

**UPAYA INDONESIA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN
WISATAWAN MANCANEGARA DI KEPULAUAN RIAU**

By :

Tika Karlina

(tika.karlina@yahoo.com)

Supervisor : Irwan Iskandar, S.IP, M.A.

**Bibliography : 10 Journals, 15 Books, 2 Minithesis, 5 Documents, 7 Articles,
7 Official Publications, 25 Websites.**

ABSTRACT

This study aims to know Indonesian government tourism policy to develop tourism sector in Riau Island and to know the efforts of the Indonesian government to increase the visit of foreign tourists in Riau Island.

The method of the research that was used is descriptive qualitative, to describe the phenomena in real situation without make comparing or answering hypothesis. The analysis is based on data obtained either from the literature studies and field studies, that is by conducting direct-interview with informants who are considered capable to provide information related the problem under study.

The results of the research are the number of tourists increased since 2013. Increased visits of foreign tourists are influenced by the policy of the central government and regional governments that are mutually sustainable. Another factor is the availability of attractive tourist objects and accessible infrastructure.

Keywords: Tourism, Foreign Tourist, Government Policy

I. PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan memaparkan mengenai **Upaya Indonesia Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kepulauan Riau.**

Menurut Clare A. Gunn, pariwisata merupakan segala bentuk kegiatan perjalanan secara individu atau rombongan.¹ Menurut Nyoman Pendit, pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimuli sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasikan industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cendera mata, penginapan dan transportasi.²

Fenomena hubungan internasional selama ini didominasi oleh persoalan ideologi, politik, ekonomi, dan pertahanan keamanan. Sejalan dengan kondisi dunia yang dianggap telah berada di era globalisasi maka faktor kebudayaan tidak kalah penting dalam kerjasama antar negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya.³ Sejalan dengan globalisasi, para aktor hubungan internasional juga semakin luas, tidak hanya meliputi negara (*state actors*) namun telah meluas pada aktor-aktor

selain negara (*non-state actors*) seperti Organisasi Internasional, LSM, MNCs, media, kelompok kepentingan, bahkan individu sehingga membawa perubahan dalam praktek hubungan internasional.⁴

Potensi pariwisata merupakan aset terpenting dalam meningkatkan daya saing Indonesia di tingkat regional bahkan internasional. Potensi yang dimiliki Indonesia antara lain keanekaragaman alam, budaya, suku, adat istiadat, bahasa, seni, dan sebagainya yang mampu menjadi objek wisata menarik bagi wisatawan mancanegara didukung dengan adanya usaha-usaha pariwisata seperti usaha yang bergerak dibidang perhotelan, transportasi, dan usaha lainnya yang mendukung kegiatan kepariwisataan.

Kepulauan Riau (Kepri) merupakan salah satu provinsi yang dimiliki Indonesia. Provinsi tersebut memiliki kekayaan budaya dan pariwisata yang banyak dan beraneka ragam, beberapa diantaranya memiliki kualitas dan daya tarik yang tinggi yang telah diandalkan sebagai sektor yang potensial meliputi wisata alam, wisata budaya, dan wisata minat khusus yang kesemuanya itu dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat setempat yang tentunya dapat membantu dalam menghasilkan pendapatan negara

¹ A Gunn, Clare. 1988. *Tourism Planning: Second Edition: Revised and Expanded*. Taylor and Francis: New York. Hlm.1

² Pendit, Nyoman S, 2006, *Ilmu Pariwisata: Sebuah pengantara Perdana Edisi Kedelapan*. Pradya Paramita, Jakarta. Hlm. 32

³ Tri Wahyu, Yuli. 2016. *Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Angklung Sebagai*

Warisan Budaya Indonesia Melalui House Of Angklung di Amerika Serikat (2010-2015). Pekanbaru: Pustaka Ilmu Hubungan Internasional Universitas Riau. Hlm.4

⁴ Clarisa, Gabriella. 2013. *Peran Diplomasi Kebudayaan Indonesia dalam Pencapaian Kepentingan Nasionalnya*. Makassar: Universitas Hasanuddin.

