

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Alasan Pemilihan Judul

Dunia kepariwisataan akhir-akhir ini memang sering menjadi salah satu bidang yang mendapat perhatian dari berbagai kalangan baik media bahkan dari dunia internasional. Melihat kenyataan ini bahwa dinegara negara berkembang seperti halnya Indonesia, pengembangan sektor pariwisata merupakan suatu perkembangan yang logis, mengingat indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam sektor pariwisata yang tidak dimiliki oleh negara-negara lain. Sehingga tidak dapat dikesampingkan lagi bahwasanya sektor pariwisata dapat dikembangkan untuk menunjang pendapatan devisa negara dimasa yang akan datang, disisi lain juga dapat mendatangkan kemakmuran bagi masyarakat karena secara otomatis bidang komunikasi, jasa angkutan, hotel dan yang lainnya akan turut mengalami perkembangan signifikan seiring berkembangnya sektor pariwisata. Tidak hanya itu, Dunia pariwisata juga disadari sebagai salah satu instrument politik bagi suatu negara dalam menjalin hubungan dengan negara lain, karena secara tidak langsung, pariwisata internasional semacam ini dapat menumbuhkan pola simbiosis mutualisme antar negara yang nantinya diharapkan akan terus berlangsung.

Namun demikian, dunia pariwisata akhir akhir ini dirasakan cenderung mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan tersandung dengan adanya berbagai masalah masalah yang sedang dialami oleh indonesia, diantara lain kondisi

alam,seringnya terjadi bencana alam seperti banjir, gempa bumi dan lain sebagainya. Juga kondisi politik, seringnya terjadi demonstrasi massa yang tidak jarang berakhir dengan kerusuhan serta masalah masalah baru yang muncul yang mengakibatkan usaha untuk menumbuhkan kembali dunia pariwisata semakin sulit. Selain itu besarnya jumlah modal usaha yang diperlukan serta gangguan keamanan yang sekarang ini seolah olah menjadi momok yang mengerikan bagi dunia kepariwisataan kita. Baru kemudian pada era globalisasi sekarang ini, dimana investor asing dapat dengan mudah menanamkan modalnya di negara negara berkembang seperti halnya Indonesia, dunia kepariwisataan menjadi sedikit mendapat udara segar.

Kita ketahui bersama bahwa Indonesia merupakan salah satu dari sekian negara negara berkembang di dunia yang memiliki potensi pariwisata yang sedemikian cerah apabila dikembangkan dengan tepat. Sebagai negara yang mempunyai kekayaan potensi wisata alam dan budaya yang kaya dan beragam, maka sepatutnyalah pemerintah Indonesia mengupayakan dengan semaksimal mungkin agar dunia pariwisata Indonesia kembali bergeliat.

Melalui program Visit Indonesia Year (VIY) 2008 yang merupakan sebuah program promosi pariwisata Indonesia khusus untuk mengenalkan objek objek wisata dan budaya yang tersebar diseluruh Indonesia kepada dunia internasional yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia sebagai salah satu strategi pemerintah untuk meningkatkan pariwisata indonesia sehingga dapat menarik wisatawan mancanegara.

## **B. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejauh mana usaha usaha yang dilakukan Pemerintah Indonesia dalam upayanya meningkatkan sektor pariwisata indonesia melalui Visit Indonesia Year (VIY) 2008.
2. Sebagai manifestasi dari pengaplikasian teori teori yang penulis dapatkan selama masih duduk dibangku kuliah.
3. Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## **C. Latar Belakang Permasalahan :**

Pembangunan dibidang pariwisata merupakan salah satu sektor yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan nasional yang terkait dengan pembangunan sektor lainnya. Keberhasilan dunia pariwisata nantinya akan turut menentukan keberhasilan pembangunan nasional suatu negara. Pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan mengaktifkan sektor produksi lain dalam negara penerima wisatawan.<sup>1</sup> Segi lain dari pariwisata hendaknya dilihat dari sudut pandang negara penerima wisatawan. Dalam konteks ini, pariwisata hendaknya dipandang sebagai sebuah industri yang turut memberi

