersebut dinilai layak dalam menyelenggarakan event internasional sekelas *Asian Games*. Alasan pertama Palembang, Sumatera Selatan layak untuk menjadi kota penyelenggara karena kondusifitas daerahnya yang belum pernah terjadi konflik kerusuhan antar etnis, dan umat beragama, kedua, Sumatera Selatan sudah sangat berpengalaman menjadi tuan rumah berbagai gelaran event olahraga, seperti menjadi tuan rumah PON, SEA Games, Islamic Solidarity Games, Asean University Games dan masih banyak event berskala Nasional maupun Internasional yang di adakan di Sumatera Selatan, dan yang terakhir Sumatera Selatan mempunyai fasilitas yang bertaraf Internasional yang lengkap yaitu di wilayah Jakabaring Sport City.³⁹

Sebagai tuan rumah, Indonesia hanya memiliki waktu 4 tahun untuk mempersiapkan segala kebutuhan infrastruktur dan kesiapan menjadi tuan rumah *Asian Games* 2018. Total biaya penyelenggaraan *Asian Games* 2018 sendiri diperkirakan menelan biaya hingga US\$ 3,2 miliar. Namun terlepas dari itu semua *Asian Games* 2018 bisa menjadi peluang yang baik untuk meningkatkan sektor pariwisata Indonesia. Gencarnya promosi dan pemasaran terkait pariwisata di Indonesia terbukti berhasil menarik wisatawan dari negara lain untuk datang ke Indonesia.⁴⁰ Termasuk salah satu kota tuan rumah *Asian Games* 2018 yaitu Palembang, yang merasakan dampak kenaikan jumlah wisatawan lokal dan asing saat penyelenggaraan *Asian Games*

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Kevin Daffa Pratista Putra. “ Upaya Diplomasi Publik Indonesia Melalui *Asian Games* 2018 Untuk Mendorong Pariwisata”. Diakses dari

<https://www.kompasiana.com/kevin12/62a584d9f5f32951e2770773/upaya-diplomasi-publik-indonesia-melalui-asian-games-2018-untuk-mendorong-pariwisata> , pada Juni 2022, pukul 13:16

maupun pasca penyelenggaraan Asian Games.

Banyak nya potensi pariwisata yang ada di kota Palembang membuat Pemerintah Daerah dan Pemerintah Provinsi gencar untuk memperkenalkan objek wisata di kota Palembang. Hal ini tentunya bertujuan untuk memperkenalkan kota Palembang kepada dunia Internasional dan juga bisa menjadi pemasukkan daerah dari sektor pariwisata yang dikunjungi. Berakhirnya penyelenggaraan *Asian Games* 2018 di kota Palembang tentunya memberikan beberapa dampak yang cukup penting bagi kota ini. Walaupun setahun setelah pelaksanaan *Asian Games* Indonesia termasuk Palembang mengalami penurunan yang cukup drastis terhadap kunjungan wisatawan asing karena wabah Covid-19 yang masuk pada awal tahun 2020

3. Sektor yang Berpengaruh Akibat Dampak Terhadap Sektor Pariwisata Pasca Asian Games

Pesta akbar olahraga negara se-Asia yang berlagsung pada 18 Agustus – 2 September lalu membawa dampak yang positif bagi pertumbuhan ekonomi Sumatera Selatan. Pj Gubernur Sumsel Hadi Prabowo mengatakan pertumbuhan ekonomi Sumsel pada tahun 2018 meningkat hingga 5,51% jika di bandingkan pada 2017 yang mencapai 5,027%. Bahkan ia menyampaikan pertumbuhan ekonomi Sumsel berada di atas pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,07%.⁴¹ Hal ini berarti dengan meningkatnya sektor

pariwisata di kota Palembang, mengakibatkan sektor Ekonomi juga meningkat di Provinsi Sumatera Selatan pasca *Asian Games* 2018.

Bagi perekonomian Indonesia dan Palembang, *Asian Games* 2018 memiliki dampak ekonomi dalam jangka pendek dari pengeluaran atlet, country officials, jurnalis, penonton dan panitia baik yang datang dari luar maupun dalam negeri. Dalam jangka panjang, *Asian Games* 2018 juga memiliki potensi dampak ekonomi yang positif terhadap sektor pariwisata. *Asian Games* mampu meningkatkan citra positif negara, budaya, masyarakat dan kota di Indonesia di dunia internasional. Selain memotret dampak penyelenggaraan *Asian Games* 2018 dari sisi pengeluaran responden dan kemungkinan kunjungan kembali, survei juga juga memotret dampak terhadap dunia usaha. Dua jenis kelompok usaha yang menjadi target survei adalah UMKM yang berjualan di sekitar lokasi pertandingan serta perusahaan yang menjadi pemasok dan mitra resmi INASGOC, misalnya jasa penginapan, pengelola venue serta pemilik hak produksi resmi merchandise Asian Games.⁴²

