



LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA

No.99, 2019

PERDAGANGAN. Kampanye Pencitraan. Promosi Dagang. Promosi Pariwisata. Promosi Penanaman Modal.

PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 32 TAHUN 2019
TENTANG
PELAKSANAAN KAMPANYE PENCITRAAN INDONESIA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 79 ayat (4) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, perlu menetapkan Peraturan Presiden tentang Pelaksanaan Kampanye Pencitraan Indonesia;

Mengingat : 1. Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4724);
3. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966);
4. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN PRESIDEN TENTANG PELAKSANAAN KAMPANYE PENCITRAAN INDONESIA.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Presiden ini yang dimaksud dengan:

1. Kampanye Pencitraan Indonesia yang selanjutnya disebut Kampanye Pencitraan adalah suatu upaya membangun gambaran atau citra positif Indonesia terhadap Barang dan/atau Jasa, Pariwisata, dan Penanaman Modal di dalam dan di luar negeri.
2. Promosi Dagang adalah kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, dan/atau menyebarluaskan informasi hasil produksi Barang dan/atau Jasa untuk menarik minat beli konsumen baik di dalam negeri maupun di luar negeri dalam jangka waktu tertentu untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mencari hubungan dagang.
3. Promosi Pariwisata adalah kegiatan mempertunjukkan, memperkenalkan, dan/atau menyebarluaskan informasi potensi dan sarana serta prasarana Pariwisata Indonesia.
4. Promosi Penanaman Modal adalah kegiatan mempertunjukkan, memperkenalkan, dan/atau menyebarluaskan informasi mengenai potensi, sarana, dan prasarana Penanaman Modal termasuk kebijakan di bidang Penanaman Modal di Indonesia.
5. Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha.

6. Jasa adalah setiap layanan dan unjuk kerja berbentuk pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai, yang diperdagangkan oleh satu pihak ke pihak lain dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha.
7. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah Pusat, dan Pemerintah Daerah.
8. Penanaman Modal adalah segala bentuk kegiatan menanam modal, baik oleh penanam modal dalam negeri maupun penanam modal asing untuk melakukan usaha di wilayah Negara Republik Indonesia.
9. Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan warga negara Indonesia atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang melakukan kegiatan usaha di bidang perdagangan.
10. Simbol/Logo Citra Indonesia adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang merepresentasikan kualitas Barang dan/atau Jasa Indonesia.
11. Tema (*Tagline*) Citra Indonesia adalah rangkaian kata atau kombinasi antara kata, angka, dan/atau gambar yang digunakan untuk merepresentasikan citra Indonesia.
12. Profil Citra Indonesia adalah gambaran yang memuat informasi di bidang perdagangan Barang dan/atau Jasa, Pariwisata, dan/atau Penanaman Modal yang merepresentasikan Indonesia secara keseluruhan.
13. Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu Barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi

dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada Barang dan/atau produk yang dihasilkan.

14. Pemerintah Pusat adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia yang dibantu oleh Wakil Presiden dan menteri sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
15. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan.
16. Pemerintah Daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
17. Pemangku Kepentingan adalah pihak yang mempunyai kepentingan terhadap Kampanye Pencitraan yang terdiri atas unsur masyarakat, Pelaku Usaha, asosiasi, pakar, dan/atau cendekiawan.

Pasal 2

Untuk memperkenalkan Barang dan/atau Jasa, Pariwisata, dan Penanaman Modal perlu didukung Kampanye Pencitraan di dalam dan di luar negeri.

Pasal 3

Pelaksanaan Kampanye Pencitraan bertujuan untuk:

- a. membangun gambaran atau citra positif atas Barang dan/atau Jasa produksi Indonesia serta Pariwisata Indonesia;
- b. meningkatkan rasa cinta dan bangga terhadap Barang dan/atau Jasa produksi dalam negeri, kekayaan alam, dan budaya Indonesia;
- c. meningkatkan preferensi masyarakat di dalam dan di luar negeri terhadap Barang dan/atau Jasa produksi Indonesia, serta preferensi wisatawan nusantara dan

- wisatawan mancanegara terhadap Pariwisata Indonesia;
- d. meningkatkan daya saing Barang dan/atau Jasa produksi Indonesia;
 - e. meningkatkan ekspor dan/atau penggunaan Barang dan/atau Jasa produksi dalam negeri;
 - f. memperbaiki gambaran atau citra negatif atas Barang dan/atau Jasa produksi Indonesia serta Pariwisata Indonesia; dan
 - g. meningkatkan minat dunia usaha baik dari dalam maupun luar negeri untuk menanamkan modal di Indonesia melalui pencitraan iklim usaha yang kondusif.

Pasal 4

- (1) Lingkup pengaturan meliputi:
 - a. materi Kampanye Pencitraan;
 - b. Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan;
 - c. pelaksanaan Kampanye Pencitraan;
 - d. pembiayaan; dan
 - e. evaluasi Kampanye Pencitraan.
- (2) Lingkup pengaturan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku terhadap Promosi Dagang, Promosi Pariwisata, dan Promosi Penanaman Modal.

BAB II

MATERI KAMPANYE PENCITRAAN

Bagian Kesatu

Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia

Pasal 5

- (1) Kampanye Pencitraan harus menampilkan:
 - a. Simbol/Logo Citra Indonesia;
 - b. Tema (*Tagline*) Citra Indonesia; dan/atau
 - c. Profil Citra Indonesia.