---

<sup>1</sup> Frans Gromang, *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta, Pradnya Paramita, 1992, halaman 3.

andil dalam pembangunan sosial dan ekonomi, baik negara tersebut dikatakan sudah maju ataupun sedang berkembang.<sup>2</sup>

Berdasarkan data yang dikutip dari WTO , pada tahun 2000 wisatawan manca negara (wisman) internasional mencapai jumlah 698 juta orang yang mampu menciptakan pendapatan sebesar USD 476 milyar. Pertumbuhan jumlah wisatawan pada dekade 90-an sebesar 4,2 % sedangkan pertumbuhan penerimaan dari wisman sebesar 7,3 persen, bahkan di 28 negara pendapatan tumbuh 15 persen per tahun.

Sedangkan jumlah wisatawan dalam negeri di masing-masing negara jumlahnya lebih besar lagi dan kelompok ini merupakan penggerak utama dari perekonomian nasional. sebagai gambaran di Indonesia jumlah wisatawan nusantara (wisnus) pada tahun 2000 adalah sebesar 134 juta dengan pengeluaran sebesar Rp. 7,7 triliun. Jumlah ini akan makin meningkat dengan adanya kemudahan untuk mengakses suatu daerah.

Atas dasar angka-angka tersebut maka pantutlah apabila pariwisata dikategorikan kedalam kelompok industri terbesar dunia ( *the world's largest industry* ), sebagaimana dinyatakan pula oleh John Naisbitt dalam buku tersebut diatas . Sekitar 8 persen dari ekspor barang dan jasa, pada umumnya berasal dari sektor pariwisata. Dan pariwisata pun telah menjadi penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional dari sektor jasa, kurang lebih 37 persen, termasuk *5-top exports categories* di 83% negara WTO, sumber utama devisa di 38% negara dan

---

<sup>2</sup> *Ibid*, halaman 4.

di Asia Tenggara pariwisata dapat menyumbangkan 10 –12 persen dari GDP serta 7 – 8 persen dari *total employment* .

Dominasi tujuan wisata pun mulai berubah. Apabila di tahun 1950, 15 tujuan wisata utama di dunia terkonsentrasi di Eropah Barat dan Amerika Utara, yang mendatangkan 97% dari jumlah wisatawan dunia, maka pada tahun 1999 jumlah ini menurun menjadi 62%, sisanya menyebar diberbagai belahan dunia terutama Asia Timur , Eropah Timur, dan Amerika Latin. Diantaranya di kawasan Asia Timur dan Pasifik, kedatangan wisatawan tercatat 122 juta diantaranya yang tertinggi diraih oleh Cina sebesar 31,29 juta dengan perolehan devisa USD 16,231 miliar. sedangkan terendah dari sepuluh besar adalah Jepang dengan kedatangan wisatawan 4,757 juta dan memperoleh devisa USD. 3,374 miliar. Dan Indonesia merupakan negara dengan urutan kedelapan yang dikunjungi oleh 5,064 juta dengan peroleh devisa USD. 5,7 miliar (pada tahun 2000).

Prospek pariwisata ke depan pun sangat menjanjikan bahkan sangat memberikan peluang besar, terutama apabila menyimak angka-angka perkiraan jumlah wisatawan internasional ( *inbound tourism* ) berdasarkan perkiraan WTO yakni 1,046 milyar orang (tahun 2010) dan 1,602 milyar orang (tahun 2020), diantaranya masing-masing 231 juta dan 438 juta orang berada di kawasan Asia Timur dan Pasifik. Dan akan mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar USD 2 triliun pada tahun 2020.

