

## INTISARI

Branding Nasional adalah sebuah konsep bagi sebuah negara untuk meningkatkan daya saing dalam berbagai macam hal, termasuk didalamnya adalah hal-hal yang berkaitan dengan pariwisata. Sejak zaman Soviet, pariwisata Rusia telah mengalami pasang surut akibat buruknya citra Rusia di mata internasional, baik citranya di masa lalu akibat posisi politik globalnya maupun di masa kini akibat tidak kunjung redanya konflik bilateral Rusia dengan Ukraina. Berbagai usaha dilakukan oleh Rusia guna memperbaiki citranya di mata dunia, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pertama, pencitraan ulang Rusia sebagai blok alternatif – selain blok barat dan Amerika – bagi negara-negara lain untuk menjalin kerjasama politik dan ekonomi, peran pemerintah dalam meningkatkan ekonomi dalam negeri, serta kuasa halus Putin dalam menjaga stabilitas politik baik di dalam maupun luar negeri, yang secara tidak langsung berdampak kepada pariwisata Rusia. Kedua, pembangunan sektor pariwisata secara langsung dengan peran pemerintah dalam meregulasi pariwisata, serta mengembangkan komponen-komponen dalam konsep 4A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Penyokong) seperti pemugaran berbagai atraksi wisata seperti yang dilakukan terhadap Lapangan Merah di Moskow, penyediaan fasilitas bagi wisatawan seperti hotel murah maupun berbintang, pembenahan bandara seperti Bandara Shemeretyevo sebagai bagian dari kemudahan aksesibilitas, kemudahan pengurusan visa bagi wisatawan, hingga dilangsungkannya berbagai acara olahraga besar internasional seperti Piala Dunia 2018.

**Kata kunci: branding nasional, pariwisata, blok alternatif, kuasa halus, 4A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Penyokong)**

## ABSTRACT

Nation branding is a concept for a country to increase competitiveness in various ways, including matters related to tourism. Since the Soviet era, Russian tourism has experienced ups and downs due to Russia's bad image internationally, both in its past image due to its global political position and in the present due to the persistence of Russia's bilateral conflict with Ukraine. Various attempts have been made by Russia to improve its image in the eyes of the world, both directly and indirectly. First, rebranding Russia as an alternative bloc - besides the western and American blocs - for other countries to establish political and economic cooperation, the role of the government in improving the domestic economy, and Putin's soft power in maintaining political stability both at home and abroad, which indirectly bringing impact on Russian tourism. Second, the development of the tourism sector directly with the government's role in regulating tourism, as well as developing components in the 4A concept (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary) such as the restoration of various tourist attractions as the one done to Red Square in Moscow, providing facilities for tourists such as cheap and star hotels, many airport improvements such as Shemeretyevo Airport as part of ease of accessibility, ease of obtaining visas for tourists, and holding various major international sporting events such as the 2018 World Cup.

**Keywords: nation branding, tourism, alternative bloc, soft power, 4A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary)**