

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata pada dewasa ini menjadikan industri pariwisata menjadi salah satu bidang yang mendapat perhatian dari berbagai kalangan di berbagai Negara. Tidak terkecuali Indonesia yang merupakan Negara berkembang yang menjadikan pariwisata menjadi salah satu sektor andalan dalam menunjang pendapatan devisa Negara. Indonesia yang merupakan Negara kepulauan, memiliki daya tarik tersendiri untuk bersaing di dunia pariwisata internasional. Semenjak tahun 2000 tercatat rata-rata tiap tahunnya Indonesia mampu menembus angka lima juta wisatawan mancanegara. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa bagi Indonesia, pariwisata merupakan sektor yang sangat pantas untuk mendapat perhatian lebih dalam perkembangannya.

Tingginya pencapaian kunjungan wisatawan mancanegara tiap tahunnya tidak bisa lepas dari peranan Bali sebagai objek daerah tujuan wisata internasional. Lebih dari 25% pencapaian kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia merupakan pencapaian Bali. Sehingga baik buruknya pariwisata Bali akan sangat mempengaruhi pariwisata Indonesia.

Ketika kedatangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami fluktuasi, kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali juga mengalami hal yang sama. Perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali dalam beberapa tahun terakhir merupakan tahun-tahun sulit bagi perkembangan kepariwisataan Bali. Hal ini diakibatkan oleh adanya berbagai hal yang terjadi baik

eksternal maupun internal. Momen tersulit bagi pariwisata Bali dimulai ketika terjadinya peledakan bom di Legian pada 12 oktober 2002.

Pada tahun 2002 yang merupakan tahun terjadinya peledakan bom Bali yang pertama, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara masih mencapai 1.285.844 orang. Dari angka tersebut terlihat adanya penurunan sebanyak 5,23% bila dibandingkan dengan angka pencapaian jumlah wisatawan pada tahun 2001 yang menembus angka 1.358.744.¹ Namun, penurunan jumlah tersebut tidaklah terlalu buruk jika mengingat hal yang menjadi penyebab penurunan tersebut adalah tragedi bom yang mengakibatkan berbagai kerusakan pariwisata Bali secara fisik hingga mencatat rekor angka kematian yang tinggi dari pihak pribumi, terlebih lagi para wisatawan mancanegara. Hal tersebut dikarenakan waktu peledakan yang terjadi pada bulan Oktober, sehingga tinggal menghitung beberapa bulan lagi untuk tutup tahun 2002.

Dampak tragedi bom Bali pertama ini baru terasa pada tahun berikutnya, yaitu pada tahun 2003. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke pulau Bali hanya mencapai angka 993.028 orang atau menurun drastis hingga 22,77% dari jumlah wisatawan di tahun sebelumnya.²

Keadaan tersebut tidak bertahan lama. Karena berdasarkan dari sumber yang sama, pada tahun 2004 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali meningkat pesat yaitu naik hingga mencapai angka sebanyak 1.458.309 orang atau meningkat 46,85% bila dibandingkan dengan jumlah wisatawan di tahun sebelumnya. Banyak pihak yang optimis bahwa naiknya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali pada tahun 2004 merupakan titik balik dari

¹ Bali Tourism Statistic 2008

² Bali Tourism Statistic 2008

keterpurukan pasca bom Bali tahun 2002. Kondisi tersebut diharapkan bisa menjadi momentum bagi para pelaku industri pariwisata di Bali untuk kembali membangun jaringan di dunia pariwisata.

Akan tetapi, harapan tersebut ternyata masih belum bisa terealisasi. Karena pada Oktober 2005, pariwisata Bali kembali dilanda tragedi bom yang akhirnya mengakibatkan jumlah kunjungan kembali menurun sebanyak 4,93% menjadi 1.386.449 orang. Dilihat dari waktu peledakan bom Bali tahun 2002 dan tahun 2005 yang terjadi pada bulan yang sama yaitu pada Oktober, maka dampak terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2005 pun tidak cukup besar. Dan seperti kejadian yang berulang, bila merujuk pada pengalaman tragedi tahun 2002, dapat diprediksi bahwa tahun 2006 akan terjadi penurunan yang lebih besar daripada tahun 2005.

