

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia sebagai negara berkembang dalam usaha membangun perekonomiannya dihadapkan pada suatu persoalan yaitu salah satunya adalah keterbatasan suatu devisa sebagai sumber pendanaan dalam pembangunan. Hal ini disebabkan masih adanya kecenderungan menggantungkan perolehan devisa dari ekspor komoditi minyak dan gas bumi. Padahal nilai ekspor barang-barang tersebut cenderung naik turun mengikuti mekanisme harga pasar internasional.

Menyadari hal tersebut diperlukan suatu solusi yang tepat agar dapat keluar dari permasalahan ketergantungan pada ekspor migas, yakni dengan jalan mengembangkan sektor non migas. Salah satu sektor yang mempunyai prospek yang dapat diandalkan adalah sektor pariwisata. Pariwisata sering diistilahkan oleh para ahli ekonomi sebagai ekspor yang tidak kentara, karena kemampuannya untuk mendatangkan devisa tidak kalah dengan kegiatan ekspor komoditi yang sesungguhnya, disamping itu juga dapat meningkatkan pendapatan pajak negara.

Pembangunan pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki keterkaitan dengan berbagai kegiatan ekonomi masyarakat. Di sekitar objek wisata berdaya tarik tinggi, penduduk setempat sibuk dalam berbagai kegiatan produktif seperti menyediakan penginapan, menjual produk kerajinan dan seni, menyewakan jasa transportasi, membuka rumah makan, dan banyak kegiatan

ekonomi lokal yang lain. Dengan ciri di atas, industri pariwisata diandalkan untuk menyerap banyak tenaga kerja yang berujung pada peningkatan kesejahteraan rakyat. Kaitan wisata dengan ekonomi dan investasi sangat erat. Itu sebabnya promosi pariwisata harus dilakukan sebagai upaya meningkatkan perdagangan dan investasi suatu negara. Disamping itu, pembangunan kepariwisataan juga bertujuan untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan suatu negara.

Pembangunan pariwisata di Indonesia tidak terlepas dari potensi yang dimiliki oleh Indonesia untuk mendukung pariwisata tersebut. Indonesia memiliki keragaman budaya yang sangat menarik. Keragaman budaya ini dilatarbelakangi oleh adanya agama, adat istiadat yang unik, dan kesenian yang dimiliki oleh setiap suku yang ada di Indonesia. Disamping itu, alamnya yang indah memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik itu alam pegunungan (pedesaan), alam bawah laut, maupun pantai. Indonesia dengan sumber daya alam dan budaya yang bervariasi, memiliki potensi pengembangan pariwisata yang tinggi. Beberapa jenis wisata yang ada di Indonesia yang menjadi unggulan antara lain:

1. Wisata alam

Indonesia memiliki kawasan terumbu karang terkaya di dunia dengan lebih dari 18% terumbu karang dunia, serta lebih dari 3.000 spesies ikan, 590 jenis karang batu, 2.500 jenis moluska, dan 1.500 jenis udang-udangan.<sup>1</sup> Wisata terumbu karang antara lain, Raja Ampat di Provinsi Papua Barat, Taman Nasional

---

<sup>1</sup> Dive Sites of the Archipelago, (<http://www.divetheworldindonesia.com/indonesia-diving-sites.htm>. Diakses pada 25 Juli 2012.)

Bunaken yang terletak di Sulawesi Utara, Wakatobi, Nusa Penida, Karimunjawa, Derawan dan Kepulauan Seribu.

Selain itu, terdapat 50 taman nasional di Indonesia, 6 di antaranya termasuk dalam Situs Warisan Dunia UNESCO.<sup>2</sup> Wisata taman nasional antara lain, Taman Nasional Lorentz di Papua, Taman Nasional Ujung Kulon, Taman Nasional Komodo dan Taman Nasional Kelimutu yang berada di Flores. Indonesia memiliki lebih dari 400 gunung berapi dan 130 di antaranya termasuk gunung berapi aktif.<sup>3</sup> Wisata gunung antara lain, Gunung Bromo di Provinsi Jawa Timur dan Gunung Tangkuban Parahu di Jawa Barat. Keanekaragaman flora dan fauna yang ada di seluruh nusantara menjadikan Indonesia cocok untuk pengembangan agrowisata, antara lain Kebun Raya Bogor yang terletak di Bogor dan Taman Wisata Mekarsari yang merupakan taman buah tropis terbesar dan terlengkap di dunia.<sup>4</sup>

## 2. Wisata belanja

Wisata belanja di Indonesia dibagi menjadi dua jenis, yaitu : pusat perbelanjaan tradisional dengan proses tawar-menawar antara pembeli dan penjual dan pusat perbelanjaan modern. Pasar tradisional umumnya menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari yang berlokasi dalam satu gedung atau jalan tertentu. Beberapa daerah dengan relief sungai-sungai panjang memiliki pasar

---

<sup>2</sup> Thok, Tugino. 2012. Daftar Nama Taman Nasional di Maluku dan Papua, (<http://mastugino.blogspot.com/2012/09/daftar-nama-taman-nasional-di-maluku.html>). Diakses pada 25 Juli 2012.)

