

**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

## **PESAN-PESAN DALAM PEMBENTUKAN NATION BRANDING MENUJU KTT G-20 PRESIDENCY MELALUI INSTAGRAM @INDONESIA.G20**

KrismayantiLC-020

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76348&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

G-20 merupakan acara yang dibentuk untuk menangani krisis keuangan yang melanda Asia, Rusia, dan Amerika Latin. Setiap tahunnya tuan rumah ajang perhelatan G-20 Presidency berganti-ganti. Pada 2021-2022 Indonesia terpilih menjadi tuan rumah, karena dinilai mampu menghadapi krisis. Sebagai tuan rumah G-20, Indonesia mengusung tema "Recover Together, Recover Stronger" atau "Pulih Bersama, Bangkit Perkasa". G-20 pada tahun ini menyampaikan nation branding melalui pesan-pesan yang disampaikan pada acara G20 Presidency. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pesan-pesan dalam pembentukan nation branding menuju KTT G-20 Presidency melalui instagram @Indonesia.g20. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dan teori new media. Pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif untuk mencari data-data yang diperlukan dalam penelitian secara sistematis dan akurat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis isi kualitatif, metode pengumpulan data. Hasil temuan ini menunjukkan konten dalam instagram @Indonesia.g20 mengenai pesan-pesan pembentuk nations branding terdapat 5 indikator nations branding. Indikator dimensi identitas nasional yang terdapat dalam konten yang dipilih adalah kenangan sejarah, budaya lokal, kemasyarakatan inklusif, pemasaran branding elektronik, dan infrastruktur branding pemasaran. Hal ini tentu saja dapat menjadi langkah yang baik untuk membangun citra Indonesia melalui perhelatan KTT Indonesia G-20 Presidency dengan menampilkan konten instagram @Indonesia.g20 mengenai keunggulan Indonesia