Pada kenyataannya, dampak bom tahun 2005 tersebut ternyata memang berpengaruh terhadap kedatangan kunjungan wisatawan mancanegara di tahun 2006. Berdasarkan data dari Bali Tourism Statistics 2009, telah terjadi penurunan kembali sebesar 9,10% dari jumlah wisatawan di tahun 2005 menjadi 1.260.317 orang di tahun 2006. Walaupun tidak terjadi penurunan besar-besaran seperti yang terjadi pada tahun 2003, penurunan tersebut menghilangkan momentum kebangkitan yang pada dasarnya telah mulai dibangun dan terlihat pada tahun 2004.

Namun berkaca dari pengalaman pasca tragedi bom 2002, para pelaku industri pariwisata Bali yang dikoordinatori oleh pemerintah telah memiliki bekal yang cukup dalam menghadapi krisis yang terjadi tersebut. Tanda kearah pemulihan tersebut mulai terlihat pada tahun 2007.

Di tahun 2007 tersebut, kondisi pariwisata Bali telah berangsur-angsur menuai hasil yang sangat menggembirakan dengan salah satu indikatornya ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan sebesar 31.10% atau sebanyak 1.664.854 orang. Begitu juga halnya dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2008 menunjukkan perkembangan yang sangat progresif yaitu sebanyak 1.968.892 orang atau meningkat 18.26%. Momentum tersebut kemudian berlanjut hingga tahun 2009 yang mencatatkan diri sebagai tahun pencapaian kuantitas kunjungan wisatawan mancanegara terbanyak bagi pariwisata Bali bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.³

Penjelasan diatas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel I.1

**Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia dan Bali
tahun 2002-2009**

Tahun	Jumlah Kedatangan Wisman ke Indonesia	Jumlah Kedatangan Wisman ke Bali	%
2002	5.033.400	1.285.844	25.55
2003	4.467.021	993.029	22.23
2004	5.321.165	1.458.309	27.41
2005	5.002.101	1.385.449	27.72
2006	4.871.351	1.260.317	25.87
2007	5.505.759	1.664.854	30.24
2008	6.234.497	1.968.892	31.58
2009	6.323.730	2.229.945	35.26

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Bali

³ Bali Tourism Statistic 2008

Pariwisata Bali yang sebelumnya lesu akibat dari tragedi bom pada tahun 2002, kembali bergairah. Berbagai penghargaan pun berhasil diraih Bali, salah satu diantaranya adalah penghargaan dari majalah pariwisata internasional *Travel and Leisure* yang menobatkan Bali sebagai pulau terbaik di dunia tahun 2009. Pencapaian tersebut mengalahkan pulau-pulau terkenal lain di dunia termasuk Kepulauan Galapagos. Berbagai prestasi dan penghargaan tingkat internasional tentunya sangat membanggakan masyarakat Indonesia. Tidak salah jika banyak yang beranggapan masyarakat Bali dan pemerintah telah berhasil bangkit dari keterpurukan yang terjadi pasca bom Bali tahun 2002. Bahkan bisa dikatakan bahwa kondisi pariwisata Bali selama tahun 2009 tersebut merupakan pencapaian terbaik sepanjang sejarah.

B. Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mencoba untuk meneliti permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut: *Bagaimana strategi pemerintah Indonesia dalam mengembangkan pariwisata Bali pasca Bom Bali 2002 dan Bom Bali 2005?*

C. Kerangka Dasar Teori

Untuk menjawab pokok permasalahan yang telah di uraikan, maka penulis perlu mendeskripsikan jawaban dengan menggunakan teori ataupun konsep sebagai kerangka dasar berfikir. Teori dan konsep juga dapat dijadikan

sebagai sarana eksplanasi dan juga menjadi dasar bagi prediksi.⁴ Karena teori menggambarkan serangkaian konsep menjadi satu penjelasan yang menunjukkan bagaimana konsep-konsep itu berhubungan.