khususnya pendapatan daerah setempat.⁵

Provinsi dengan ibu kota Tanjungpinang ini merupakan provinsi yang cukup berkembang dengan pesat. Di Kepulauan Riau, pemerintahannya melakukan pengembangan pengembangan kawasan pariwisata salah satunya dengan cara menarik para investor dan memberikan kemudahan dalam peraturan pemerintah. Pariwisata merupakan salah satu alternatif dalam meningkatkan ekonomi provinsi Kepulauan Riau, karena dengan mengembangkan sektor ini diharapkan akan mendatangkan wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Riau.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kepri menunjukkan bahwa perkembangan wisman yang datang mengalami kenaikan secara signifikan. Tercatat selama tahun 2013 mencapai 1.859.066 orang, selama tahun 2014 tercatat sebanyak 1.973.425, selama tahun 2015 tercatat sebanyak 2.037.673 orang, dan selama tahun 2016 berjumlah 1.920.232 orang.⁶ Peningkatan tersebut tentunya tidak lepas dari keberhasilan adanya program pemerintah dan didukung oleh beberapa faktor, misalnya kondisi keamanan yang baik, sarana transportasi yang memadai bahkan usaha lainnya yang mendukung kegiatan kepariwisataan seperti yang

tertera dalam UU RI No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 14 Ayat 1 yang menjelaskan bahwa usaha pariwisata meliputi tujuh kriteria yang telah ditetapkan.⁷

Beberapa Pulau di Provinsi Kepri dikembangkan oleh Pemerintah Republik Indonesia (RI) menjadi Daerah Industri, Perdagangan, Jasa, Alih Kapal dan pariwisata.⁸ Posisi Kepri yang berdekatan dengan Singapura dan Malaysia sebagai salah satu tujuan wisata dunia dapat dikembangkan sebagai gerbang wisata Indonesia.

KERANGKA TEORI

Untuk menganalisis bentuk upaya yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kepulauan Riau, perspektif yang digunakan penulis dalam permasalahan ini adalah Perspektif Globalis, dengan Teori Diplomasi Publik dan konsep *Nation Branding* serta menggunakan level analisa *nation-state*.

Anthony Giddens, dalam tulisannya mengungkapkan bahwa:⁹

“Globalization is intensification of world wide social relations which long distant localities in such a way that local happening are shaped by event occurring many miles away and vice versa.”

⁵<https://www.jurnalasia.com/seremoni/cara-cepat-kenalkan-wisata-indonesia-ke-internasional/> diakses pada 20 maret 2017 pukul 14.51 wib

⁶ <http://kepri.bps.go.id/> di akses pada 11 November 2016 pukul 14.23 wib

⁷UU-NO.-10-THN-2009-TTG-KEPARIWISATAAN.pdf di akses pada 21 maret 2017 pukul 20.23 wib

⁸<http://skpd.batamkota.go.id/pariwisata/> diakses pada 20 maret 2017 pukul 15.23 wib

⁹ Anthony Giddens, 1990. Dalam Zoran Stevanovic, *Globalization: theoretical perspectives impact and institutional response of the economy*, 2008, series: *Economic and Organization* vol:5. Hal.264.

Pernyataan tersebut sangat relevan dengan perkembangan pariwisata internasional saat ini. Globalisasi membuat pariwisata sebagai aktivitas liburan global yang populer. Isu-isu keberlanjutan meluas keseluruh komponen pariwisata, dari pesawat, hotel dan seterusnya. Perubahan yang terjadi dari masa ke masa merupakan arus globalisasi yang tidak dapat ditolak. Karena hal itu, kegiatan pariwisata internasional bukan lagi sesuatu yang mustahil untuk dilakukan semua individu atau kelompok.

Teori Diplomasi Publik merupakan bentuk diplomasi yang telah berubah dan berkembang, seiring dengan berkembangnya dunia internasional saat ini yang semakin kompleks. Diplomasi publik dimaknai sebagai proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara yang bertujuan untuk memberikan pemahaman atas negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negaranya.¹⁰ Jay Wang melihat diplomasi publik sebagai suatu usaha untuk mempertinggi mutu komunikasi antara negara dengan masyarakat. Dampak yang ditimbulkan meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan dalam pelaksanaannya tidak lagi dimonopoli oleh pemerintah.¹¹

Berdasarkan semua definisi itu, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik berfungsi untuk

mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri. Karenanya, diplomasi publik merupakan salah satu instrumen *soft power* yang digunakan Indonesia dalam mempromosikan kepentingan nasional salah satunya yaitu pariwisata.