<sup>3</sup> Simamora, Johan. 2010. Indonesia Miliki 36 Rekor Dunia, (<http://koranbaru.com/indonesia-miliki-36-rekor-dunia/>). Diakses pada 25 September 2012.)

<sup>4</sup> Syahada, Alfian. 2012. Indonesia Kaya Akan Wisata, (<http://alfansyahada.blogspot.com/2012/06/indonesia-kaya-akan-wisata-negara.html>). Diakses pada 25 September 2012.)

terapung seperti Pasar Terapung Muara Kuin di Sungai Barito, Banjarmasin dan Pasar Terapung Lok Baintan di Banjar.

Namun adapula yang khusus menjual barang-barang seni atau benda khas setempat seperti Pasar Sukawati di Gianyar yang menjual berbagai kerajinan tangan dan barang seni khas Bali, Pasar Klewer di Solo yang menjual kain-kain batik, Kotagede dengan hasil kerajinan perak, dan kawasan Malioboro di Yogyakarta yang menjajakan kerajinan khas Yogya. Sedangkan pusat perbelanjaan modern dapat ditemukan di kota-kota metropolitan terutama yang terletak di Pulau Jawa seperti Jakarta, Surabaya, Bandung dan Semarang.

### 3. Wisata budaya

Keragaman suku bangsa yang ada di Indonesia mengakibatkan keragaman hasil budaya seperti jenis tarian, alat musik, dan adat istiadat di Indonesia. Beberapa pagelaran tari yang terkenal di dunia internasional misalnya Sendratari Ramayana yang menceritakan tentang perjalanan Rama dan dipentaskan di kompleks Candi Prambanan. Desa Wisata Batubulan yang terletak di Sukawati, Gianyar merupakan desa yang sering dikunjungi untuk pentas Tari Barongan, Tari Kecak dan Tari Legong.

Sejarah kebudayaan Indonesia dari zaman prasejarah hingga periode kemerdekaan dapat ditemukan di seluruh museum yang ada di Indonesia. Total jumlah museum di Indonesia berjumlah 80 museum yang tersebar dari Aceh hingga Maluku.<sup>5</sup> Sejumlah museum terletak dalam satu kawasan seperti Kota Tua Jakarta yang memiliki enam museum merupakan daerah yang dikenal sebagai

---

<sup>5</sup> Jumlah Pengunjung Museum di Indonesia, (<http://kppo.bappenas.go.id/files/-3-Jumlah%20Pengunjung%20Museum%20di%20Indonesia.pdf>. Diakses pada 25 Juli 2012.)

pusat perdagangan pada Zaman Batavia dan Taman Mini Indonesia Indah yang menjadi pusat rekreasi dengan jumlah taman dan museum terbanyak dalam satu kawasan di Indonesia.

#### 4. Wisata keagamaan

Sejarah mencatat bahwa agama Hindu dan Buddha pernah masuk dan mempengaruhi kehidupan spiritual di Indonesia dengan adanya peninggalan sejarah seperti candi dan prasasti di beberapa lokasi. Jejak-jejak peninggalan agama Buddha yang terbesar adalah Candi Borobudur yang terletak di Magelang dan merupakan candi Buddha terbesar di dunia dan masuk dalam daftar Warisan Budaya Dunia UNESCO pada tahun 1991. Pada abad ke-13 hingga ke-16 Islam masuk ke nusantara menggantikan era kerajaan Hindu-Buddha. Pada masa ini, banyak ditemukan masjid yang merupakan akulturasi kebudayaan antara Hindu-Buddha-Jawa dengan agama Islam seperti terlihat pada Masjid Agung Demak dan Masjid Menara Kudus.