Dalam hal ini penulis memilih konsep kepentingan nasional, konsep strategi dan teori persepsi sebagai kerangka dasar analisa yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini.

1. Konsep Kepentingan Nasional

Konsep kepentingan nasional merupakan salah satu konsep paling populer dalam analisa ilmu Hubungan Internasional, baik itu untuk mendeskripsikan, menjelaskan, maupun menganjurkan perilaku internasional.⁵ Konsep ini sering dipakai para analis sebagai suatu dasar untuk menjelaskan perilaku suatu Negara.

Menurut Jack C. Plano dan Roy Olton, disebutkan bahwa :

“Kepentingan Nasional adalah tujuan mendasar serta faktor yang paling menentukan, yang memandu 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 itu mencakup kelangsungan hidup bangsa dan Negara, kemerdekaan, keutuhan wilayah, keamanan militer dan kesejahteraan ekonomi.”⁶

⁴ Mas'ood, Mohtar, *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*, Jakarta : LP3ES, 1990 hlm, 217.

⁵ Mas'ood, Mohtar, *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*, Jakarta : LP3ES, 1990, hlm. 139.

⁶ Jack C. Plano & Roy Olton, *Kamus Hubungan Internasional*, Jakarta, Putra A Bardin, 1999

Konsep tersebut dapat diartikan bahwa kepentingan nasional merupakan faktor utama yang dapat menuntun pembuat kebijakan dalam menyusun suatu kebijakan luar negeri suatu Negara, dimana kepentingan tersebut meliputi mempertahankan kelangsungan hidup, kemerdekaan, kedaulatan, keamanan militer dan ekonomi.

Dengan kata lain, kebijakan luar negeri harus didasarkan pada sumber kepentingan nasional lainnya yang dianggap sangat penting atau vital. Kepentingan nasional yang termasuk dalam kelompok ini adalah kepentingan nasional yang terkait dengan kepentingan ekonomi Negara.

Hal tersebut didukung pula dengan konsep kepentingan nasional menurut Donald E. Nuechterlein. Konsep ini terdiri dari 4 konsep dasar, yaitu:

- a. Kepentingan pertahanan (Defense Interest), yaitu kepentingan bagi negara yang menyangkut perlindungan terhadap warga negaranya dan sistem politiknya dari ancaman negara lain baik berupa intervensi maupun propaganda.
- b. Kepentingan ekonomi (Economic Interest), yaitu kepentingan pemerintah dalam meningkatkan perekonomian Negara melalui hubungan ekonomi dengan Negara lain.
- c. Kepentingan tata Internasional (World-Order Interest), yaitu kepentingan Negara untuk mempertahankan atau mewujudkan sistem politik dan ekonomi yang menguntungkan bagi negaranya.
- d. Kepentingan ideologi (Ideological Interest), yaitu kepentingan untuk mempertahankan atau melindungi negaranya dari ancaman ideologi Negara lain.

Berdasarkan pernyataan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian yang menyatakan bahwa pariwisata merupakan salah satu bentuk industri, dan pengembangan segala jenis industry merupakan salah satu sasaran utama dari pengembangan sektor perekonomian Indonesia.⁷ Pernyataan tersebut juga sejalan dengan pernyataan dari Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dalam Rencana Strategis Departemen Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2005-2009 yang menyatakan bahwa salah satu kepentingan nasional Indonesia ialah mendukung pengembangan destinasi dan pemasaran pariwisata yang berdaya saing global.⁸

Industry pariwisata tidak bisa lepas dari citra suatu Negara yang merupakan salah satu aspek utama didalam industry pariwisata. Hal ini sangat disadari pemerintah Indonesia yang dapat dilihat dari berbagai kebijakan yang dilakukan oleh Departemen Luar Negeri yang sedemikian rupa selalu berupaya menjaga citra positif Indonesia yang tentunya sangat membantu perkembangan pariwisata di Indonesia.⁹

Berdasarkan pemaparan diatas, kepentingan Indonesia dalam kasus bom Bali ialah bagaimana mengembalikan kondisi pariwisata Indonesia, khususnya pariwisata Bali agar tidak mengganggu kondisi perekonomian di Indonesia. Karena bagaimanapun, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar bagi pendapatan Indonesia. Sedangkan, naik turunnya perkembangan pariwisata Indonesia cukup bergantung pada kondisi pariwisata Bali. Sehingga, dengan adanya kasus bom Bali tersebut sudah tentu akan mempengaruhi strategi pemerintah Indonesia atas dasar kepentingan nasionalnya yang terganggu.

