

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Alasan Pemilihan Judul

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang bisa diandalkan bagi Indonesia untuk mendapatkan devisa, karena pariwisata dianggap efektif dalam upaya menyebarkan informasi mengenai kondisi suatu negara, masyarakat dan budaya. Selain itu sektor ini juga memungkinkan peluang bagi masuknya investasi asing dan terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Tetapi dewasa ini kondisi pariwisata di Indonesia mengalami banyak kemunduran yang berdampak pula pada perekonomian.

Sebelum terjadi krisis multidimensional, sektor pariwisata mampu memberikan sumbangan yang cukup besar bagi peningkatan devisa negara, baik itu pemasukan dari wisatawan nusantara (winus) ataupun dari wisatawan mancanegara (wisman), tetapi sejak tahun 1998 tingkat pendapatan dari sektor pariwisata mengalami penurunan<sup>1</sup>. Hal ini disebabkan kondisi keamanan dalam negeri yang tidak stabil, dapat dilihat dari banyaknya kerusuhan dan aksi-aksi demonstrasi di berbagai daerah di beberapa kota besar di Indonesia, adanya aktifitas seperti ini juga ikut mempengaruhi kedatangan wisman ke Indonesia.

Tragedi peledakan bom di beberapa kota di Indonesia, bencana tsunami sampai berjangkitnya virus flu burung yang belakangan ini sering terjadi

---

<sup>1</sup> Tamara, edisi 26 tahun III, Januari 2002, hal 4

menimbulkan akibat buruk terhadap pariwisata di Indonesia. Atas dasar kondisi inilah penulis ingin memberikan sedikit gambaran mengenai kondisi yang terjadi dalam kepariwisataan kita ini. Dipilihnya Pasar Wisata Indonesia (PWI) 2005 di Yogyakarta sebagai studi kasus karena sedikit banyak, baik langsung maupun tidak langsung *event* pameran ini akan memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi upaya pemulihan citra pariwisata di Indonesia dan dalam rangka menunjukkan bahwa kondisi di Indonesia sendiri aman dan tidak seperti yang banyak diberitakan.

## **B. Tujuan Penulisan**

Tujuan Penulisan Skripsi ini adalah :

1. Untuk menguraikan bagaimana pameran Pasar Wisata Indonesia (PWI) 2005 yang diadakan di Yogyakarta ini dapat membantu meningkatkan citra pariwisata. Indonesia yang saat ini sedang berada pada tahap pemulihan.
2. Untuk memenuhi syarat wajib kelulusan Strata 1 (S1) pada jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIPOL Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## **C. Latar Belakang Masalah**

Suatu fenomena yang sangat menarik dalam hubungan internasional pada dua abad terakhir ini bahwa arus perjalanan manusia di seluruh dunia meningkat pesat akibat dari peningkatan perjalanan antar negara. Salah satu perjalanan antar negara itu adalah dengan tujuan wisata. Pariwisata mampu menjadi salah satu sektor andalan

panjang karena pariwisata sendiri dapat menciptakan kemakmuran melalui kesempatan kerja yang relatif besar. Selain merupakan suatu industri, pariwisata tidak hanya merupakan sumber devisa bagi negara tetapi juga sebagai faktor yang menentukan lokasi industri dan sangat membantu perkembangan daerah-daerah yang miskin akan sumber daya alam.

Indonesia merupakan negara yang terkenal dengan keanekaragaman kebudayaan yang tinggi dan merupakan bangsa yang sangat ramah : *extremely hospitable*, sifat ramah tamah rakyat Indonesia ini merupakan salah satu modal potensial dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara, sehingga pariwisata Indonesia merupakan prospek yang amat menjanjikan keuntungan. Sektor pariwisata memang merupakan industri global yang khas dan berbeda dengan industri global konvensional yang lain karena pariwisata adalah industri yang tidak mengenal akhir. Maka tantangan bagi setiap upaya pengembangan industri pariwisata adalah adanya penyesuaian yang harus dilakukan secara terus menerus disesuaikan dengan tingkat perekonomian, mengikuti trend baru para wisatawan serta perkembangan sosial politik yang sedang terjadi.