Nation branding bisa dikatakan tidak hanya memusatkan pada upaya mempromosikan produk tertentu kepada pelanggan. *Nation branding* memperhatikan keseluruhan *image* dari suatu negara, termasuk sejarah, politik, ekonomi, dan budaya. Suatu bangsa bukanlah suatu produk konvensional. *Nation brand* tidak menawarkan produk atau jasa yang *tangible*, melainkan sesuatu yang mewakili dan mencakup berbagai faktor dan asosiasi, seperti tempat – geografi, tempat wisata, sumber daya alam, produk-produk lokal, orang – ras, kelompok etnis, sejarah, budaya, bahasa, dan sebagainya.

Anholt dalam tulisannya "*Brand new Justice, The Upside Of Global Branding*"¹², menyatakan bahwa *nation 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.

Level Analisis nation-state (Negara Bangsa) memfokuskan pada

¹⁰ De Gouveia, P.F. 2006. The Future of Public Diplomacy. In: J. Noya (ed). *The Present and Future of Public Diplomacy: A European Perspective*, 6/.../2006, Working Paper 2006/6 from The 2006 Madrid Conference on Public Diplomacy.

¹¹ Wang, J. 2006. Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy*. Vol.3

¹² Anholt, S. 2003. *Brand New Justice. The Upside Of Global Branding*. London: Butterworth-Heinemann.

perilaku negara-bangsa dinilai masih relevan dengan fenomena hubungan internasional saat ini walaupun terdapat perkembangan pelaku (*actor*) dalam hubungan internasional. Negara merupakan aktor utama dalam penentuan tindakan negara dan aktor dalam hubungan internasional yang memiliki kepentingan nasional (*national interest*).¹³

Dalam menerapkan tujuan nasional ada faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu: *interest* (kepentingan), *threats* (ancaman), *capabilities* (kemampuan), dan *opportunity* (kesempatan). Negara sering diasumsikan sebagai aktor rasional, yaitu bahwa untuk mencapai berbagai berbagai tujuannya haruslah konsisten dengan kepentingan nasional Indonesia yang bertujuan menjadikan pariwisata sebagai *leading sector* pembangunan nasional sehingga memperhatikan peluang-peluang keberhasilan melalui potensi-potensi daerah tujuan wisata (DTW) yang ada di Indonesia.

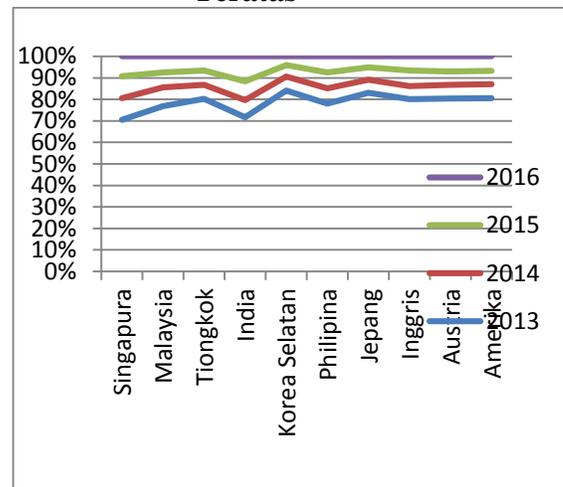
Lingkup penelitian ini ialah mengenai gambaran umum pariwisata Kepulauan Riau; perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kepulauan Riau dari tahun 2013 hingga 2016; serta upaya-upaya yang dilakukan Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kepulauan Riau.

II. ISI

¹³ Paul R. Viotti and Mark V. Kauppi. *International Relations and World Politics Security, Economy, Identity*. New Jersey: Prentice. Hlm 162-163

Menurut data BPS Provinsi Kepulauan Riau tahun 2013 hingga tahun 2016, jumlah kunjungan wisman ke Provinsi Kepulauan Riau terus mengalami peningkatan yang signifikan. Jika dilihat dari kebangsaan, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kepulauan Riau menurut negara 10 teratas adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisman Menurut Negara 10 Teratas¹⁴



Jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata di Kepulauan Riau meningkat setiap tahunnya, yang juga terlihat dari jumlah tamu yang menginap di hotel dan akomodasi lainnya di Provinsi Kepulauan Riau dibandingkan Indonesia secara keseluruhan pada tahun 2013-2016.¹⁵

Dengan berbagai upaya yang telah dilakukan, Pariwisata Kepulauan Riau menjadi daya tarik bagi wisatawan