⁷ http://www.ekon.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=433&itemid=696

⁸ Rencana Strategis Departemen Kebudayaan dan Pariwisata 2005-2009

⁹ <http://www.deplu.go.id/Pages/Polugri.aspx?IDP=19&I=id>

2. Konsep Strategi

Dalam abad modern sekarang ini, arti strategi yang berasal dari kata Yunani yang diartikan sebagai the art of general atau seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan peperangan, telah meluas jauh dari arti semula menurut pengertian militer seperti yang diartikan oleh Antonie Henri Jomini (1779-1869). Walaupun demikian, definisi strategi secara umum tetaplah merupakan suatu cara untuk mencapai suatu tujuan jangka panjang.

Dalam perkembangannya, banyak ilmuwan yang memiliki pendapat sendiri mengenai pengertian strategi. Salah satunya menurut Chistance, 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.”¹⁰

Sedangkan menurut Glaeck, strategi adalah:

“Suatu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategis organisasi dengan lingkungan yang dihadapinya, kesemuanya menjamin agar tujuan organisasi tercapai.”¹¹

Selain itu, dalam oxford dictionary, pengertian dari strategi adalah:

“a plan of action designed to achieve a long-term or overall aim”.¹²

¹⁰ Christie C. Ronald dalam R A Souriono, *Strategi Perumusan*, Yogyakarta, 1986, hal 9

¹¹ Ibid, hal 10

¹² www.oxforddictionaries.com

Dari pengertian strategi diatas, dapat dilihat bahwa untuk menyusun suatu strategi, diperlukan adanya suatu tujuan sehingga terlihat jelas apa yang ingin diraih dan bagaimana cara untuk meraihnya. Tragedi peledakan bom Bali tahun 2002 dan 2005 telah menyebabkan kerusakan yang cukup berat bukan hanya di tempat kejadian, namun juga beberapa infrasturktur disekitar lokasi terjadinya peledakan. Namun, pada dasarnya bagian yang terpenting adalah citra pariwisata Bali di mata internasional menjadi buruk akibat adanya peledakan tersebut. Oleh karena itu, dalam kasus bom Bali, tujuan utama dari pemerintah dan masyarakat Bali ialah bagaimana mengembalikan citra positif pariwisata internasional Bali yang telah menjadi negatif pasca peledakan bom pada tahun 2002 tersebut.

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, diperlukan kekuatan strategis yang merupakan modal yang dimiliki untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hali ini, kekuatan strategi yang dimiliki Bali adalah potensi pariwisata. Sebagai objek daerah tujuan wisata, Bali memiliki potensi yang begitu besar mulai dari sumber daya alam, budaya dan infrastruktur. Dengan kata lain Bali memiliki semua syarat untuk bersaing dindustri pariwisata internasional.

Sehingga dengan menyadari hal tersebut, pemerintah Indonesia berupaya membangun kembali citra pariwisata Bali yang menjadi terpuruk akibat tragedi peledakan bom tersebut dengan menggunakan seluruh kekuatan strategis yang dimiliki Bali seperti pemberdayaan infrastruktur dan budaya. Pasca semakin merebaknya aksi terorisme di Indonesia, kekuatan budaya di dalam masyarakat Bali yang merupakan salah satu daya tarik utama sebagai objek wisata sama sekali tidak terpengaruh oleh berbagai kejadian tersebut. Hal ini merupakan suatu modal bahwa tidak semua aspek pariwisata telah dilumpuhkan oleh tragedi bom.