Berdasarkan angka perkiraan tersebut maka, para pelaku pariwisata Indonesia seyogyanya melakukan perencanaan yang matang dan terarah untuk menjawab tantangan sekaligus menangkap peluang yang akan “ *bersliweran* ”

atau lalu lalang di kawasan kita. Pemanfaatan peluang harus dilakukan melalui pendekatan “ *re-positioning* ” keberadaan masing-masing kegiatan pariwisata dimulai dari sejak investasi, promosi, pembuatan produk pariwisata, penyiapan jaringan pemasaran internasional, dan penyiapan sumber daya manusia yang berkualitas. Kesemuanya ini harus disiapkan untuk memenuhi standar internasional sehingga dapat lebih kompetitif dan menarik, dibandingkan dengan kegiatan yang serupa dari negara-negara disekitar Indonesia.<sup>3</sup>

Setelah menghadapi berbagai tekanan (perang Irak, wabah SARS, tragedi WTC dan tsunami) sepanjang 2001 – 2004, pariwisata dunia bangkit kembali. Menurut World Tourism Organisation(WTO) kunjungan internasional 2006 mencapai 846 juta (tahun 2000, 684 juta). Kenaikan terbesar terjadi tahun 2006, 43 juta. Dari tambahan itu, sebagian besar dinikmati Eropa (22 juta) dan Asia (12 juta). Sayang kenaikan pesat ke Asia itu belum dinikmati Indonesia yang terkesan pasif, kurang peduli. Saat wisatawan ke Malaysia meningkat dari 16,4 juta menjadi 17,5 juta dan ke Thailand naik dari 11,5 juta menjadi 13,9 juta, Indonesia justru kehilangan 0,2 juta (dari lima juta) wisatawan.<sup>4</sup> Berbagai masalah keamanan tidak diimbangi peningkatan pelayanan di bandara. Bahkan, terjadi pembiaran, perusakan lingkungan, ketidakmampuan menangani sanitasi (khususnya sampah), dan terakhir terlihat betapa amatir dan tradisionalnya penanganan bandara internasional.

Berbagai masalah lain yang harus dihadapi mulai dari kondisi keamanan sampai bencana alam yang hampir terjadi diseluruh provinsi indonesia seperti

---

<sup>3</sup> <http://kajuman.wordpress.com/2008/08/20/kondisi-pariwisata-internasional/>

<sup>4</sup> <http://djunaedird.wordpress.com/2008/02/18/visit-Indonesia-2008/>

gempa bumi, tsunami, banjir dan lain sebagainya, yang kesemua itu pada akhirnya sangat berdampak pada kunjungan wisatawan ke Indonesia, hal ini terbukti pada beberapa tahun terakhir ini Indonesia mengalami penurunan wisatawan dalam bidang pariwisata yang hanya berkisar di angka lima juta. Angka ini jauh di bawah Malaysia, Thailand, Singapura dan Hong Kong yang rata-rata di atas 10 juta pertahunnya.<sup>5</sup>

Padahal, jika dikelola dengan baik, ekonomi pariwisata lebih prospektif dengan memberikan sumbangan sekitar lima miliar dolar AS setiap tahun bagi devisa negara. Ketimbang pertambangan yang menyisakan kerusakan lingkungan. UN-WTO memperkirakan pariwisata dunia tahun 2006 mencapai 733 miliar dolar AS. Bahkan 75 negara yang panorama dan kebudayaannya tidak begitu penting masing-masing berhasil meraih minimal satu miliar dolar AS dari sektor ini. Bisnis ini menampung pekerja dengan spektrum amat luas, mulai dari transportasi, travel, perhotelan, telekomunikasi, hiburan, pendidikan, makanan, cinderamata dan perdagangan. Jika pariwisata berkembang, dapat dipastikan perekonomian negara perlahan akan berangsur membaik, kemiskinan berkurang dan terciptanya lapangan pekerjaan bagi pengangguran, serta membawa dampak baik bagi perkembangan dibidang- bidang lainnya.