Kebanyakan UMKM di lokasi pertandingan Jakarta dan Jawa Barat berdagang makanan dan minuman sedangkan di Palembang berdagang kain dan pakaian. Produk lain yang umum dijual UMKM adalah kerajinan tangan, souvenir dan produk kulit. Kebanyakan UMKM tidak melalui proses yang rumit untuk mendapat hak berjualan di lokasi pertandingan. Sebagian besar UMKM tidak menutup toko utamanya selama

⁴¹ Nova Wahyudi. “Pasca *Asian Games* 2018, Pertumbuhan Ekonomi Sumsel Meningkat”, di akses dari <https://wartaekonomi.co.id/read196798/pasca-asian-games-2018-pertumbuhan-ekonomi->

[sumsel-meningkat](#), pada September 2018, pukul 12:50

⁴² Kementerian PPN/Bappenas, Survei Dampak Ekonomi *Asian Games* 2018 Jakarta-Palembang. LPEM FEB UI. Universitas Indonesia.

berdagang di Asian Games. Oleh karena itu, rata-rata UMKM membutuhkan satu sampai dua orang tenaga kerja tambahan selama berjualan di Asian Games. UMKM di lokasi pertandingan Jakarta rata-rata mendapat penjualan Rp1,9 juta sedangkan di Palembang Rp2,4 juta setiap harinya selama Asian Games, atau setara dengan peningkatan 76% dan 15% dari penjualan harian diluar Asian Games.⁴³

Perbedaan peningkatan penjualan antara UMKM di lokasi Jakarta dan Palembang dipengaruhi oleh jenis dagangan, lama berjualan, jumlah cabang olahraga yang dipertandingkan dan jumlah pengunjung. Pada umumnya UMKM di Palembang menggunakan tambahan keuntungan yang dihasilkan untuk menambah barang dagangan, sedangkan UMKM di Jakarta untuk mengganti atau menambah peralatan, atau untuk kepentingan pribadi pemilik.⁴⁴

KESIMPULAN

Secara geografis, Indonesia adalah negara yang strategis dan menjadi salah satu negara yang memiliki peluang besar dalam memanfaatkan aspek pariwisata. Selain kekayaan alam yang dimiliki, Indonesia juga memiliki keberagaman suku bangsa serta budaya pada masyarakatnya. Faktor itulah yang menjadi pendukung dalam mengembangkan aspek pariwisata. Pariwisata berpotensi untuk di jadikan instrument diplomasi guna memperkenalkan potensi negara kepada dunia global yang bisa di dorong dari berbagai aspek seperti pariwisata, seni budaya, dan olah raga melalui pembentukan *nation branding*.

Terpilihnya Indonesia menjadi tuan rumah penyelenggaraan *Asian Games* ke XVIII menjadi momentum yang di manfaatkan Indonesia untuk menonjolkan sektor pariwisatanya dan membangun *nation branding*. *Asian Games* merupakan event olahraga internasional terbesar se-Asia. Sebelumnya, dalam rapat penentuan negara tuan rumah, yang harus menjadi tuan rumah pada *Asian Games* kali ini ialah Vietnam. Namun, karena krisis ekonomi, Vietnam mengundurkan diri dan Indonesia lah yang terpilih. Keberhasilan Indonesia dalam membentuk citra positif melalui *nation branding* secara tidak langsung merupakan bentuk pelayanan yang baik bagi warga negaranya. Media berbahasa Inggris di Hongkong, yang menyebutkan bahwa Indonesia menyelenggarakan pertunjukkan kelas dunia di artikel berjudul “Indonesia menyelenggarakan *Asian Games* Terbaik”.

Dua kota di Indonesia terpilih menjadi kota tuan rumah atau *co-host city* untuk penyelenggaraan *Asian Games* 2018, yaitu Jakarta dan Palembang. Terpilihnya Palembang sebagai salah satu kota tuan rumah pesta olahraga se-Asia ini di karenakan Palembang memiliki potensi lokal yang di miliki, diantaranya kekayaan sumber daya alam, sumber daya manusia, wisata sejarah, serta produk dan kuliner yang khas. Selain itu, Palembang di anggap sudah memiliki banyak pengalaman sebagai penyelenggara banyak perlombaan dan kompetisi internasional yang lain, di antaranya seperti PON, SEA Games, ASENSA University Games, dan beberapa lainnya.

Namun, sebelum berkembang seperti sekarang, kota Palembang dikenal sebagai salah satu kota di Indonesia yang dikenal sebagai kota rawan banjir. Tentunya ini memberi citra negative terhadap sektor pariwisata di Palembang

⁴³ Ibid

⁴⁴ Ibid.

yang dinilai kurang diperhatikan. Berdasarkan Badan Nasional Penanggulangan Bencana, tingkat kerawanan banjir tergolong tinggi. Menjelang pelaksanaan *Asian Games* 2018 pemerintah Kota Palembang bersama pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dibantu oleh Pemerintah Pusat dan Kementerian Pariwisata, melakukan pembangunan besar-besaran dari segi infrastruktur, sarana prasarana, fasilitas, aksesibilitas lokasi objek wisata, dan mempersiapkan wisata andalan di kota Palembang menjelang *Asian Games*.