Selain itu apabila dilihat dari segi infrastruktur, selain di lokasi kejadian peledakan bom, hanya infrastruktur sosial yaitu faktor keamanan yang sangat terpengaruh oleh kejadian peledakan tersebut. selebihnya seperti bangunan-bangunan yang runtuh akibat peledakan tersebut akan dengan mudah dibangun kembali.

Setelah mengetahui tujuan dan kekuatan strategis, diperlukan adanya respon dari perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar. Peledakan bom tersebut telah merubah pandangan internasional kepada Indonesia pada umumnya dan Bali pada khususnya. Pandangan masyarakat internasional yang sebelumnya memiliki anggapan bahwa Bali merupakan tempat tujuan wisata yang paling aman telah berubah menjadi sebaliknya. Sehingga untuk merespon perubahan lingkungan tersebut, pemerintah perlu menetapkan suatu langkah berupa tindakan persuasif untuk mempengaruhi pandangan masyarakat internasional yang merupakan sasaran utama dari pemulihan citra pariwisata Bali.

Philip Kotler berpendapat bahwa:

"Promotion encompasses all the tools in the marketing mix whose mayor is persuasive communication".¹³

Dari pendapat Philip Kotler diatas dapat dilihat bahwa promosi merupakan aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk tetap menggunakan ato kembali menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan langkah yang paling tepat dalam usaha untuk melakukan suatu tindakan persuasif.

¹³ <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/06/promosi-pengertian-dan-tujuannya.html>

Promosi meliputi semua alat-alat dalam kombinasi pemasaran yang peranan utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk. Promosi merupakan suatu proses komunikasi dari penyampaian amanat atau berita tentang produk/barang atau jasa dari penjual kepada para pembeli.

Bagian yang sangat penting dari instrumen pemasaran adalah pesan yang dikomunikasikan langsung kepada calon pembeli melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program promosi. Apabila calon pembeli telah mengetahui produk perusahaan tersebut, berarti kesan tertentu telah disampaikan baik kesan positif maupun negative. Dalam hal ini, calon pembeli merupakan masyarakat internasional. Agar promosi bisa berjalan dengan maksimal, maka diperlukan komunikasi langsung dengan calon pembeli yang dalam hal ini masyarakat internasional.

Komunikasi langsung tersebut bisa dilakukan dengan dua cara yaitu pertama dengan mendatangi langsung tempat si calon pembeli dan yang kedua menarik si calon pembeli untuk datang ke tempat kita. Dalam konteks pariwisata Bali yang konsumennya merupakan masyarakat internasional, dapat diartikan langsung bahwa untuk menjalin suatu komunikasi langsung dengan calon pembeli, maka promosi harus dilakukan di Negara asal calon pembeli dengan kata lain melakukan promosi di luar negeri dan melakukan promosi di Negara sendiri dengan kata lain promosi dalam negeri.

3. Teori Persepsi

Menurut Lindzey & Aronson, persepsi mencakup konteks kehidupan sosial, sehingga dikenallah persepsi sosial. Persepsi sosial merupakan suatu proses yang terjadi dalam diri seseorang yang bertujuan untuk mengetahui, menginterpretasi, dan mengevaluasi objek yang dipersepsi, baik mengenai sifatnya, kualitasnya, ataupun keadaan lain yang ada dalam objek yang dipersepsi sehingga terbentuk gambaran mengenai objek persepsi tersebut.¹⁴

Dengan kata lain persepsi adalah cara kita mengubah energi – energi fisik lingkungan kita menjadi pengalaman yang bermakna. Persepsi adalah juga inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain.