¹⁴ BPS Provinsi Kepulauan Riau

¹⁵ *Ibid*

asing dan merupakan pintu masuk terbesar ketiga setelah Bali dan Jakarta sebagai penyumbang wisman terbesar di Indonesia. Dengan keunggulan khas yang dimiliki oleh Kepulauan Riau, juga dengan berbagai upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia dan pemerintah setempat untuk mengembangkan semua potensi pariwisata Kepulauan Riau, digencarkan juga oleh berbagai pihak terkait dalam mempromosikan keunggulan pariwisata Kepulauan Riau menjadikan Pariwisata Kepulauan Riau sebagai kawasan destinasi wisata yang menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung setiap tahunnya. Peningkatan jumlah kunjungan wisman secara konsisten juga bisa dijadikan indikasi bahwa Provinsi Kepulauan Riau mampu menjadi salah satu pilihan wisata favorit di kawasan Asia Tenggara maupun internasional.¹⁶

Potensi bahari yang dimiliki Indonesia merupakan produk lokal dari berbagai provinsi. Provinsi Kepulauan Riau merupakan provinsi yang memiliki kekayaan alam berupa laut dan pulau-pulau. Hal ini yang menjadikan provinsi kepulauan riau menjadi sorotan bagi pemerintahan Indonesia agar dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata internasional. Dilihat dari letak dan kondisi secara goegrafis, Provinsi Kepulauan Riau memiliki banyak keunggulan. Kondisi alam berupa lautan yang dilengkapi dengan pulau-pulau kecil menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berwisata.

¹⁶ Vivin Novita Dewi. 31 tahun. Kepala Seksi Statistik Niaga dan Jasa. Diwawancarai pada tanggal 23 Mei 2017 Pukul 16.30 WIB di Kantor BPS Kepri.

Selain itu, provinsi Kepulauan Riau juga menjadi jembatan lintasan bagi negara Indonesai, Malaysia dan Singapura. Kondisi ini semakin membuat banyak keuntungan bagi pemerintah Indonesia dan pemerintah Kepulauan Riau karena dapat menunjang ekonomi yaitu memberdayakan masyarakat dalam mengembangkan usaha kuliner, jasa hotel, transportasi, investasi lokal dan asing yang dapat membuka lapangan kerja dan lain sebagainya.¹⁷

Melihat begitu banyak keuntungan yang dapat diperoleh dari usaha mengembangkan potensi wisata di Kepulauan Riau, kebijakan turut dikeluarkan dan diterapkan oleh Pemerintah Indonesia yang dalam hal ini dilaksanakan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia dan Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau. Beberapa kebijakan yang dikeluarkan dan diterapkan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia dalam meningkatkan pariwisata di Kepulauan Riau adalah sebagai berikut :

1. Menjadikan Sektor Pariwisata Sebagai Prioritas Kelima Dalam Program Kerja Kabinet
2. Membuat Peraturan Perundang-Undangan Kepariwisataan Nasional
3. Membuka Destinasi Wisata di Anambas dan Natuna
4. Meluncurkan *The 10 Destination Brandings*

Selain peran pemerintah pusat yang mengeluarkan kebijakan dalam

¹⁷ Harfiansyah, S.E. 34 thn, Kepala Seksi Bagian Data dan Perlengkapan Dispar Kepri. Diwawancarai pada tgl 22 Mei 2017 pukul 13.58 wib di Kantor Dispar Kepri.

upaya meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara, pemerintah Provinsi Kepulauan Riau juga memiliki peran yang besar dalam mengelola daerahnya menjadi salah satu destinasi wisata yang banyak diminati oleh wisatawan mancanegara.

Provinsi Kepulauan Riau telah memiliki Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata dengan jangka waktu pembangunan Tahun 2012-2022 berdasarkan visi dan misi pembangunan pariwisata daerah yang ditetapkan. Arah kebijakan dan strategi pembangunan industri pariwisata daerah Kepulauan Riau meliputi :

1. Peningkatan Daya Saing Produk Pariwisata;
2. Penguatan Struktur Usaha Pariwisata;
3. Pengembangan Kemitraan Usaha Pariwisata;
4. Penciptaan Kredibilitas Bisnis;
5. Pengembangan Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan.

