



# 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.

- (2) Setiap penampilan Simbol/Logo Citra Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, harus disertai dengan gambar yang merepresentasikan Bendera Negara Kesatuan Republik Indonesia.

#### Pasal 6

- (1) Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 harus memiliki kriteria yang mencerminkan gambaran positif Indonesia secara keseluruhan.
- (2) Kriteria Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia sebagai berikut:
  - a. memiliki ciri khas;
  - b. mengandung nilai filosofi negara; dan
  - c. mudah diingat.

#### Bagian Kedua

##### Sub Tema (Sub *Tagline*) dan/atau Sub Profil

#### Pasal 7

- (1) Selain Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5, Kampanye Pencitraan juga dapat menampilkan sub tema (sub *tagline*) dan/atau sub profil masing-masing daerah.
- (2) Sub tema (sub *tagline*) dan/atau sub profil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memiliki kriteria yang mencerminkan gambaran positif potensi dan ciri khas daerah yang bersangkutan.
- (3) Kriteria sub tema (sub *tagline*) dan/atau sub profil sebagai berikut:
  - a. memiliki ciri khas;
  - b. mengandung nilai filosofi daerah; dan
  - c. mudah diingat.

### BAB III

#### TIM KOORDINASI KAMPANYE PENCITRAAN

##### Pasal 8

Untuk melaksanakan koordinasi antar instansi dalam merencanakan dan melaksanakan Kampanye Pencitraan dibentuk Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional.

##### Pasal 9

- (1) Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 terdiri dari kementerian/lembaga pemerintah non kementerian terkait, perwakilan dari Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemangku Kepentingan.
- (2) Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memiliki tugas:
  - a. melakukan identifikasi potensi citra positif Indonesia;
  - b. mengkaji potensi citra positif Indonesia;
  - c. menentukan usulan Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan Profil Citra Indonesia;
  - d. menyusun dan menetapkan cetak biru (*blueprint*) pelaksanaan Kampanye Pencitraan skala nasional;
  - e. merencanakan, menganggarkan, dan menentukan pelaksanaan Kampanye Pencitraan yang bersifat lintas sektor;
  - f. mensinergikan perencanaan, penganggaran, dan pelaksanaan Promosi Dagang, Promosi Pariwisata, dan Promosi Penanaman Modal yang dilakukan oleh kementerian/lembaga; dan
  - g. melaksanakan evaluasi Kampanye Pencitraan yang bersifat lintas sektor dan evaluasi Promosi Dagang, Promosi Pariwisata, dan Promosi Penanaman Modal yang dilakukan oleh kementerian/lembaga.
- (3) Pembentukan Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1)

ditetapkan dengan Keputusan Presiden.

#### Pasal 10

- (1) Dalam hal diperlukan, Pemerintah Daerah dapat membentuk Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Daerah.
- (2) Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri dari satuan kerja perangkat daerah dan Pemangku Kepentingan.
- (3) Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memiliki tugas:
  - a. melakukan identifikasi potensi citra positif daerah;
  - b. mengkaji potensi citra positif daerah;
  - c. menentukan usulan sub tema (*sub tagline*) dan/atau sub profil; dan
  - d. melakukan koordinasi dengan Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional.
- (4) Pembentukan Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan keputusan gubernur atau keputusan bupati/wali kota sesuai dengan kewenangannya.

#### Pasal 11

- (1) Usulan Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan Profil Citra Indonesia berasal dari kementerian/lembaga pemerintah non kementerian dan/atau Pemangku Kepentingan.
- (2) Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional melakukan identifikasi, pengkajian, dan menentukan usulan Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan mempertimbangkan potensi citra positif Indonesia.
- (3) Usulan Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia



sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disampaikan oleh Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional kepada Presiden untuk ditetapkan dengan Keputusan Presiden.

- (4) Untuk pertama kalinya Simbol/Logo Citra Indonesia sebagaimana tercantum dalam lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Presiden ini.

#### Pasal 12

- (1) Simbol/Logo Citra Indonesia dan/atau Tema (*Tagline*) Citra Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (3) berlaku selama 10 (sepuluh) tahun.
- (2) Profil Citra Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (3) berlaku selama 1 (satu) tahun.

#### Pasal 13

- (1) Usulan sub tema (sub *tagline*) dan/atau sub profil berasal dari satuan kerja perangkat daerah dan/atau Pemangku Kepentingan.
- (2) Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Daerah melakukan identifikasi, pengkajian, dan menentukan usulan sub tema (sub *tagline*) dan/atau sub profil dengan mempertimbangkan potensi citra positif daerah.
- (3) Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Daerah dalam menentukan sub tema (sub *tagline*) dan/atau sub profil harus berkoordinasi dengan Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional.
- (4) Usulan sub tema (sub *tagline*) dan/atau sub profil sebagaimana dimaksud pada ayat (3) disampaikan kepada gubernur atau bupati/wali kota untuk ditetapkan dengan keputusan gubernur atau keputusan bupati/wali kota.