Naluri dan kepribadian adalah segi-segi individual yang bersifat statis, sedangkan persepsi atau citra yang dimiliki individu bersifat dinamis, karena persepsi seringkali berubah. Ketika kita bereaksi terhadap dunia sekitar kita, sebenarnya kita bereaksi terhadap citra kita tentang dunia. Sedangkan dunia nyata dan persepsi kita tentang dunia nyata itu mungkin berbeda. Persepsi dapat memainkan peranan penting dalam menentukan perilaku suatu Negara. Cara dua Negara saling melihat satu sama lain sering menentukan cara mereka berinteraksi.¹⁵

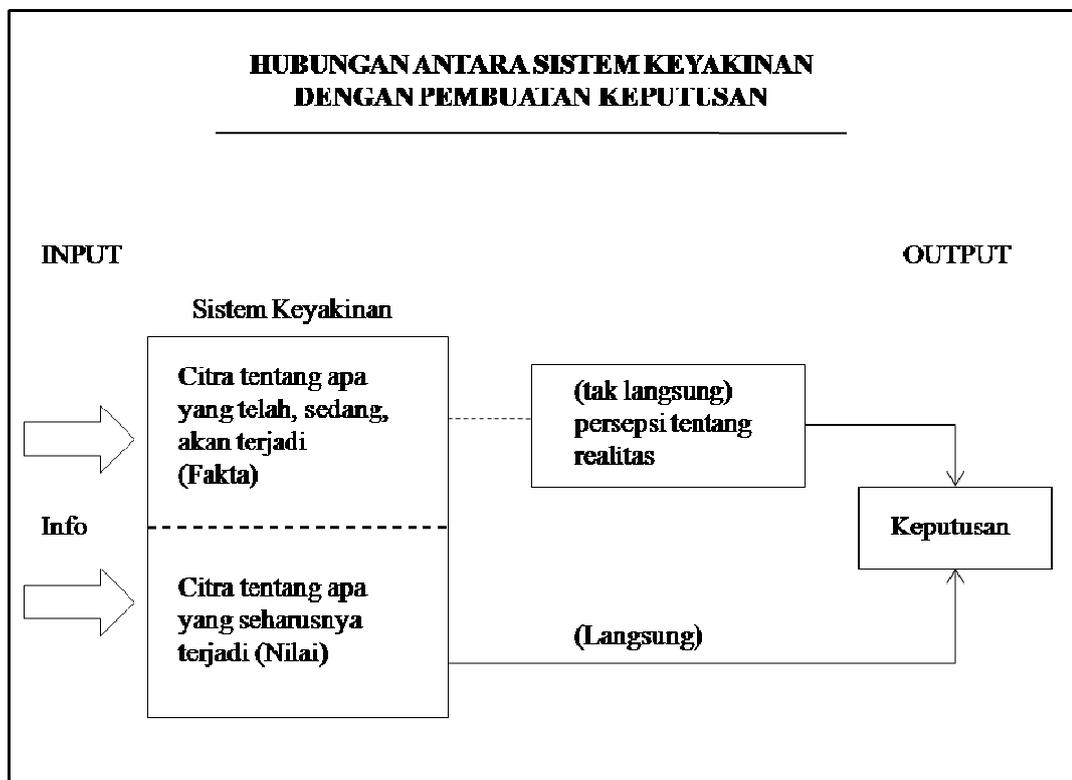
¹⁴ Lindzey, G., & Aronson, E. (Eds.). *The handbook of social psychology* (3rd ed.). New York: Random House, 1985.

¹⁵ Mohtar Mas' oed, *Studi Ilmu Hubungan Internasional Tingkat Analisis dan Teorisasi* (Yogyakarta, Pusat Antar Universitas-Studi Sosial UGM), hlm.19

Para aktor atau orang melakukan tindakan berdasarkan apa yang mereka ketahui. Tanggapan seseorang pada situasi tergantung pada bagaimana dia mendefinisikan situasi tersebut. Para pembuat keputusan, seperti halnya manusia lainnya, dipengaruhi berbagai proses psikologik yang mempengaruhi persepsi (misalnya kehendak untuk merasionalisasikan tindakan, untuk mempertahankan pendapat sendiri, untuk mengurangi kecemasan, dan lain sebagainya). Dan proses psikologik lainnya yang membentuk kepribadiannya. Jadi, sistem keyakinan menjalankan peran yang sangat penting bagi seseorang. Sistem keyakinan tersebut dapat mengorganisasikan persepsi seseorang terhadap situasi tertentu.