Melalui Visit Indonesia Year (VIY) 2008 Pemerintah berupaya untuk meningkatkan pariwisata Indonesia di dunia internasional dengan menargetkan 7 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman). Pemerintah telah menetapkan

---

<sup>5</sup>[http://www.explore-indo.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=109:visit-indonesia-year-2008-membangun-indonesia-melalui-pariwisata&catid=45:industri-pariwisata&Itemid=141](http://www.explore-indo.com/index.php?option=com_content&view=article&id=109:visit-indonesia-year-2008-membangun-indonesia-melalui-pariwisata&catid=45:industri-pariwisata&Itemid=141) diakses tgl 18/02/08

tahun 2008 sebagai Tahun Kunjungan Indonesia (Visit Indonesia Year/VIY 2008), dengan mengambil momentum peringatan 100 Tahun Kebangkitan Nasional. Visit Indonesia Year 2008 dijadikan sebagai tonggak kebangkitan pariwisata Indonesia dengan mengoptimalkan promosi di dalam dan luar negeri agar target kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) sebesar 7 juta pada tahun 2008 dapat tercapai.

#### **D. Pokok Permasalahan:**

Sebagaimana latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mengajukan pokok permasalahan sebagai berikut: “ **bagaimana strategi pemerintah dalam upaya meningkatkan pariwisata indonesia melalui program Visit Indonesia Year (VIY) 2008?**”

#### **E. Kerangka Pemikiran:**

Adapun konsep yang digunakan penulis yakni sebagai berikut:

##### **1. Konsep kepentingan nasional**

Setiap Negara dalam interaksinya dengan Negara lain adalah untuk memenuhi kepentingan nasionalnya. Kepentingan nasional menjadi alasan utama bagi tindakan atau usaha yang dilakukan oleh setiap Negara. Usaha-usaha interaksi yang dilakukan dalam rangka pencapaian kepentingan nasional tersebut dapat berupa kerjasama, persaingan, ataupun konflik.

Menurut Jack C Plano dan Roy Olton, kepentingan nasional (national interest) adalah sebagai berikut:

“Tujuan mendasar serta faktor yang paling menentukan yang memadu para pembuat keputusan dalam merumuskan politik luar negeri. Kepentingan nasional merupakan konsepsi yang sangat umum, tetapi merupakan unsur yang menjadi kebutuhan yang sangat vital bagi Negara. Unsur tersebut mencakup kelangsungan hidup bangsa dan Negara, kemerdekaan, keutuhan wilayah, keamanan militer dan kesejahteraan ekonomi”<sup>6</sup>

Kepentingan nasional menjadi dasar bagi setiap negara untuk merumuskan kebijakan luar negerinya. Oleh karenanya setiap negara membutuhkan serangkaian kebijakan politik luar negerinya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh **Coulumbis dan Wolfe**, bahwa “politik luar negeri merupakan sintesis dari tujuan atau kepentingan nasional dengan power dan kapabilitas.”<sup>7</sup> Sementara itu, **Frankel** menyatakan bahwa: “politik luar negeri merupakan pencerminan dari kepentingan nasional yang ditujukan keluar negeri dan tidak terpisah dari tujuan nasional dan tetap merupakan komponen atau unsur dari dalam negeri.”<sup>8</sup>

Dari konsep kepentingan nasional, kita dapat melihat bahwasanya salah satu aspek dari kepentingan nasional adalah mewujudkan kesejahteraan ekonomi. Aspek pariwisata dapat dimanfaatkan sebagai salah satu penggerak utama perekonomian. Sektor pariwisata merupakan sektor yang memiliki *multi player effect* cukup besar. Banyak pihak terlibat dalam industri pariwisata. Jadi, setiap ada peningkatan jumlah

---

<sup>6</sup> Jack C Plano, Roy Olton, *The International Relation Dictionary*, terjemahan Wawan Juanda, *Third Edition*, England, Clio Press, 1982, hal. 7.