Berdasarkan data yang diperoleh langsung pada lokasi penelitian, maka penulis akan memaparkan sejumlah hasil penelitian tentang upaya-upaya berupa kebijakan yang dikeluarkan pemerintah Kepulauan Riau melalui Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau, diantaranya:

1. Sadar Wisata
2. Membuat Peraturan Perundang-Undangan Kepariwisata Daerah
3. Membuat Kalender *Event* Pariwisata
4. Fokus Pengembangan Pariwisata Bahari

5. Dukungan Terhadap Lembaga Swasta
6. Seminar Industri Pariwisata dan Pelatihan Pelaku Ekonomi
7. Pembaharuan *Branding Wonderful Kepri*

Dinas Pariwisata Kepri mengatakan jika menggunakan kata “Kepri”, wisatawan mancanegara kurang familiar. Kebanyakan mereka hanya mengetahui “Riau Islands” dan berdasarkan kuisioner yang disebar oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau kepada para wisman membuktikan bahwa para wisman tidak mengerti istilah Kepri, kebanyakan mereka hanya mengenal istilah Batam, Bintan, Tanjungpinang, dan tempat wisata lainnya di Kepri.¹⁸ Dilatarbelakangi oleh hal tersebut dan berdasarkan kebijakan Kementerian Pariwisata RI, Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau resmi mengeluarkan *new branding* pariwisatanya yaitu Wonderful Riau Islands.

Gambar 1.2 Logo Wonderful Kepri¹⁹



¹⁸ Yuli Seperi, *Ibid*

¹⁹ Disalin dari Dispar Kepri

Gambar 1.3. Logo Wonderful Riau Islands²⁰



III. SIMPULAN

Dalam upaya kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau, lembaga tersebut tidak terlepas dari sebuah sistem kerja struktural. Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau senantiasa mengacu pada rencana induk pengembangan pariwisata daerah (RIPPD) yang kemudian dijadikan sebagai referensi dalam menyusun strategi pembangunan dan promosi wisata sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik itu domestik maupun mancanegara.

Kebijakan pengembangan pariwisata dalam era globalisasi dan otonomi daerah seperti saat ini tidak dapat lagi menggantungkan pada kebijakan dan peran pemerintah pusat saja, tetapi diperlukan peran aktif pemerintah daerah. Pemerintah daerah harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan menentukan prioritas pengembangan atraksi atau kombinasi atraksi budaya di daerah berdasarkan potensi masing-masing daerah. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata Provinsi Kepri melakukan kerjasama yang optimal dengan sektor swasta, lembaga/institusi pemerintah dan masyarakat.

Selain kebijakan non-teknis atau peraturan perundang-undangan, semua kebijakan teknis atau program langsung harus selaras dan sejalan antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor pariwisata. Hal demikian agar pembangunan berkelanjutan dalam sektor pariwisata Kepri dapat berimbang dan berhasil.

Dengan adanya berbagai upaya dan kebijakan yang berkesinambungan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, Daya Tarik Wisata (DTW) Kepulauan Riau menjadi semakin populer dikalangan wisatawan. Hal tersebut terbukti dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dalam jangka waktu tiga tahun terakhir yaitu 2013-2016, baik itu wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara di Kepulauan Riau.

REFERENSI

Jurnal

Evawani Elysa Lubis. *Strategi Promosi Objek Wisata Oleh Dinas Pariwisata, Seni, dan Budaya Kabupaten Karimun-Kepulauan Riau*. Jurnal Communication. Vol.2 No.2 Tahun 2012. dalam <http://repository.unri.ac.id/>

Dian Khairana Pohan. *Diplomasi Kebudayaan Pemerintah Korea Selatan Dalam Penyebaran Hallyu Di Indonesia Tahun 2010-2012*. E-Journal Ilmu Hubungan Internasional. Vol.2 No.3 Tahun 2014. Issn 0000 0000 dalam ejournal.hi.fisip.unmul.org

