

# Inisiatif Kebijakan Pemerintah untuk Promosi Pariwisata Pasca-Pandemi COVID-19: Analisis Penggunaan Influencer pada Kampanye Promosi Pariwisata Indonesia = Government Policies Initiatives To Promote Tourism Post COVID-19 Pandemic: Analysis of the Use of Influencer on the Campaign to Promote Indonesian Tourism

Harumi Sanyoto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536421&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Industri pariwisata dunia telah berlutut dengan dampak yang cukup besar disebabkan oleh pandemi COVID-19, termasuk Indonesia. Pemerintah Indonesia telah berusaha untuk membangkitkan sektor pariwisata, melihat pariwisata memiliki peran penting dalam pemasukan Indonesia. Berkolaborasi bersama para influencers dari Indonesia yang telah memiliki audiensnya, pemerintah Indonesia memasarkan sektor pariwisata mereka selama wabah COVID-19. Penulis ingin melihat penggunaan influencers oleh pemerintah untuk memasarkan pariwisata, berfokus kepada respon pengguna sosial media dari Indonesia terhadap hal tersebut, yang menunjukkan peningkatan dalam konsumsi media sosial selama wabah COVID-19. Selain itu, makalah ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat efektivitas dari pemasaran yang menggunakan influencers untuk beberapa destinasi pariwisata dan signifikansinya dalam strategi yang lebih luas dalam merevitalisasi sektor pariwisata milik Indonesia dengan melihat perspektif audiens pasar terkait tindakan pemerintah Indonesia dalam membangkitkan pariwisata.

.....The global tourism industry has grappled with the profound impact of the Covid-19 pandemic, including Indonesia. The Indonesian government tried to make a couple of efforts to awaken their tourism sector, since tourism has played a crucial role on Indonesian revenue. Collaborating with influencers from Indonesia that have already built their audience, the Indonesian Government marketed their tourism sector during the COVID-19 outbreak. This study examines the government's use of influencers to promote tourism, focusing on Indonesian social media users and their responses towards it, who showed a trend of more consumption of social media during the COVID-19 outbreak. It aims to evaluate the effectiveness of influencer marketing in promoting some of Indonesian tourism destinations and its significance in the broader strategy of revitalising Indonesia's tourism sector by seeing the market audience's perspectives on the Indonesian government moves correlated to the tourism promotion.