Potensi-potensi wisata tersebut merupakan aset berharga yang telah dimanfaatkan Indonesia selama ini dan merupakan aset yang harus semakin dikembangkan dalam industri pariwisata Indonesia untuk menarik lebih banyak wisatawan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara datang ke Indonesia. Namun persaingan industri pariwisata di Asia Tenggara dari waktu ke waktu semakin ketat. Selain itu, serangkaian kejadian terorisme dan berbagai bencana alam yang menimpa beberapa daerah membuat citra Indonesia menjadi buruk sehingga kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia merosot. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1****Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Negara  
Tempat Tinggal Tahun 2002-2006**

NEGARA	TAHUN				
	2002	2003	2004	2005	2006
Singapura	1.447.315	1.469.282	1.664.717	1.417.803	1.401.804
Malaysia	475.163	466.811	622.541	591.358	769.988
Jepang	620.722	463.088	615.720	517.879	419.213
Australia	346.245	268.538	406.389	391.862	226.981
Taiwan	400.334	381.877	384.226	247.037	236.384
Korea Selatan	210.581	201.741	228.408	251.971	295.514
Amerika Serikat	160.982	130.276	153.268	157.936	130.963
China & Hong Kong	114.703	122.998	130.633	187.032	225.631
Thailand	50.589	42.585	55.024	44.897	42.155
India	35.063	29.895	29.895	36.169	54.346
Eropa	833.004	605.904	720.706	798.408	730.398
Timur Tengah	37.987	31.371	35.783	60.601	55.033
Pasar lain	300.712	262.655	287.581	298.638	282.941
<b>JUMLAH</b>	<b>5.033.400</b>	<b>4.467.021</b>	<b>5.321.165</b>	<b>5.002.101</b>	<b>4.871.351</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik.

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2003 terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan karena adanya kasus teror bom Bali yang pertama pada akhir tahun 2002. Yang sebelumnya 5.033.400 pada 2002 menjadi 4.467.021 pada 2003. Tahun 2004 terjadi kenaikan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara menjadi 5.321.165, namun berturut-turut jumlah tersebut menurun menjadi 5.002.101 pada tahun 2005 dan 4.871.351 pada 2006.

Penurunan jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2005 disebabkan oleh adanya peristiwa bom bunuh diri yang terjadi di Bali untuk kedua kalinya. Tragedi bom Bali II pada 1 Oktober 2005 menelan korban yaitu 23 orang tewas dan 196 orang luka-luka. Sedangkan penurunan pada tahun 2006 disebabkan peristiwa bencana alam yang menimpa Yogyakarta. Gempa Bumi Yogyakarta pada 27 Mei 2006 yang berkekuatan 5,9 pada skala Richter menelan korban meninggal dunia 4.983 orang, korban luka berat 2.192 orang dan luka ringan 1.721 orang. Kedua peristiwa tersebut membuat citra Indonesia menjadi buruk karena tidak aman dari bencana dan terorisme. Apalagi adanya *travel warning* dari beberapa negara, antara lain Amerika Serikat, Australia, Inggris dan Kanada yang melarang warganya agar tidak melakukan kunjungan ke Indonesia menyebabkan kunjungan wisatawan mancanegara menurun.

Pada tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa negara-negara kawasan Asia Tenggara seperti Singapura dan Malaysia merupakan pemasok wisatawan terbesar dibanding negara lain di Eropa, Timur Tengah atau Amerika. Hal ini berarti tingkat kesejahteraan ekonomi warga negara Singapura dan Malaysia dapat dikatakan telah meningkat.

Citra buruk Indonesia pasca serangkaian terorisme dan bencana alam telah dimanfaatkan negara-negara lain di Asia Tenggara untuk memasarkan pariwisata serta produk wisatanya secara agresif. Negara-negara di Asia Tenggara dengan gencarnya mempromosikan pariwisatanya ke dunia Internasional seperti Malaysia the Truly Asia, Amazing Thailand dan Uniquely Singapore. Oleh karena itu diperlukan solusi untuk memasarkan budaya dan pariwisata Indonesia agar mampu bersaing di kancah Internasional.

## **B. Pokok Permasalahan**

Dari uraian yang dikemukakan dalam latar belakang di atas, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Apa kebijakan yang diambil oleh pemerintah dalam memperbaiki citra pariwisata Indonesia di kancah internasional tahun 2007-2009?”

## **C. Kerangka Pemikiran**

Untuk menganalisa pokok permasalahan dan membuktikan hipotesa yang ada, penulis menggunakan beberapa teori sebagai acuan:

### **Konsep Diplomasi Kebudayaan**

Sebagai suatu studi yang memiliki cakupan bidang yang luas, hubungan internasional menjadi sebuah studi interdisipliner yang menuntut setiap orang yang mempelajarinya untuk mengetahui banyak hal. Salah satu dari sekian banyak hal

yang dipelajari adalah mengenai diplomasi, yang erat kaitannya dengan hubungan antarnegara.