<sup>7</sup> R. Soeprapto, *Hubungan Internasional, System, Interaksi Dan Perilaku*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta: 1997, hal. 187

<sup>8</sup> J. Frankel, *Hubungan Internasional*, terjemahan ANS Bersaudara, Jakarta: 1990, hal 55.

wisatawan diharapkan disertai pula dengan pertumbuhan ekonomi, Dengan meningkatnya sarana prasarana seperti hotel, restaurant, pusat perbelanjaan, tempat rekreasi, dan biro perjalanan dimana hal ini secara tidak langsung membuka lebih banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga pengangguranpun mulai berkurang, kemiskinanpun mulai berkurang, sehingga pada akhirnya akan mendatangkan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia khususnya dan bagi Indonesia pada umumnya.<sup>9</sup>

Untuk meningkatkan pariwisata diperlukan sarana dan prasarana yang mendukung serta kegiatan promosi yang maksimal. Kegiatan promosi yang dilakukan baik dalam negeri maupun luar negeri secara tidak langsung dapat mewujudkan kepentingan nasional, event yang diikuti diluar negeri secara langsung ikut memperkenalkan bangsa Indonesia secara utuh baik dari segi budaya, bahasa, kuliner dan lain sebagainya kepada dunia Internasional. Begitu pula dengan pembangunan kualitas serta kuantitas sarana prasarana juga menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi. Bahkan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata juga memperluas jaringan promosi mengenai pariwisata Indonesia melalui media internet, penyebaran brosur, film, musik serta pameran-pameran dan event bertaraf internasional yang digelar guna memperkenalkan wisata indonesia kepada dunia internasional.

---

<sup>9</sup> [http://mediaindonesia.com/index.php?ar\\_id=MzU1Ng==](http://mediaindonesia.com/index.php?ar_id=MzU1Ng==) diakses tgl 14/03/08

Ketua PHRI Pusat Wiryanti Sukamdani menyebutkan perolehan negara dari pajak hotel dan restoran mencapai Rp 49 triliun tahun 2007 dan selalu menunjukkan angka yang meningkat dari tahun ke tahun. Artinya industri pariwisata Indonesia punya prospek baik untuk terus ditingkatkan dalam memperbesar devisa negara maupun sumber pendapatan asli daerah (PAD) dan membuka kesempatan kerja. Selain Peningkatan sarana dan prasarana obyek pariwisata terus ditingkatkan, Pelaku bisnis pariwisata yang bergerak di bidang hotel dan restoran, biro perjalanan, airlines, serta konvensi dan pameran (MICE) juga telah menyiapkan paket wisata menarik dalam menyambut Visit Indonesia Year (VIY) 2008, yang menargetkan 7 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia.

Menteri kebudayaan Jero Wacik juga menghimbau Dephub untuk melakukan perbaikan, melengkapi prasarana dan sarana di daerah-daerah tujuan wisata agar memenuhi syarat pariwisata ideal.<sup>10</sup>

## 2. Konsep strategi

Menurut Christiance strategi adalah:

“Pola-pola berbagai tujuan serta kebijaksanaan dasar dan rencana-rencana untuk mencapai tujuan tersebut dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan apa yang dilaksanakan oleh organisasi.”<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> [http://www.wisatanet.com/berita/berita\\_detail.php?kode=1&idnews=4070](http://www.wisatanet.com/berita/berita_detail.php?kode=1&idnews=4070) 29 Maret 2008

<sup>11</sup> Christie C. Ronald dalam RA Souriono, *Strategi Perumusan*, yogyakarta, 1986, hal 9

Menurut Glaeck, strategi adalah:

“Suatu kesatuan rencana yang komperehesif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategis organisasi dengan lingkungan yang dihadapinya, kesemuanya menjamin agar tujuan organisasi tercapai”<sup>12</sup>

Dari konsep strategi diatas dapat kita lihat bahwa yang dimaksud dengan kekuatan strategis dalam hal ini adalah potensi pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia yang begitu besar mulai dari wisata alam, budaya, serta bahari. sehingga bila pengelolaannya dilakukan secara optimal dengan rencana-rencana yang disatukan, menyeluruh, terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi dengan tantangan dan yang dirancang memastikan bahwa tujuan dapat dicapai, dengan demikian tujuan pemerintah dalam upaya meningkatkan pariwisata Indonesia di dunia internasional akan tercapai.