GAMBAR 1

Teori Persepsi



Sumber : Mohtar Mas' oed, Studi Ilmu Hubungan Internasional Tingkat Analisis dan Teorisasi (Yogyakarta, Pusat Antar Universitas-Studi Sosial UGM,1989), hlm.21

Teori ini akan diterapkan dalam menganalisis strategi pemerintah Indonesia dalam usahanya untuk mengembalikan situasi industri pariwisata Bali pasca peledakan bom tahun 2002. Situasi pasca peledakan bom secara jelas memperlihatkan bahwa persepsi Negara-negara lain (dunia internasional) terhadap stabilitas keamanan Indonesia khususnya Bali menjadi negatif. Masyarakat internasional memandang bahwa jaringan terorisme internasional telah berkembang di Indonesia. Persepsi ini semakin kuat berkembang setelah terjadinya peledakan bom di Bali pada tahun 2005.

Tragedi bom tersebut, telah menghancurkan citra pariwisata internasional Bali yang pada akhirnya berdampak pada turunnya pendapatan di sektor pariwisata yang merupakan tulang punggung perekonomian di Bali. Pada kenyataannya, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali memang mengalami penurunan drastis pasca tragedi bom tersebut.

Hal tersebut diakibatkan banyak Negara yang memberlakukan larangan perjalanan atau *travel warning*. Namun ada beberapa Negara yang tidak memberlakukan *travel warning*, tetapi hanya menerapkan saran perjalanan atau *travel advice*. Meskipun hanya berupa saran, banyak Negara memberikan penilaian bagi Indonesia sebagai Negara daerah konflik atau sama dengan Negara-negara yang sedang berlangsung perang seperti Iraq atau Palestina. Kondisi tersebut tentunya disebabkan oleh persepsi negatif tentang stabilitas keamanan Indonesia khususnya di Bali yang berdampak pada citra negatif pariwisata Bali.

Persepsi tersebut terjadi dikarenakan masyarakat internasional mendapatkan berbagai informasi yang mereka tangkap melalui panca indera mereka. Sehingga untuk merubah persepsi tersebut, diperlukan juga berbagai informasi baru yang dapat ditangkap oleh masyarakat melalui panca inderanya. Dan suatu cara agar masyarakat internasional mendapatkan berbagai informasi baru yang dibutuhkan tersebut ialah melalui promosi, karena promosi merupakan suatu cara komunikasi yang paling efektif dalam penyampaian informasi-informasi baru.

Promosi tersebut harus dilakukan di luar negeri khususnya negara fokus pasar karena sasaran utamanya adalah masyarakat internasional. Dari promosi di luar negeri tersebut, ditujukan agar dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya kepada masyarakat internasional. Sehingga persepsi lama yang terbentuk dari informasi pada masa lalu bisa digantikan oleh persepsi baru yang terbentuk oleh informasi-informasi baru.

Namun persepsi tersebut belum sepenuhnya melekat di setiap individu, dikarenakan mereka hanya menangkap informasi tersebut melalui alat bantu media promosi, tidak menerima informasi langsung dengan panca indera sendiri melalui objek langsung. Hal tersebut dapat mengakibatkan persepsi yang terbentuk sebelumnya masih bisa berubah dengan cepat. Oleh karena itu, diperlukan sebuah cara agar masyarakat internasional datang sendiri melihat objek dalam hal ini kondisi pulau Bali itu sendiri. Yakni dengan melakukan serangkaian promosi yang dilakukan di dalam negeri, sebagai langkah lanjutan dari kegiatan promosi yang dilakukan di luar negeri. Sehingga dari informasi yang telah didapat sebelumnya, mereka semakin yakin akan informasi yang telah

mereka dapatkan tersebut. Sehingga persepsi baru yang telah terbentuk akan semakin kuat.

Upaya tersebut bisa dilihat dari usaha pemerintah Indonesia dalam memaksimalkan program promosi di luar negeri salah satunya dengan cara lebih sering mengikuti pameran kebudayaan yang diadakan di berbagai Negara. Program tersebut ditujukan agar masyarakat internasional dapat mendapatkan informasi mengenai keadaan Bali sesungguhnya melalui berbagai media promosi.