Secara konvensional, diplomasi merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya di kalangan masyarakat internasional.<sup>6</sup> Sedangkan dalam artian lain, diplomasi diartikan sebagai seni mengedepankan kepentingan suatu negara melalui negosiasi dengan cara-cara damai apabila mungkin, namun apabila cara-cara damai gagal untuk memperoleh tujuan yang diinginkan, diplomasi mengizinkan penggunaan ancaman atau kekuatan nyata sebagai cara untuk mencapai tujuan-tujuannya.<sup>7</sup>

Kegiatan berdiplomasi telah ada sejak politik ada. Akan tetapi, baru pada abad 15 diberi bentuk resmi dengan sebutan “sistem duta” oleh negara Italia yang kemudian menyebar ke seluruh Eropa. Definisi klasik mengenai diplomasi yang masih sering digunakan mengacu pada Harold Nicholson yang menuliskan ada dua hal yang dimaksud dengan diplomasi, yaitu:<sup>8</sup>

1. Diplomasi dalam artian sempit, yang berarti proses komunikasi antar pemerintah antar negara melalui dutanya (dikenal dengan istilah perundingan/negotiation).
2. Dalam arti luas, yang berarti cara/teknik kebijaksanaan luar negeri suatu negara dalam mempengaruhi sistem internasional (yang disebut pembuatan kebijaksanaan luar negeri/foreign policy making).

---

<sup>6</sup> K.J.Holsti. 1984. *International Politics, A Framework for Analysis*. Third Edition, (New Delhi: Prentice Hall of India). hlm. 82-83.

<sup>7</sup> S.L.Roy. *Diplomasi*. 1995. Terjemahan Harwanto dan Miraswati. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hal. 95.

<sup>8</sup> Nicholson, Harold. 1960. *Diplomacy*. London: Oxford University Press.

Awalnya diyakini bahwa pengertian yang pertama telah mencakup semua kontak dan hubungan resmi dan damai antar negara. Akan tetapi, saat ini pengertian diplomasi menjadi semakin luas karena pemerintah sekarang telah memiliki cara-cara lain yang dapat dianggap sebagai diplomasi seperti misalnya, pernyataan kepada publik (press release) melalui media massa, pertukaran kunjungan atau pidato oleh tokoh-tokoh berpengaruh sampai dengan pertukaran misi-misi kesenian, hibah atau pinjaman luar negeri, pertandingan olahraga, alih teknologi dan bantuan keamanan.

Dalam sistem Hubungan Internasional, diplomasi kebudayaan merupakan salah satu jenis dari berbagai macam bentuk diplomasi yang dapat diterapkan oleh suatu negara dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Diplomasi budaya adalah diplomasi melalui pengenalan dan pemahaman pelbagai hasil seni budaya.<sup>9</sup> Menurut Ilmu Antropologi, kebudayaan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.<sup>10</sup>

Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi menerangkan kebudayaan sebagai semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniah yang diperlukan manusia untuk menguasai alam sekitarnya, agar kekuatan serta hasilnya dapat diabdikan untuk keperluan masyarakat.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Deskripsi dari Diplomasi Budaya, (<http://www.kamusbesar.com/50052/diplomasi-budaya>, diakses 1 Maret 2012.)

<sup>10</sup> Koentjaraningrat. 1979. *Pengantar Antropologi Budaya*. Jakarta: Aksara Baru. hal 193

<sup>11</sup> Soekanto, Soejono. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. hal 172

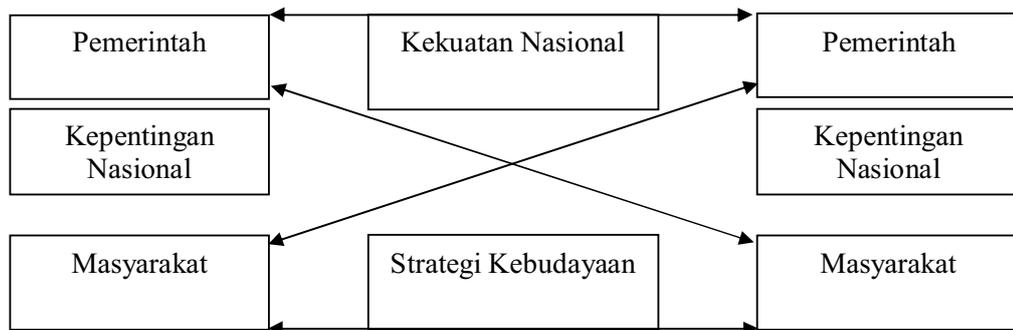
Konsep diplomasi kebudayaan secara makro adalah usaha-usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, termasuk di dalamnya adalah pemanfaatan bidang-bidang ideologi, teknologi, politik, ekonomi, militer, sosial, kesenian, dan lain-lain dalam percaturan masyarakat internasional.<sup>12</sup> Dalam artian mikro, kebudayaan biasanya termanifestasikan dalam pendidikan, kesenian, ilmu pengetahuan dan olahraga.<sup>13</sup>