Potensi pariwisata adalah aset dalam membangun kembali citra Indonesia dari keterpurukan. Selain itu, bidang ini amat penting untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Karena wisata terkait langsung dengan perdagangan dan investasi. Banyak fakta menunjukkan bahwa sebuah negara dapat tumbuh dan berkembang menjadi negara maju hanya dengna mengandalkan sektor pariwisata. Kota-kota besar banyak yang hanya menggantungkan diri pada turis. Tantangan itulah seharusnya menjadi motivasi bagi semua kita untuk menciptakan objek-objek wisata di dalam negeri. Karena kita ketahui selama ini pengelolaan dalam bidang

---

<sup>12</sup> *Ibid*, hal 10

pariwisata sangatlah kurang, masih banyak potensi-potensi pariwisata yang terlantar tak terurus dan masih harus dikembangkan. Lebih daripada itu, Indonesia dituntut untuk mengkreasi dunia kepariwisataannya secara kreatif dan inovatif, sehingga mampu memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kita harus berpacu menciptakan keunikan-keunikan pariwisata di negeri ini, baik pada skala lokal maupun nasional, jika pariwisata Indonesia ingin dilirik oleh pelancong dari negara lain.

Dalam upaya meningkatkan pariwisata Indonesia didunia Internasional pemerintah telah mencanangkan program Visit Indonesia Year 2008 atau program tahun kunjungan Indonesia dengan melakukan berbagai rencana dan strategi yang dilakukan diantaranya adalah dengan mengadakan berbagai pameran-pameran bertaraf internasional, Menurut Ben Sukma dari lebih 100 event yang digelar dalam VIY 2008. Pemerintah melalui Departemen Kebudayaan dan Pariwisata juga telah proaktif dalam menggembarakan dan mengkampanyekan Visit Indonesian Year 2008, mulai dari pameran – pameran yang ada di luar negeri, melalui pemaparan pada event-event internasional, pemasangan logo Visit Indonesian Year 2008 pada Pesawat Garuda Indonesia, serta adanya koordinasi dengan pemerintah daerah di seluruh Indonesia guna mendukung kebijakan tersebut.

Dalam program Visit Indonesia Year (VIY) 2008 ini pemerintah meluncurkan kurang lebih 100 program acara yang tersebar diberbagai tempat sepanjang tahun 2008 ini artinya kurang lebih tiap 3-4 hari ada event yang dilakukan. Baik event Internasional dan event bertajuk kebudayaan skala kecil dan besar sudah direncanakan. Bahkan kerjasama

dalam bidang kebudayaan dan pariwisata antar negara dalam mendukung Visit Indonesia Year 2008 telah dilakukan, Kerjasama-kerjasama dengan negara-negara lain dalam berbagai berbagai bidang juga terus ditingkatkan, seperti kerjasama dalam bidang kebudayaan dan pariwisata. Dengan cara ini diharapkan tingkat kunjungan wisatawan mancanegara bisa sesuai target dan bahkan lebih.<sup>13</sup>

#### **F. Hipotesa:**

Berdasarkan aplikasi dari teori dan pokok permasalahan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sementara, bahwa adapun strategi pemerintah Indonesia dalam upaya meningkatkan pariwisata Indonesia melalui program Visit Indonesia Year (VIY) 2008 adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana prasarana serta fasilitas Obyek wisata.
2. Meningkatkan promosi baik melalui internet, brosur, film, musik, serta mengadakan paket wisata yang menarik bagi wisatawan seperti mengadakan paket wisata yang sangat terjangkau dan berkualitas serta mengadakan program undian wisata berhadiah berupa berlibur gratis plus akomodasi mewah.
3. Mengadakan pameran dan event yang bertaraf Internasional.
4. Melakukan kerjasama dengan negara-negara lain dalam bidang kebudayaan dan pariwisata.