## Pasal 14

- (1) Sub tema (sub *tagline*) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (4) berlaku selama 10 (sepuluh) tahun.
- (2) Sub profil sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (4) berlaku selama 1 (satu) tahun.

## BAB IV

## PELAKSANAAN KAMPANYE PENCITRAAN

## Pasal 15

Kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, Pemerintah Daerah Provinsi, Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, dan/atau Pemangku Kepentingan dapat melaksanakan Kampanye Pencitraan secara sendiri-sendiri atau bersama-sama.

## Pasal 16

- (1) Kampanye Pencitraan terhadap Barang dan/atau Jasa, Pariwisata, dan Penanaman Modal dilakukan melalui:
  - a. pencantuman dan/atau pemasangan Simbol/Logo Citra Indonesia atau Tema (*Tagline*) Citra Indonesia; dan/atau
  - b. penayangan dan/atau penyebarluasan Profil Citra Indonesia.
- (2) Dalam pelaksanaan Kampanye Pencitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mencantumkan, memasang, menayangkan, dan/atau menyebarluaskan sub tema (sub *tagline*) dan/atau sub profil sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (4).

## Pasal 17

- (1) Pencantuman, pemasangan, penayangan, dan/atau penyebarluasan Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia dilakukan pada setiap:

- a. penyelenggaraan dan/atau keikutsertaan pada kegiatan yang bersifat nasional dan internasional;
  - b. publikasi melalui media cetak, media elektronik, dan/atau media lainnya; dan
  - c. kegiatan lain yang membawa nama Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- (2) Pencantuman, pemasangan, penayangan, dan/atau penyebarluasan Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sepanjang terkait Promosi Dagang, Promosi Pariwisata, dan/atau Promosi Penanaman Modal.
  - (3) Selain pencantuman, pemasangan, penayangan, dan/atau penyebarluasan Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (2), dapat juga dilakukan pencantuman, pemasangan, penayangan, dan/atau penyebarluasan sub tema (*sub tagline*) dan/atau sub profil.
  - (4) Pencantuman, pemasangan, penayangan, dan/atau penyebarluasan Simbol/Logo Citra Indonesia, Tema (*Tagline*) Citra Indonesia, dan/atau Profil Citra Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) mengacu pada cetak biru (*blueprint*) pelaksanaan Kampanye Pencitraan skala nasional.

#### Pasal 18

Pencantuman dan/atau pemasangan Simbol/Logo Citra Indonesia untuk Barang dan/atau Jasa sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 hanya dapat dilakukan terhadap:

- a. Barang dan/atau Jasa yang telah memenuhi Standar Nasional Indonesia, persyaratan teknis/spesifikasi teknis, kualifikasi, Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia, atau standar lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Barang yang telah memiliki izin edar;

- c. Barang yang telah terdaftar Indikasi Geografis;
- d. Barang yang memiliki keunikan dan merupakan warisan budaya bangsa; dan/atau
- e. produk ekonomi kreatif.

#### Pasal 19

Pelaksanaan Kampanye Pencitraan yang dilakukan di luar negeri harus berkoordinasi dengan Perwakilan Republik Indonesia di negara terkait.

#### Pasal 20

- (1) Dalam hal terjadi kampanye hitam terhadap Barang dan/atau Jasa, Pariwisata, dan/atau Penanaman Modal di luar negeri, Pemerintah Pusat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi kampanye hitam.
- (2) Menteri mengoordinasikan langkah-langkah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bersama dengan kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, Perwakilan Republik Indonesia di luar negeri, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, dan Pemangku Kepentingan.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai langkah-langkah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri.

### BAB V

#### PEMBIAYAAN

#### Pasal 21

Pembiayaan pelaksanaan Kampanye Pencitraan yang dilakukan oleh kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, Pemerintah Daerah Provinsi, dan/atau Pemerintah Kabupaten/Kota, dibebankan pada anggaran pendapatan dan belanja negara, anggaran pendapatan dan belanja daerah, dan/atau sumber-sumber lain yang sah

dan tidak mengikat sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

## BAB VI

### EVALUASI KAMPANYE PENCITRAAN

#### Pasal 22

- (1) Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan Kampanye Pencitraan yang bersifat lintas sektor.
- (2) Kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan Kampanye Pencitraan yang dilaksanakan oleh kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota secara sendiri-sendiri.
- (3) Perwakilan Republik Indonesia di luar negeri dapat menyampaikan masukan terhadap pelaksanaan Kampanye Pencitraan dan dampak Kampanye Pencitraan di negara terkait kepada Tim Koordinasi Kampanye Pencitraan Nasional, kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

## BAB VII

### KETENTUAN PENUTUP

#### Pasal 23

Peraturan Presiden ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Presiden ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 14 Mei 2019

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd

JOKO WIDODO

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 16 Mei 2019

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd

YASONNA H. LAOLY