Diplomasi kebudayaan dapat dilihat dari dua tingkat sisi politiknya yaitu:

1. Tingkat suprastruktur politik, yaitu struktur politik pada lapisan atas di kalangan pemerintah/elit.
2. Tingkat infrastruktur politik, yaitu struktur politik pada lapisan rakyat/massa.

Gambar 1.1

Skema Pelaku dan Sasaran Diplomasi Kebudayaan<sup>14</sup>



Keterangan:

Setiap negara, dalam rangka memperjuangkan kepentingan nasional, selalu mengoptimalkan sumberdaya nasional (kekuatan nasional). Dalam pemanfaatan kebudayaan, seluruh kekuatan nasional direkayasa dalam Strategi Kebudayaan.

<sup>12</sup> Warsito, Tulus dan Kartikasari, Wahyuni. 2007. *Diplomasi Kebudayaan, Konsep dan Relevansinya Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*, hal. 13.

<sup>13</sup> Koentjaraningrat. 1979. *Pengantar Antropologi Budaya*. Jakarta: Aksara Baru.

<sup>14</sup> Warsito dan Kartikasari, *Op.Cit.*, hal.17.

Menurut Jack C. Plano dan Roy Olton, 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 vital bagi negara. Unsur tersebut mencakup kelangsungan hidup bangsa dan negara, kemerdekaan, keutuhan wilayah, keamanan militer, prestige dan kesejahteraan ekonomi.<sup>15</sup> Kepentingan nasional yang ingin dicapai pemerintah Indonesia adalah memperbaiki citra pariwisata Indonesia yang aman dari bencana alam dan terorisme serta peningkatan perekonomian negara melalui pariwisata.

Untuk itu, pemerintah Indonesia harus menetapkan sebuah kebijakan untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Kebijakan merupakan rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan dan cara bertindak (pemerintah), pernyataan cita-cita, tujuan prinsip, atau maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran atau garis haluan.<sup>16</sup> Menurut Harold D. Laswell, kebijakan merupakan suatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai, dan praktek yang terarah.<sup>17</sup>

Kebijakan yang diambil pemerintah adalah mempromosikan pariwisata Indonesia ke luar negeri. Dalam ilmu manajemen, pemasaran atau promosi adalah salah satu elemen penting untuk memperkenalkan produk dan membuat orang lain

---

<sup>15</sup> C. Plano, Jack & Olton, Roy. 1982. *The International Relation Dictionary*, terjemahan Wawan Juanda, Third Edition, Clio Press Ltd, England.

<sup>16</sup> Kebijakan, (<http://kamusbahasaindonesia.org/kebijakan>. Diakses 14 Juli 2012.)

<sup>17</sup> Muchsin. 2002. *Hukum dan Kebijakan Publik*. Malang: Aneroes Press. hal 57-58, ([www.prasko.com/2011/04/pengertian-kebijakan-pemerintah.html](http://www.prasko.com/2011/04/pengertian-kebijakan-pemerintah.html). Diakses tanggal 14 Juli 2012.)

tertarik untuk membelinya. Prinsip yang sama berlaku dalam dunia budaya dan pariwisata. Jika ingin dikenal publik terutama publik asing, promosi jelas menjadi syarat mutlak yang harus dilakukan dan dikembangkan dengan kreatif. Ada banyak cara yang dilakukan pemerintah dan masyarakat sebagai langkah promosi mulai dari cara konvensional brosur dan pamflet hingga penyebaran informasi melalui situs internet dan media jejaring sosial. Dalam konteks promosi wisata pada publik mancanegara, cara-cara ini seringkali menemui kendala terutama dalam kaitannya dengan bahasa.

