**UPAYA PEMERINTAH INDONESIA DALAM MELAKSANAKAN *NATION BRANDING* PARIWISATA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MELALUI DIPLOMASI AVIASI PADA PEMBANGUNAN *YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT***

**Fiya Ainur Rohmatika**

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Bisnis dan Humaniora

Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: fiyaainur45@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk membahas upaya pemerintah Indonesia dalam melaksanakan *nation branding* pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Pariwisata memiliki peranan strategis dalam mendukung kegiatan pembangunan dan perekonomian karena dapat memiliki kontribusi terhadap pembangunan nasional. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menjadi tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Dalam hal ini, pariwisata di DIY terus mengalami pertumbuhan dari tahun 2015-2019, namun sebenarnya DIY hanya mendapatkan 2,6% sampai 3,1% dari keseluruhan wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia dan memiliki kesenjangan jumlah wisatawan mancanegara sebesar 12 sampai 15 kali lipat. Hal ini menjadi keprihatinan bagi *stakeholder* pariwisata mengingat DIY memiliki wisata beragam yang berpotensi besar dalam sektor pariwisata. Penulis melakukan analisa mengenai upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam mendorong peningkatan jumlah wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke DIY melalui diplomasi aviasi terhadap hadirnya pembangunan bandara *Yogyakarta International Airport* serta konsep *nation branding* melalui sektor pariwisata agar dapat mempromosikan citra positif negara Indonesia khususnya di DIY sehingga dapat mengukuhkan identitas dan budaya bangsa Indonesia.

**Kata Kunci: *Nation Branding*, Diplomasi Aviasi, Pariwisata, *Yogyakarta International Airport*, Daerah Istimewa Yogyakarta.**

**INDONESIAN GOVERNMENT'S EFFORTS TO IMPLEMENT TOURISM NATION BRANDING IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA THROUGH AVIATION DIPLOMACY IN THE DEVELOPMENT OF YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT**

**Fiya Ainur Rohmatika**

International Relations Study Program

Faculty of Business and Humanities

University of Technology Yogyakarta

Email: fiyaainur45@gmail.com

***ABSTRACT***

*This study aims to discuss the efforts of the Indonesian government in implementing the nation branding of tourism in the Special Region of Yogyakarta (DIY). Tourism has a strategic role in supporting development and economic activities because it can contribute to national development. The Special Region of Yogyakarta is one of the provinces in Indonesia which is the second largest tourist destination after Bali. In this case, tourism in DIY continues to experience growth from 2015-2019, but in fact DIY only gets 2.6% to 3.1% of all foreign tourists entering Indonesia and has a gap of 12 to 15 times the number of foreign tourists. This is a concern for tourism stakeholders considering that DIY has diverse tourism that has great potential in the tourism sector. The author analyzes the efforts made by the Indonesian government in encouraging an increase in the number of foreign tourists to visit DIY through aviation diplomacy towards the presence of the Yogyakarta International Airport development and the concept of nation branding through the tourism sector in order to promote a positive image of the Indonesian state, especially in DIY so that it can strengthen its identity and Indonesian culture.*

***Keywords: Nation Branding, Aviation Diplomacy, Tourism, Yogyakarta International Airport, Yogyakarta Special Region.***