Pemerintah menjadikan *Asian Games* ini bukan tujuan, tapi alat untuk mencapai tujuan. Menarik wisatawan mancanegara melalui *Asian Games* ini adalah tujuan Pemerintah Kota. Dari sekian banyak potensi pariwisata di kota Palembang, ada 4 wisata andalan yang akan di persiapkan saat pelaksanaan *Asian Games*, yaitu Jakabaring Sport City (JSC), Sungai Musi, Caffe de Burry Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, Benteng Kuto Besak dan kampung Mpek Mpek. Dengan Berakhirnya *Asian Games* maka dapat disimpulkan bahwa *Asian Games* memberikan dampak yang cukup positif terhadap sektor pariwisata di Kota Palembang, yang dilihat dari kondisi geografis dan akses lokasi, kondisi infrastruktur dan sarana prasarana, serta kunjungan wisatawan asing dan lokal sebelum, saat, dan pasca pelaksanaan *Asian Games* 2018.

Pertama, dari kondisi geografis dan aksesibilitas lokasi, sebelum *Asian Games* objek wisata andalan ini sudah memenuhi standar nasional, dan lokasinya juga mudah untuk dijangkau dengan moda transportasi yang ada. Tapi, jauh sebelum pelaksanaan *Asian Games*, lokasi Jakabaring terletak di daerah terpencil dan jalan menuju kesana berlubang serta penerangan yang minim. Namun, ketika sudah di lakukan pembangunan di tahun 2008, Jakabaring Sport City sudah jauh lebih baik dari kondisi sebelumnya. Sedangkan objek

wisata lainnya terletak di pusat kota Palembang dan di sepanjang sungai Musi yang mana hanya bisa di lalui dengan moda transportasi air.

Kedua, dilihat dari kondisi infrastruktur dan sarana prasarana, beberapa objek wisata sebelum *Asian Games* belum terlalu memadai dan belum berjalan dengan efektif. Sebelum *Asian Games*, Jakabaring Sport City hanya berstandar nasional tapi menjelang *Asian Games*, JSC sudah memenuhi standar internasional. Berakhirnya *Asian Games*, pemerintah terus melakukan perawatan dan pembaruan terhadap infrastruktur di objek wisata kota Palembang seperti pengecatan dan mengganti barang yang rusak secara berkala. Untuk moda Transportasi sebelum *Asian Games*, belum adanya *Light Rail Transit* (LRT) untuk mengurangi kemacetan, walaupun dalam waktu yang singkat proyek pembangunan LRT ini masih terus di lakukan saat pasca *Asian Games* 2018 berlangsung. Selain LRT, Pemerintah Kota mendapatkan bantuan dari Pemerintah pusat berupa kapal yang memiliki fasilitas yang lengkap, karena sebelum *Asian Games* masyarakat hanya menggunakan kapal yang di sebut 'ketek'. Diharapkan ini bisa membantu wisatawan untuk mengunjungi objek wisata di bantaran Sungai Musi.

Ketiga, dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Palembang sebelum, saat, dan pasca pelaksanaan *Asian Games* 2018. Data yang di dapat dari Dinas Pariwisata kota Palembang, pada tahun 2015 hingga 2017 jumlah wisatawan lokal dan asing cukup meningkat berdasarkan jumlah hunian kamar. Di tahun 2018 tepatnya saat pelaksanaan *Asian Games*, jumlah wisatawan mancanegara dan lokal meningkat drastis. Seterusnya pasca *Asian Games* yaitu di tahun 2019-2020 (sebelum covid-19) jumlah wisatawan mancanegara tetap meningkat tapi tidak dalam jumlah yang banyak. Sedangkan di tahun 2020, saat wabah covid-19 masuk

pertama kali di Indonesia jumlah wisatawan mancanegara dan lokal mulai menurun, dan di tahun 2021 jumlah wisatawan mancanegara nihil.