Sedangkan kegiatan promosi di dalam negeri salah satunya bisa dilihat dari semakin sering dilakukannya berbagai kegiatan promosi seperti *familiarization trip* bagi wartawan, tokoh atau selebriti yang berasal dari Negara fokus pasar. Orang – orang yang datang ke Bali itu pun pada akhirnya akan membangun persepsi tentang Bali di Negara asalnya atas dasar apa yang telah mereka lihat dan alami sendiri.

D. Hipotesis

Pemerintah menggunakan strategi promosi untuk mempertahankan dan mengembangkan pariwisata Bali pasca Bom Bali 2002 dan Bom Bali 2005 sebagai salah satu kepentingan nasional Indonesia di sektor ekonomi yang membantu pendapatan devisa Negara dari industry pariwisata. Strategi promosi tersebut disusun dengan menggunakan daya tarik pariwisata Bali yang merupakan modal sebagai objek daerah tujuan wisata internasional yang memiliki tujuan mengembalikan citra positif pariwisata Bali di mata dunia internasional. Strategi promosi yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia dalam mengembangkan

pariwisata Bali tersebut adalah dengan meningkatkan promosi pariwisata Bali baik di dalam negeri (promosi inbound) maupun di luar negeri (promosi outbond):

1. Promosi Inbound yaitu promosi yang dilakukan di dalam negeri, dengan menitikberatkan pada penyelenggaraan berbagai kegiatan sebagai daya tarik bagi wisatawan mancanegara.
2. Promosi Outbond yaitu promosi yang dilakukan di luar negeri, dengan cara meningkatkan eksistensi kepariwisataan Indonesia di luar negeri melalui keikutsertaan dan partisipasi pelaku kepariwisataan Indonesia khususnya di negara-negara fokus pasar.

E. Tujuan penulisan

1. Untuk mengetahui strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan pariwisata internasional Bali pasca Bom Bali tahun 2002.
2. Untuk mengetahui pencapaian yang diraih pariwisata Bali pasca Bom Bali tahun 2002 yang dapat mempengaruhi kepentingan nasional Indonesia terutama dalam bidang ekonomi dalam hal ini devisa negara.
3. Sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan Strata satu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa penelitian lapangan dan studi literatur.

Penelitian lapangan dilakukan dengan cara menghubungi serta mendatangi Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Bali Tourism Board, serta beberapa tempat yang berkaitan dengan tragedi bom dan pengembangan pariwisata.

Studi literatur dilakukan dengan cara menghimpun data sekunder dalam hal ini diwakili oleh informasi-informasi dari literatur-literatur yang relevan dengan masalah yang diteliti, dengan pertimbangan pengumpulan data dalam penelitian ini secara kualitatif didasarkan pada penelitian kepustakaan yang meliputi buku, jurnal yang relevan, surat kabar dan internet.

G. Jangkauan Penelitian

Untuk mempermudah penyusunan skripsi ini, penulis menetapkan batasan waktu dalam penyusunan skripsi ini yaitu pasca Bom Bali pada tahun 2002 sampai dengan tahun 2009, khususnya pada tahun 2003-2004 dan tahun 2006-2009. Selain itu penulis hanya memfokuskan pada data seputar pariwisata Indonesia terutama pariwisata Bali.

H. Sistematika Penulisan

Bab I berisi tentang pengantar dari materi secara keseluruhan yang memuat alasan pemilihan judul, tujuan penulisan, latar belakang masalah, pokok permasalahan, kerangka dasar teori, hipotesa, metode penelitian dan pengumpulan data, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II berisikan tentang Bali sebagai objek daerah tujuan wisata internasional.

Bab III berisikan paparan tentang dampak bom Bali tahun 2002 mengenai perubahan citra pariwisata Bali yang berdampak pada kondisi perekonomian Bali.

Bab IV berisikan tentang pembahasan strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan pariwisata Bali pasca Bom Bali 2002 yang lebih difokuskan kepada peningkatan promosi pariwisata internasional.

BAB V berisi kesimpulan atau ringkasan singkat tentang penelitian yang disusun penulis dari bab-bab sebelumnya.