Strategi yang baik dan efektif diharapkan mampu menjadi solusi bagi pemerintah Indonesia dalam mempromosikan pariwisata. Strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.<sup>18</sup> Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995:859), strategi memiliki arti sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi juga dapat diartikan sebagai seni atau ilmu mengembangkan dan menggunakan berbagai kekuatan untuk mendukung pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Strategi dipilih dan dilakukan dalam rangka menjalankan kebijakan yang telah dirumuskan untuk mencapai tujuan.

---

<sup>18</sup> Strategi, (<http://kamusbahasaIndonesia.org/strategi/mirip>. Diakses 14 Juli 2012.)

**Tabel 1.2**

**Hubungan Antara Situasi, Bentuk, Tujuan dan Sarana Diplomasi  
Kebudayaan**

SITUASI	BENTUK	TUJUAN	SARANA
DAMAI	- Eksebisi - Kompetisi - Pertukaran Misi - Negosiasi - Konferensi	- Pengakuan - Hegemoni - Persahabatan - Penyesuaian	- Pariwisata - Olahraga - Pendidikan - Perdagangan - Kesenian
KRISIS	- Propaganda - Pertukaran Misi - Negosiasi	- Persuasi - Penyesuaian - Ancaman	- Politik - Diplomatik - Misi Tingkat Tinggi - Opini Publik
KONFLIK	- Terror - Penetrasi - Pertukaran Misi - Boikot - Negoisasi	- Ancaman - Subversi - Persuasi - Pengakuan	- Opini Publik - Perdagangan - Para Militer - Forum Resmi Pihak Ketiga
PERANG	- Kompetisi - Terror - Penetrasi - Propaganda - Embargo - Boikot	- Dominasi - Hegemoni - Ancaman - Subversi - Pengakuan - Penaklukan	- Militer - Para Militer - Penyelundupan - Opini Publik - Perdagangan - Suply Barang Konsumtif (termasuk senjata)

Sumber: Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan, Konsep dan Relevansinya Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*, Ombak, Yogyakarta. 2007, hal 31.

Dari tabel di atas dapat dilihat dalam konteks diplomasi kebudayaan, promosi pariwisata dapat dijalankan dengan beberapa strategi, antara lain:

**1. Eksebisi**

Bentuk dari keseluruhan diplomasi kebudayaan yang paling konvensional adalah eksebisi, mengingat gaya diplomasi tersebut menganut dasar eksebionistik dan transparan. Eksebionistik artinya bahwa setiap bangsa dianggap mempunyai

keinginan bahkan merupakan keharusan untuk selalu pamer “keunggulan-keunggulan” tertentu yang dimilikinya, sehingga pada gilirannya citra bangsa yang bersangkutan dapat memperoleh kehormatan yang lebih tinggi. Transparan, karena teknologi informasi mengakibatkan setiap fenomena yang terjadi di dalam suatu negara tertentu dapat diketahui negara lain.<sup>19</sup> Dimana eksepsi itu sendiri merupakan sesuatu dari pengertian pameran, hal ini nantinya dapat dilakukan untuk menampilkan kesenian, ilmu pengetahuan, nilai-nilai sosial ataupun nilai-nilai ideologi yang terkandung dalam kebudayaan suatu bangsa kepada bangsa lain.

Sesuai dengan bentuk diplomasi kebudayaan yang paling konvensional, penampilan kesenian dalam kegiatan pameran merupakan salah satu bentuk yang dapat menarik perhatian khalayak ramai. Dalam hal ini Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang dapat dipertunjukkan dalam suatu acara festival budaya di negara lain dengan keunggulan berupa kesenian tari, permainan tradisional maupun pagelaran musik tradisional. Dengan adanya pertunjukan berbagai kesenian dalam festival kebudayaan Indonesia, maka diharapkan dapat meningkatkan hubungan kerjasama antar negara dan mengangkat nama bangsa ke kancah internasional.

---

<sup>19</sup> Warsito dan Kartikasari, *Op.Cit.*, hal 31.

Upaya pemerintah Indonesia mempromosikan pariwisata melalui eksepsi antara lain:

- a. Promosi pariwisata Indonesia di Australia.
- b. Promosi pariwisata Indonesia di Asia antara lain: "*Indonesia Tourism and Travel Fair*" di Shanghai, China dan promosi pariwisata di Tokyo, Jepang.
- c. Promosi pariwisata Indonesia di Eropa antara lain: "*International Travel Fair (ITF) Slovakia tour 2008*" di Slovakia, "*Stockholm Travel Show 2008*" di Swedia.
- d. Promosi Pariwisata Indonesia di Amerika Serikat.
- e. Penyelenggaraan Borobudur International Festival (BIF) 2009.