Selain dari ketiga dampak di atas, dampak terhadap sektor pariwisata pasca *Asian Games* 2018 adalah tergalinya potensi wisata baru, seperti kampung air, agrowisata dan pantai buatan di Pulau Kemaro, kampung mpek mpek di tuju ulu yang baru ada pasca *Asian games*, dan beberapa lainnya. Berakhirnya *Asian Games* 2018 di Kota Palembang ini, melahirkan kebijakan baru yaitu memfokuskan kepada moda transportasi air, yang sebelumnya pemerintah hanya memfokuskan moda transportasi darat. Hal ini dilihat karena saat pelaksanaan *Asian Games*, banyaknya wisatawan asing yang menyukai objek wisata sungai. Kebijakan ini juga bertujuan untuk menormalisasikan anak-anak sungai, contohnya sungai Sekana di bantaran sungai musi dan pemerintah akan melakukan revitalisasi pembaruan infrastruktur di tepian sungai Sekana ini. Selain sektor pariwisata, sektor ekonomi juga berdampak karena adanya pelaksanaan *Asian Games* 2018 ini. Penjualan produk lokal seperti kain songket meningkat dan banyak membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Anholt, S. (2011). *Brand New Justice. DeUpside of Global Branding*.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity*. BasingStoke : Palgrave Macmillan.
- Diamond, Louise dan John W McDonalds.(1996). "Multi Track Diplomacy: A system Approach to Peace". Kumarian Press
- Dinnie, Keith. (2008). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Oxford. Hal 111
- Hadiwinata, Bob Sugeng. (2007). *Transformasi Isu dan Aktor di dalam Studi Hubungan Internasional: dari Realisme hingga Konstruktivisme*". Yogyakarta. Graha Ilmu.
- J. Cull, Nicholas. (2008). "Publik Diplomacy: Taxonomies and Histories". *DeANNALS of deAmerican Academy of Political and Social Science*.
- Marpaung, H dan B. Herman,(2002), *Pengantar Pariwisata*, Alfabeta, Bandung,
- Melissen, J. (2015). *The New Publik Diplomacy: Soft Power in Internasional Relations*. New York: Palgrave Macmillan
- Nye, Joseph S . (2004). *Soft Power: DeMeans to Succes in World Politics*. New York: Publik Affairs
- Priyono, Agus. (2011). *Warta Ekspor: Membangun "Nationbranding"*. Jakarta : Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Sukur, Abdul, dkk. (2019). *Asian Games: Energi Indonesia Baru*. Yogyakarta: Samudera Biru.
- Yuswohadhy, Farid Fatahillah dan Budi Tryaditya. (2018). "Asian Games & Nation Branding: It's Time to Build Indonesia Brandi". *Inventure.id*

Jurnal :

- Anholt, S. Nations-Brands of the twenty-first Century. *Journal of Brand Management*. Vol. 5 : No. 6. 1998. Pp 395-406
- Anisah, Siti, Bambang Utoyo, dan Ika Kustiani. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transportasi LRT Kota Palembang. *Jurnal Tekno Global*. Universitas Lampung. Vol. 09, No. 01
- Anggraini, Meri, Sukardi, dan Giyanto.

- (2021). Kajian Potensi Pengembangan Wisata Buatan Jakabaring Sport City Kota Palembang. *Jurnal Swarnabumi*. Universitas PGRI Palembang. Vol. 6, No. 2.
- Adiyanto, J., Nugroho, S., & Atyanta, A. (2018). Analysis Of Urban Form And Infrastructure In Palembang. *Atrium Jurnal Arsitektur*, 4(1), 1-9.
- Annisa, M. L., & Hutasoit, G. (2018). Pengaruh Daya Saing Destinasi Wisata Terhadap Implementasi Re-Visiting Commitmen Wisatawan Objek Wisata Di Kota Palembang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 77-86.
- Budi Lestari, Retno dan Rini Aprilia. (2013). Membangun Nation Branding Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Sektor Pariwisata Indonesia. *Proceeding PESAT*. Vol. 5 . ISSN: 1858-2559
- Chintami, Dinda, Ciecillia Michelle Savira, Rayhan Ananda, Kayla Yaffa Renata, Andini Retno Kinasih dan Danesh Keilana Pangestu. *FISIP*. Universitas Katholik Parahyangan.
- Dewi, P. A., Dharmiasih, D. W., & Resen, P. T. K. Kepentingan Indonesia Menjadikan Palembang Sebagai Co-host city Dalam Asian Games2018.
- Fan, Ying. (2010) "Branding the Nation: towards a better understanding". *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 6, no 2 : 97-103,98
- Francoise, J. (2022). Revitalization of deKuto Besak Fort in Palembang as an Indonesian Defense Heritage Asset. *KnE Social Sciences*, 120-133.
- Hatta, M. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Image Aisan Games 2018. *Equator Journal Of Management And Entrepreneurship (Ejme)*, 8(2).
- Iriandi Putra,Romi. Strategi Membangun Nationbranding Indonesia dalam Asian Games2018 Jakarta – Palembang. *Journal Source Ilmu Komunikasi* 6 (1) : 72
- Julianne Ainayyah,Sherin. (2019). Kontribusi Asian Games2018 Sebagai Alat Diplomasi Publik dan Nationbranding Indonesia. *FISIP*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Lumintuarso, R., Suharjana, W., & Ndayisenga, J. (2021). Sports Management Of Indonesian Sports Athletics Preparations In Asian Games2018. *International Journal Of Human Movement And Sports Sciences*, 9(1), 56-61.
- Mayasari, Veny, Amanda Oktariyani, dan Agung Anggoro Seto. (2022) Strategi Mengatasi Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Pariwisata di Kota Palembang dalam Pespektif Ekonomi. *Sebatik*, 26(1), Universitas Tridinanti Palembang.
- Nopralia, S., Waliah, S., & Rahayu, D. (2021). TATA KELOLA PARIWISATA GLOBAL DI KOTA PALEMBANG. *Mimbar: Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik*, 10(1), 11-22.
- Octafian, D. T., & Kusmiati, H. (2018). Rekayasa Perangkat Lunak Virtual Tour Jakabaring Sport City (Jsc). *Infotech J*, 4, 1-7.
- Oktavia, Maharani. (2016). Analisis Potensi Objek Wisata Kampung Kapitan Di Kota Palembang. *Jurnal Swarnabhumi*. Universitas PGRI Palembang. Vol. 1, No. 1
- Pitoyo, A. J., & Kurniawan, A. (2021, March). Deviant behaviour in deslum community of Palembang city. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 683, No. 1, p. 012129). IOP