²⁰ Disalin dari Dispar Kepri

- James Midgley, “*Perspective On Globalizationsocial Justice And Welfare*”, The Journal Of Sociology And Welfare Vol.34, Issue 3 Tahun 2007: Western Michigan University.
- Kurniawan Gilang Widagdyo. *Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia*. The Journal Of Tauhidinomics Vol.1 No.1 Tahun 2015. Universitas Sahid Jakarta.
- Lewis, David & Paul Opoku-Mensah. “*Moving Forward Research Agendas On International Relational NGO’s: Theory, Agency And Context*”. Journal Of International Development, Vol.18 No.10
- M. Saeri. *Teori Hubungan Internasional Sebuah Pendekatan Paradigmatic*. *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, Jurnal Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau Vol. 3, Tahun 2012.
- Peni Hanggarini & Retno Hendrowati. *Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Diplomasi Indonesia dengan Tiga Negara ASEAN*. Vol.23. No. 4 Tahun 2010.
- Sending, Ole Jacob, Vincent Pouliot dan Iver B. Neumann. 2011 *The Future of Diplomacy; Changing Practices, Envolving Relationships*. *International Journal, Summer 2011*. Canada: Canadian International Council.
- Soebagyo. “*Strategi Perkembangan Pariwisata Indonesia*”. Universitas Pancasila, Vol.2, No. 2, Juli Desember 2012.
- Vitrisia Klastika. *Sustainable Development at Bintan Island*. UPN “Veteran” Yogyakarta. Jurnal Ilmiah MTG, Vol. 2, No. 2, Juli 2009
- BUKU**
- A Gunn, Clare. 1988. *Tourism Planning: Second Edition: Revised and Expanded*. New York : Taylor and Francis
- Ernest , Satow Sir. 1991. *Guide To Diplomatic Practice*. Dalam bukunya S.L.Roy. *Diplomasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Melissen, Jan. 2005. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York : Palgrave Macmillan.
- K.J Holsti. 1984. *International Politics, A Framework For Analysis*. Third Edition. New Delhi: Prentice Of Hindia.
- Mas’oed, Mochtar. 1990. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.
- Paul R. Viotti and Mark V. Kauppi. *International Relations and World Politics Security, Economy, Identitiy*. New Jersey: Prentice.
- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana Edisi Kedelapan*. Jakarta: Pradya Paramita.
- Picard, Michel. 2006. *Bali: Pariwisata Budaya Dan Budaya Pariwisata*.

Jean Couteau dan Warih Wisatsana, penerj. Jakarta: KPG

Robert O. Keohane dalam Martin Griffin, et. Al. 2009. *Fifty Key Thinkers in International Relations (Second Edition)*. New York: Routledge

Soekadijo, R.G. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage"*. Jakarta: Gramedia

Swastha Irawan, Basu. 2009. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

T May, Rudy. 2003. *Hubungan Internasional Kontemporer & Masalah-Masalah Global*. Bandung: Refika Aditama.

Warsito, Tulus Dan Wahyuni Kartikasari. 2007. *Diplomasi Kebudayaan*, Yogyakarta: Ombak

Skripsi

Tri Wahyu, Yuli. 2016. *Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Angklung Sebagai Warisan Budaya Indonesia Melalui House Of Angklung di Amerika Serikat (2010-2015)*. Pekanbaru: Pustaka Ilmu Hubungan Internasional Universitas Riau.

Meidila, Mariska. 2014. *Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Wakatobi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Wakatobi Sulawesi Tenggara*. Makassar.

Universitas Hasanuddin. Diakses dari www.academia.edu

Dokumen Resmi

Kamus Pedoman Pariwisata Kepri "An Essential Guide to Explore Kepri". Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau

Katalog Pameran Foto Wonderful Kepri. Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau

Travel Map Kepulauan Riau. Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau

Laporan Pendahuluan Kepri Sebagai Gerbang Wisata Bahari. Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau Tahun 2016

Situs Web

<http://www.haluankepri.com/fokus/laporan-khusus/57122-pariwisata-kepri-terus-menggeliat.html>

<http://disparbud.tanjungpinangkota.go.id/tag/event>

<http://www.kepritourism.com>

<http://www.kepri.travel>

<http://www.antarakepri.com/berita/41259/menpar-tiga-prioritas-pengembangan-pariwisata-bahari-kepri>

<http://www.haluankepri.com/tanjungpinang/47310-kepri-raih-stand-terbaik-di-ajang-gwbn.html>

<http://batam.tribunnews.com/2015/02/21/wulan-guritno-ajak-ratusan-pelajar-selfie-dan-promokan-wonderful-kepri>

<http://www.amabeltravel.com/2015/12/16/10-tempat-wisata-di-kepulauan-riau/>

[http://www.kemenpar.go.id/userfiles/
MatriksKinerjaDanPendanaanSesmenv
3.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/MatriksKinerjaDanPendanaanSesmenv3.pdf)