## **2. Pertukaran Misi**

Pertukaran misi dilakukan dengan mengirim dan menerima delegasi kebudayaan dalam membina hubungan dengan negara-negara lain. Pertukaran delegasi memungkinkan rakyat masing-masing negara untuk mengetahui pandangan satu sama lain dengan cara yang damai. Kegiatan ini dapat dilakukan oleh setiap warga negara, pemerintah maupun non-pemerintah secara individual ataupun berkelompok. Sementara sarana diplomasi kebudayaan adalah segala macam alat komunikasi, baik media elektronik maupun cetak, yang dianggap

dapat menyampaikan isi atau misi politik luar negeri tertentu, termasuk di dalamnya adalah sarana politik maupun militer.<sup>20</sup>

Adapun beberapa prinsip yang harus selalu dipegang dalam pelaksanaan maupun membicarakan diplomasi kebudayaan, antara lain:

- a. Diplomasi dilakukan dengan mengedepankan kepentingan negara,
- b. Tindakan-tindakan diplomatik untuk menjaga dan memajukan kepentingan nasional sejauh mungkin dapat dilakukan melalui cara damai,
- c. Diplomasi juga tidak bisa dilepaskan dari perwakilan negara.

Pengertian paling umum atau mendasar pertukaran misi berarti pengiriman perwakilan delegasi suatu negara untuk belajar di negara lain dengan misi tujuannya ialah mendapatkan berbagai macam bentuk informasi ataupun pengetahuan yang nantinya dapat bermanfaat bagi diri sendiri maupun untuk negaranya sendiri.

Dalam konteks pertukaran misi dilakukan melalui program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI). Beasiswa yang satu ini cukup unik, penerimanya akan ditempatkan di lima sanggar seni tradisi Indonesia, untuk mempelajari seni dan budaya Indonesia selama tiga bulan. Menurut Menteri Luar Negeri Republik Indonesia, Hassan Wirajuda, tujuan diselenggarakannya program BSBI adalah ingin memperkenalkan seni dan budaya Indonesia lewat para seniman negara-negara sahabat yang belajar langsung di Indonesia. Melalui program BSBI,

---

<sup>20</sup> *Ibid.*,

mereka tahu bahwa negara Indonesia adalah negara yang ramah bukan sarang teroris serta memiliki seni, budaya dan wisata yang indah.<sup>21</sup>

Program BSBI diadakan setiap tahun dan untuk pertama kalinya diselenggarakan oleh Departemen Luar Negeri RI pada tahun 2003. Melalui program BSBI, para alumni telah memperlihatkan antusiasme dan kecintaannya terhadap Indonesia. Terbukti, beberapa alumni BSBI dari Singapura, Fiji, Vanuatu serta negara-negara lainnya meminta secara khusus kepada Departemen Luar Negeri untuk menyelenggarakan sejenis workshop angklung dan juga tarian Indonesia di negara mereka.

Selain menerima delegasi dari negara lain melalui program BSBI, Indonesia juga mengirimkan delegasinya untuk memperkenalkan budaya dan pariwisata Indonesia ke luar negeri yaitu melalui program Duta Belia. Program Duta Belia dimulai dari tahun 2003 dan berlangsung setiap tahun. Program ini dirancang untuk menciptakan konstituen diplomasi dikalangan generasai muda dan untuk menambah wawasan dunia internasional serta pemahaman mengenai diplomasi Indonesia.<sup>22</sup> Tujuan program tersebut selain untuk memperkenalkan kebijakan luar negeri Indonesia dan masalah-masalah luar negeri, serta cara kerja diplomat Indonesia, juga sekaligus untuk mempromosikan budaya dan pariwisata Indonesia.

---

<sup>21</sup> Farid Maulana, Soni. 2007. Diplomasi Angklung (Pikiran-Rakyat, 2 Juli 2007), (<http://angklung-web-institute.com/content/view/521/2/lang,en/>, Diakses 1 Maret 2012.)

<sup>22</sup> Duta Belia Melakukan Diplomasi Angklung. 2008. (<http://www.tabloiddiplomasi.org/previous-issue/46-september-2008/348-duta-belia-melakukan-diplomasi-angklung.html>, diakses 1 Maret 2012.)