- Publishing.
- Putra, R. I. (2020). Strategi Membangun Nationbranding Indonesia Dalam Asian Games Jakarta-Palembang 2018. Source: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 72.
- Pratiwi, A. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam Mempromosikan Destinasi Wisata di Kota Palembang Menjelang Asian Games XVIII 2018 (Studi pada Program Paket Wisata Hemat "Palembang Asiiik"). In National Conference of Creative Industry.
- Qorih, A., & Husna, A. N. (2019, November). 18th Asian Games And Indonesian's Nationalism. In 5th International Conference On Physical Education, Sport, And Health (Acpes 19) (Pp. 26-31). Atlantis Press.
- Rahayu, Sri. Kristina Arianti. (2014). Persepsi National Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor Ke Jepang Dan Australia. Universitas Indonesia
- Rizki Fitri, Gita. (2019). Diplomasi Publik Indonesia dalam melaksanakan Asian Games 2018 Sebagai Upaya Meningkatkan Pariwisata Indonesia. FISIP. Universitas Komputer Indonesia.
- Rifanni, R. D., Kevinandai, A., & Misnawati, D. (2022). Perspektif Destination Branding Kampung Kreatif Pempek Tanggo Rajo Cindo Sebagai Wisata Kuliner di Kota Palembang. Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia, 7(6), 7385-7396.
- Rohmani, Khufatul dan Rafika Arsyad. 2020. Faktor Pendorong Indonesia Dalam Mengajukan Diri Sebagai Tuan Rumah Asian Games 2018. JSPP Vol. 1 No. 1
- Rosianty, Y., Lensari, D., & Arfan, M. (2018). Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Keberadaan Rth Jakabaring Sport City Palembang. Sylva: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Kehutanan, 7(1), 30-37.
- Romulo Simanjuntak, Triesanto. Efektivitas Nationbranding "Wonderful Indonesia" Sebagai Sebuah Strategi dalam Hubungan Diplomasi Pemerintah Indonesia tahun 2011-2018. Jurnal Cakrawala E ISSN 2655-1969.
- Sangkot, Nasution. "Variabel Penelitian", Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal, Vol. 05, No.02, Juli-Desember 2017, hal.2.
- Suprani, Yun dan Zakiah. (2019). Analisis Perkembangan Pariwisata Terhadap Pertumbuhan UMKM di Sumatera Selatan. Jurnal Kompetitif. Universitas Tridinanti Palembang. Vol. 8 No.2
- Sukarmin, Yustinus. (2018). Asian Games dan Industri Olahraga.
- Tiffany, Anggia dan Azmi Fuad. (2020). Diplomasi Publik Indonesia Melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018. Padjajaran Journal of Internasional Relation. Universitas Padjajaran. Vol.1 No.3
- Trotier, F. (2021). Indonesia's Position In Asia: Increasing Soft Power And Connectivity Through De 2018 Asian Games. Trans: Trans-Regional And-National Studies Of Southeast Asia, 9(1), 81-97.
- Waliah, Siti. Desita Rahayu dan Sisca Noprilia. (2021). Tata Kelola Pariwisata Global Di Kota Palembang. Jurnal Penelitian Sosial dan Politik. Volume 10 No.1
- Wazir, Z. A. (2018). Tenganan Dan Identitas Kota Palembang. Arsir, 2(1), 12-27.
- Witarti, D. I., & Apriyandi, Y. E. I. Measuring Indonesia's Soft