---

<sup>13</sup> [http://www.wisatanet.com/berita/berita\\_detail.php?kode=1&idnews=3773](http://www.wisatanet.com/berita/berita_detail.php?kode=1&idnews=3773), 29 Maret 2008

## **G. Jangkauan Penelitian**

Untuk mempermudah penelitian dan pencarian data, maka penulis membatasi penelitian dari awal tahun 2008 dimana pada tahun ini dimulainya Visit Indonesia Year (VIY) 2008 sampai sekarang, adapun data-data sebelum tahun 2008 hanya merupakan data-data pendukung saja.

## **H. Metode penelitian**

### **1. Jenis penelitian**

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, seperti yang diungkapkan oleh Dr. Lexy J. Moleong, M.A., dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.<sup>14</sup> Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Meskipun demikian, penelitian secara kualitatif sering juga menggunakan data statistik yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi keperluannya. Akan tetapi tidak terlalu banyak mendasarkan diri atas data statistik, tetapi memanfaatkan data statistik itu hanya sebagai cara untuk mengantar dan mengarahkan pada kejadian dan peristiwa yang ditemukan dan dicari sendiri sesuai dengan tujuan penelitiannya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Lexy J. Moleong, *metodologi penelitian kualitatif*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2002, hal.6.

<sup>15</sup> *Ibid.* Hal. 116-117.

## 2. Penelitian kepustakaan (data skunder)

Adalah merupakan upaya pengumpulan data dan teori melalui buku-buku, majalah dan sumber informasi penunjang seperti dokumen, kliping, artikel, koran, agenda dan selain itu penulis juga menggunakan data-data yang diperoleh dari berbagai situs internet.

### I. Sistematika penulisan

Adapun sistematika penulisan yang akan ditampilkan penulis adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang alasan pemilihan judul, tujuan penulisan, latar belakang masalah, perumusan masalah, kerangka teori, hipotesa, jangkauan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : Gambaran umum Indonesia dan sektor pariwisata Indonesia**

Bab ini akan membahas tentang kondisi negara indonesia baik kondisi geografi, penduduk, sosial dan budaya, selain itu membahas potensi pariwisata yang dimiliki indonesia, tempat-tempat pariwisata yang ada di indonesia serta manfaat yang diperoleh dari sektor pariwisata.

#### **BAB III : Gambaran umum Visit Indonesia Year (VIY) 2008.**

Pada bagian bab III ini, penulis akan menjelaskan tentang alasan mengapa pemerintah mengeluarkan program Visit Indonesia

Year (VIY) 2008, faktor-faktor penurunan frekuensi kunjungan wisatawan mancanegara ke indonesia, juga program Visit Indonesia Year (VIY) 2008.

**BAB IV : Strategi dan kerjasama Pemerintah Indonesia dalam rangka mensukseskan program Visit Indonesia Year (VIY) 2008.**

Bab IV ini membahas mengenai berbagai startegi yang dilakukan oleh pemerintah indonesia untuk meningkatkan pariwisata indonesia melalui berbagai startegi antara lain meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana prasarana dan fasilitas obyek wisata, melakukan dan meningkatkan promosi pariwisata, baik melalui internet, brosur, musik, film bahkan mengadakan pameran serta eevnt yang bertaraf internasional serta melakukan kerjasama dengan negara-negara lain dalam bidang kebudayaan dan pariwisata.

**BAB V : Kesimpulan**

Bab ini berisikan kesimpulan secara keseluruhan dari hasil penelitian. Dan kemudian saran yang sekiranya dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan pariwisata indonesia.