### **3. Konferensi**

Strategi promosi pariwisata Indonesia selain melalui eksepsi maupun program pertukaran misi adalah melalui bentuk konferensi. Yang dalam pengertian umumnya, konferensi merupakan suatu pertemuan resmi yang dapat dilakukan oleh dua negara bahkan lebih. Konferensi merupakan media komunikasi tatap muka yang memberikan suatu kemungkinan bahwa dengan adanya konferensi dapat dicapai suatu pemahaman bersama yang tidak mungkin dicapai melalui komunikasi secara tertulis.

Salah satu bentuk konferensi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia adalah menjadi tuan rumah World Ocean Conference (WOC). World Ocean Conference (WOC) 2009 dilaksanakan di Manado. Konferensi ini adalah forum untuk komunitas dunia yang mendiskusikan masalah kebaharian yang berkaitan dengan perubahan iklim saat ini. Selain itu di dalam WOC 2009 juga terdapat beberapa side events lainnya seperti Simposium dan Seminar Ilmiah dengan tema Kelautan, Perneran Bahari dengan skala Internasional, SSME (Sulu-Sulawesi Marine Ecoregion) dan puncak pertemuan para pemimpin dari Coral Triangle Initiative (CTI) yang disusun oleh Indonesia, Filipina, Malaysia, Papua New Guinea, Timor Leste dan Kepulauan Solomon.

## **D. Hipotesis**

Dengan kerangka pemikiran yang ada serta dikaitkan dengan permasalahan yang dikaji oleh penulis, maka dapat disimpulkan suatu hipotesis sebagai berikut :

Kebijakan yang diambil oleh pemerintah dalam memperbaiki citra pariwisata Indonesia di kancah internasional tahun 2007-2009 yaitu melakukan promosi pariwisata ke luar negeri secara proaktif, dengan strategi sebagai berikut:

1. Eksebsi, 2. Pertukaran Misi, 3. Konferensi

## **E. Tujuan Penulisan**

1. Memberi gambaran mengenai kebijakan yang dapat diambil oleh suatu negara (Indonesia) untuk memperbaiki citra serta memperkenalkan kebudayaan dan pariwisatanya ke negara lain.
2. Memberi gambaran mengenai strategi-strategi yang diambil pemerintah suatu negara (Indonesia) dalam upaya mensukseskan kebijakan yang telah dirumuskan.
3. Menerapkan ilmu dan teori-teori yang didapat penulis selama menempuh perkuliahan dengan permasalahan yang ada dalam bentuk tulisan.
4. Untuk memenuhi tugas sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan jenjang Strata-1 pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## **F. Metode Penulisan**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode penelitian:

1. Metode penelitian nirlibat dengan analisa muatan, bahwa peneliti tidak terlibat langsung dalam survey lapangan tetapi peneliti melakukan analisa dari data-data yang berasal dari berbagai media seperti buku, artikel, majalah, Surat kabar, internet dan lainnya.
2. Metode deskriptif-analitis yang bertujuan untuk menggambarkan secara cermat karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang diteliti dalam suatu situasi kemudian menganalisa mengapa gejala atau masalah tersebut terjadi. (Silalahi, 1999:100)

## **G. Jangkauan Penelitian**

Agar pembahasan tidak terlalu meluas, maka penulis membatasi masalah pada kebijakan pemerintah Indonesia dalam mempromosikan pariwisatanya terhadap negara-negara Internasional dan pengaruhnya terhadap kepentingan nasional negara Indonesia pada periode 2007-2009. Tahun 2007-2009 merupakan waktu dimana promosi pariwisata sangat gencar dilakukan oleh pemerintah Indonesia pasca tragedi Bom Bali II 2005 dan Gempa Bumi Yogyakarta 2006.

## **H. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan penulisan, maka pembuatan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab yang saling berkaitan sehingga menjadi satu kesatuan yang utuh.

### **BAB I, PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari : Latar Belakang Masalah, Pokok Permasalahan, Kerangka Pemikiran, Hipotesis, Tujuan Penulisan, Metode Penulisan, Jangkauan penelitian, dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II, CITRA BURUK PARIWISATA INDONESIA**

Bab ini memberikan gambaran citra buruk pariwisata Indonesia di kancah internasional yang disebabkan adanya bencana alam dan rangkaian terorisme.

### **BAB III, KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA KE LUAR NEGERI TAHUN 2007-2009.**

Bab ini membahas tentang kebijakan yang digunakan oleh pemerintah dalam memperbaiki citra pariwisata Indonesia serta untuk mempromosikan pariwisata Indonesia ke luar negeri tahun 2007-2009.

### **BAB IV, KESIMPULAN**

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari pembahasan-pembahasan pada bab-bab sebelumnya.