- Power Through Sports Program in deEmtek's Media Group.
- Windusari, Yuanita dan Netta Permata Sari. 2015. Kualitas Perairan Sungai Musi Di Kota Palembang Sumatera Selatan. Bioeksperimen. Universitas Sriwijaya. Volume 1, No. 1
- Woo Yee, F. "Nation Brand : What is being branded?". Journal of Vacation Marketing. 2006. Vol.12 : No. 1
- Yamin, Muhammad, dan Ade Kristiawan. Implementasi Konsep Nationbranding Anholt dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta – Palembang 2018. Jurnal Hubungan Internasional. Universitas Jendral Soedirman.
- Yarnis, Y., Misnaniarti, M., & Windusari, Y. (2022). DeRelationship between deSupport Factor from SME Actors and deOfficer Support regarding deAcceptance of deImportance of Distribution Permits for Pempek SMEs in Palembang City. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 5(1), 3066-3074.
- Zinaida, R. S., & Salsabila, A. P. (2020, August). Identify dePlace Brand Communication Elements of "Benteng Kuto Besak" Palembang. In 2nd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2020) (pp. 249-253). Atlantis Press.
- Skripsi dan Disertasi:**
- Claristy. (2016) . KAMPANYE "WONDERFUL INDONESIA" SEBAGAI NATION BRANDING INDONESIA (Optimalisasi Terhadap Media Kampanye Yang Digunakan). Makalah non seminar (Tugas Akhir). Fisip Universitas Indonesia.
- Julianne Ainayyah, Sherin. (2019). Kontribusi Asian Games 2018 Sebagai Alat Diplomasi Publik dan Nation Branding Indonesia. Skripsi.
- Khausar, Miftahul. (2020). Strategi Nationbranding Indonesia Melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018. Skripsi.
- Rifqah Aldina, Annisa. (2021). Upaya Pemerintah Kota Palembang Dalam Meningkatkan Citra Positif Melalui Asian Games 2018. Skripsi
- Pratama, T., Thamrin, M. H., & Martina, M. (2020). Collaborative Governance Pada Program Ekonomi Kreatif Di Kota Palembang (Doctoral Dissertation, Sriwijaya University).
- Sun, Q. 2009. An Analytical Model of DeDeterminants and Outcomes of Nationbranding . Disertation for Degree of Philosophy. University of North.Texas.
- Keputusan dan Peraturan Pemerintah
Peraturan Walikota Palembang Nomor 22 Tahun 2021 Tentang Roadmap penguatan system inovasi daerah kota Palembang tahun 2018-2023
- Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Pengembangan Usaha Pariwisata dan Retribusi Jasa.
- Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 15 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RT/RW) Kota Palembang Tahun 2012-2023.
- Dokumen Resmi:**
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Website :

- Ahmad Fawwaz Usman, "Opening Ceremony Jadi Kunci Sukses Euforia Asian Games 2018" di akses dari <https://www.liputan6.com/bola/read/3637843/opening-ceremony-jadi-kunci-sukses-euforia-asian-games-2018> pada September 2018, pukul 14:45 WIB
- Arby, Rahmat. "4 Destinasi Wisata Andalan Asian Games 2018 di Palembang", di akses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180803185424-269-319362/4-destinasi-wisata-andalan-asian-games-2018-di-palembang>
- Anggita Muslimah, " Inilah Wisman Terbanyak yang Datang ke Asian Games 2018" di akses dari <https://travel.kompas.com/read/2018/10/17/140700927/inilah-wisman-terbanyak-yang-datang-ke-asian-games-2018> pada Oktober 2018, pukul 14:07 WIB
- Asdhiana, Made. "Kemudahan Akses menuju Obyek Wisata itu Penting". Diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2014/03/13/1354188/Kemudahan.Akses.Menuju.Obyek.Wisata.Itu.Penting>
- Biro Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. "Naik LRT Palembang, Cepat dan Murah Sampai Tujuan" di akses dari <https://dephub.go.id/post/read/nai-k-lrt-palembang,-cepat-dan-murah-sampai-tujuan?language=en>
- CNN Indonesia . "4 Destinasi Wisata Andalan Asian Games 2018 di Kota Palembang". Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180803185424-269-319362/4-destinasi-wisata-andalan-asian-games-2018-di-palembang#:~:text=Caf%C3%A9%20de%20Burry%20Museum%20Sultan,di%20Jalan%20Sultan%20Mahmud%20Badaruddini>
- CNN Indonesia " Palembang Perbanyak Destinasi Wisata Jelang Asian Games 2018", di akses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170910135656-269-240726/palembang-perbanyak-destinasi-wisata-jelang-asian-games-2018> pada September 2017, pukul 14:54 WIB
- Disparbud Kampar, " Sapta Pesona Pariwisata Indonesia", diakses dari <https://disparbud.kamparkab.go.id/sapta-pesona-pariwisata-indonesia/> , pada October 2019.
- Eric Ireng, " Promosi Wisata Palembang melalui Asian Games", di akses dari <https://sumsel.antaraneews.com/berita/334481/promosi-wisata-palembang-melalui-asian-games> , pada Mei 2018, pukul 15:47 WIB
- Fan, Hong.Sport, Social Transformation and Political Independence: DeAsian Games, di akses dari <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/b3448a63-71fc-4550-bdcb-f8aab08db6d7.pdf>
- Fitriyanto, " Asian Games 2018, Turis dari Negara ini Betah di Indonesia", di akses dari <https://www.republika.co.id/berita/pguj95438/asian-games-2018-turis-dari-negara-ini-betah-di-indonesia> pada Oktober 2018, pukul 19:41 WIB
- Hikmal. 2018. Banjir pujian media asing untuk pelaksanaan Asian Games 2018. Diakses dari <https://www.bbc.com/Indonesia/trensosial-4539179>
- Humas SEKRETARIAT KABINET REPUBLIK INDONESIA. 2018. Asian Games 2018 Diyakini Beri Dampak Besar Bagi Pariwisata. <https://setkab.go.id/asian-games->

- 2018-diyakini-beri-dampak-besar-bagi-pariwisata/, (diakses Februari 2022)
- Intan, Putu. “Fakta Sungai Musi Sebagai Sarana Transportasi Utama di Indonesia”. Diakses dari <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-5165942/fakta-sungai-musi-sebagai-sarana-transportasi-utama-di-indonesia>
- Ireng, Eric. “Sektor Pariwisata wajib di kembangkan setelah Asian Games”. Diakses dari <https://sumsel.antarane.ws.com/berita/344881/sektor-pariwisata-wajib-dikembangkan-setelah-asian-games-pada-November-2018>
- KBBI Daring, s.v. “kamus”, diakses dari <http://kbbi.web.id/dampak.html>
- KBBI Daring, s.v. “kamus”, diakses 18 April 2022, <https://kbbi.web.id/pariwisata.html>
- Kementerian PPN/Bappenas. 2019. Survei Dampak Ekonomi Asian Games2018 Jakarta-Palembang. Research Brief No.1 diakses <http://www.lpem.org/wp-content/uploads/2019/03/Excerpt-Bookled-AG-v2.pdf>
- Kevin Daffa Pratista Putra. “Upaya Diplomasi Publik Indonesia Melalui Asian Games2018 Untuk Mendorong Pariwisata”. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/kevin12/62a584d9f5f32951e2770773/upaya-diplomasi-publik-indonesia-melalui-asian-games-2018-untuk-mendorong-pariwisata>
- Kumparan SPORT. “1.000 Pelari Ramaikan Fun Run Asian Games 2018 di Hangzhou, China” Kumparan.com 21 Mei 2018. 11:29. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparansport/1-000-pelari-ramaikan-fun-run-asian-games-2018-dihangzhou-pada-Desember-2019-pukul-18:27>
- Lisnawati, Yulia. “Sambut Asian Games2018, ini 4 wisata baru di kota Palembang”. Di akses dari <https://www.liputan6.com/asian-games/read/3224409/sambut-asian-games-2018-ini-4-wisata-baru-di-palembang>
- Ma’arif, Samsul. “Benteng Kuto Besak, Selangkah Menuju Sejarah Masa Lampau”. Diakses dari <https://www.nativeindonesia.com/benteng-kuto-besak/>
- Mutiah, Dinny. “Sudahkah Anda Pahami Makna Logo Wonderful Indonesia dan Pesona Indonesia?” Liputan6.com. (20 diakses dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3899002/sudahkah-anda-pahami-makna-logowonderful-indonesia-dan-pesona-indonesia-pada-Desember-2019-pada-Februari-2022-pukul-01.30-WIB>
- Nova, Wahyudi. “Pasca Asian Games2018, Pertumbuhan Ekonomi Sumsel Meningkat”, diakses dari <https://wartaekonomi.co.id/read196798/pasca-asian-games-2018-pertumbuhan-ekonomi-sumsel-meningkat>
- Palembang Emas Darussalam 2023. Sejarah Kota Palembang. Di akses dari <https://palembang.go.id/sejarah-kota-palembang>
- Patriella, Yanita. “Asian Games2018: Realisasi Berkah ke Indonesia ke Industri Pariwisata di bawah Ekspektasi”. Di akses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180905/12/835351/asian-games-2018-realisasi-berkah-ke-industri-pariwisata-di-bawah-ekspektasi>

- Prasetya, Mochamad Hary. Tema Asian Games 2018, DeEnergy of Asia, Ini Artinya. diakses dari <https://web.archive.org/web/20161011093423/http://superball.tribunnews.com/2016/02/12/tema-asian-games-2018-the-energy-of-asia-ini-artinya>
- Pengertian Ahli, "Pengertian Hipotesis Penelitian". Diakses dari <https://pengertianahli.id/2013/pengertian-hipotesis-penelitian.html> pada 03 Desember 2020
- Prasetya, Mochamad Hary. "Tema Asian Games 2018, DeEnergy of Asia, Ini Artinya", diakses dari <https://web.archive.org/web/2016101109423/http://superball.tribunnews.com/2016/02/12/tema-asian-games-2018-the-energy-of-asia-ini-artinya>
- Poskotanews.com. "Dubes RI untuk Ukraina Promosikan Wisata Indonesia dan Asian Games". April 2018. Diakses dari <https://poskotanews.com/2018/04/28/dubes-ri-untukukraina-promosikan-wisata-indonesia-dan-asian-games/> pada Desember 2019, pukul 19:15 WIB
- Redpel. "Café de Burry Museum Palembang Secara Resmi di Buka". Diakses melalui <https://beritalima.com/cafe-de-burry-museum-palembang-secara-resmi-dibuka/>
- Sasongko, Agung. "Asian Games 2018 Berdampak Positif Bagi Kota Palembang", diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/q5xtjp313/asian-games-2018-berdampak-positif-bagi-kota-palembang>
- Satria. "Kilas Balik Indonesia sebagai Tuan Rumah Asian Games IV Tahun 1962". Universitas Gadjah Mada. Diakses dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/16859-kilas-balik-indonesia-sebagai-tuan-rumah-asian-games-iv-tahun-1962> pada 16 Agustus 2018, pukul 15:20 WIB.
- Situs Resmi Konsulat Jendral Republik Indonesia Frankfurt, Diakses dari <https://www.indonesia-frankfurt.de/pendidikan-budaya/sekilas-tentang-budaya-indonesia/> pada November 2019 pukul 19:52 WIB
- Situs Resmi KOMINFO, Diakses dari https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/1342/Indonesia+Miliki+Kekayaan+dan+Keanekaragaman+Budaya/0/berita_satker pada November 2019 pukul 22:50 WIB
- Situs resmi :**
- Kemenpar, UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10.TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN , di unduh dari http://kemenpar.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/4636_1364-UUTentangKepariwisataannet1.pdf
- Situs Resmi Kementrian Pariwisata Indonesia, Jumlah Kunjungan Wisatawan Manca Negara Tahun 2016, 2017, 2018. Jakarta. Diakses dari <http://www.kemenpar.go.id/categories/statistik-wisatawan-mancanegara> . pada November 2019 pukul 03:00
- Situs resmi Kantor Staf Presiden, "Asian Games 2018 sebagai Nation Branding". Diakses dari <http://ksp.go.id/asian-games-2018-sebagai-nation-branding/> Desember 2019. Pukul 15:51 WIB
- Situs Resmi Kantor Staf Presidenan. "Pesan "Kehebatan Indonesia" di Logo Baru Asian Games 2018" dirilis Diakses dari <http://ksp.go.id/pesan->

- kehebatanindonesia-di-logo-baru-asian-games-2018/ pada Desember 2019, pukul 16:18 wib
Situs resmi Kemenparekraf, Tarian Ratoh Jaroe Aceh Bikin Pembukaan Asian Games Makin Memukau” 19/08/19 Diakses dari [http://www.kemenpar.go.id/post/news-tarian-ratohjaroe-aceh-bikin-pembukaan-asian-games-makin-memukau pada Desember 2019 pukul 22:39](http://www.kemenpar.go.id/post/news-tarian-ratohjaroe-aceh-bikin-pembukaan-asian-games-makin-memukau-pada-Desember-2019-pukul-22:39)
- Situs resmi Dinas Pariwisata DKI Jakarta, “Paket Wisata Budaya Setu babakan disiapkan untuk Asian Games” (Jakarta-tourism.go.id) diakses dari [http://jakartatourism.go.id/2017/news/2018/08/paket-wisata-budaya-setu-babakan-disiapkan-untuk-asiangames-pada Desember 2019, pukul 14:58 WIB](http://jakartatourism.go.id/2017/news/2018/08/paket-wisata-budaya-setu-babakan-disiapkan-untuk-asiangames-pada-Desember-2019-pukul-14:58-WIB)
- Siregar, Raja Adil. “ Kampung Pempek 26 ilir, Tempat Berburu ‘Kapal Selam’ di Palembang”.diakses dari <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-3457311/kampung-pempek-26-ilir-tempat-berburu-kapal-selam-di-palembang>
- Sindo, Koran. “Jelang Asian Games2018, Palembang Siapkan Bus Air”. Diakses dari <https://sports.sindonews.com/berita/1234432/51/jelang-asian-games-2018-palembang-siapkan-bus-air>
- Siti Olisa, “ “Charming Palembang” Jadi Branding Pariwisata Kota Palembang”, di akses dari <https://palembang.tribunnews.com/2018/04/04/charming-palembang-jadi-branding-pariwisata-kota-palembang?page=2> , pada April 2018, pukul 18:40 WIB
- Syafina,Dea Chadiza. “Keputusan Tepat Vietnam Mundur dari Tuan Rumah Asian Games2018” diakses dari <https://tirto.id/keputusan-tepat-vietnam-mundur-dari-tuan-rumah-asian-games-2018-cPUr>
- TribunnewsWiki. Sungai Musi. diakses dari <https://www.tribunnewswiki.com/2022/03/31/sungai-musi> Agustus 2022
- Triwijanarko, Ramadhan . “Menilik Kekuatan Branding Wonderful Indonesia “ Majalah Bisnis dan Marketing Online. Diakses dari <https://marketeers.com/menilik-kekuatan-brandingwonderful-indonesia/> pada Desember 2019, pukul 20:16 WIB
- UNWTO. 2017. Why Tourism?. Diakses dari <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>, Pukul 19:23 WIB.