Dunia pariwisata kita mengalami masalah serius dan sangat berat pada waktu serangan teror bom yang terjadi di Bali tepatnya di Legian Kuta Bali pada waktu 12 Oktober 2002 seperti halnya yang terjadi di Amerika Serikat pada waktu tragedi 11 September 2001 di gedung World Trade Centre (WTC) yang juga menelan banyak korban. Korban yang tidak hanya dari pihak kita saja melainkan juga dari pihak luar

1. ... yang sedang melupakan perjalanan wisata ke pulau Bali. Bom yang

meledak yang diperkirakan seberat 100 kg tersebut menimbulkan ketidaknyamanan dalam melakukan wisata khususnya bagi wisatawan mancanegara.

Akibatnya keterpurukan kembali dialami sektor pariwisata karena ada beberapa negara yang mengeluarkan kebijakan politik luar negerinya yaitu dengan memberlakukan *travel warning* terhadap beberapa negara yang menjadi korban terjadinya terror ledakan bom, dan Indonesia termasuk di dalam negara yang mendapat peringatan perjalanan tersebut. Travel warning ini muncul sebagai bentuk perlindungan negara terhadap warganya, karena keamanan wisatawan tidak terjamin dengan adanya peristiwa yang dianggap membahayakan keselamatan wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Bisa dipastikan wisatawan tidak mau ambil resiko meskipun di daerah tersebut sudah tidak terjadi apa-apa. Negara-negara yang memberlakukan travel warning tersebut diantaranya adalah :

Amerika Serikat, pada tanggal 27 September 2001 Departemen Luar Negeri AS telah resmi mengeluarkan *travel warning* dan memperingatkan para warga Amerika untuk menunda perjalanan ke Indonesia, dan membatalkan beberapa kesepakatan kerjasama dengan pemerintah Indonesia.

Pemerintah Australia menegarai bahwa Indonesia bakal kembali menjadi sasaran teroris, Pemerintahan PM John Howard mengaku punya bukti-bukti kredibel yang menyatakan bahwa warga asing yang berada di Indonesia akan menjadi sasaran teroris. Peringatan tersebut tercantum dalam travel warning yang dirilis Departemen

1. M. N. 1. Departemen Australia dan untuk sementara waktu mereka

melarang warganya bepergian ke Indonesia dan bagi warga Australia yang masih di Indonesia diminta untuk segera meninggalkan Indonesia.

Selain itu pemerintah Swedia, Denmark serta China juga mengeluarkan kebijakan yang serupa untuk memberlakukan travel warning terhadap warganya agar mereka tidak melakukan perjalanan ke Indonesia

Belakangan ini di saat pariwisata di Indonesia sudah mulai membaik muncul isu baru yang gencar berkembang yang menyatakan bahwa Indonesia adalah sarang terorisme, karena beberapa tahun terakhir ini telah terjadi banyak aksi teror bom bunuh diri seperti yang terjadi di Kuningan, Bali, Poso dan lainnya serta menyebarnya beberapa virus seperti flu burung yang sedikit banyak telah memperburuk citra Indonesia dan membuat pariwisata di Indonesia semakin mengalami kemunduran<sup>4</sup>.

Peristiwa-peristiwa tersebut menyisakan citra buruk bagi pariwisata Indonesia di dunia internasional. Berbagai antisipasi telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan melakukan promosi di bidang pariwisata dan juga kebudayaan, disaat kondisi industri pariwisata sedang berada pada tahap pemulihan ternyata pemerintah telah berhasil mengadakan suatu perhelatan besar yaitu Pasar Wisata Indonesia (PWI) 2005 yang merupakan *event* pameran untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk kerajinan daerah, fasilitas wisata (seperti hotel, restaurant, *travel agents* dll.) serta daerah tujuan wisata yang ada di Indonesia ke pasar internasional.

PWI 2005 sendiri merupakan salah satu event pameran internasional yang telah tercatat dalam *calender event of international* seperti *International Tourism Board* (ITM Berlin), *World Travel Mart* (WTM London) serta *Arabian Travel Mart* (ATM). Ide menyelenggarakan PWI sendiri pertama kali dicetuskan oleh Bapak Joop Ave dan Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI) bekerjasama dengan International Tourism Board (ITB), Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), *Association of the Indonesian Tour and Travel Agents* (ASITA), dan seluruh industri pariwisata yang ada di Indonesia. Event ini pertama kali digelar di Jakarta pada tahun 1994 setelah sepuluh kali digelar di Jakarta dua tahun terakhir pada 2004 dan 2005 event ini diadakan di Yogyakarta.

Yogyakarta dipilih menjadi tempat dilaksanakannya kegiatan ini karena pemerintah setempat dinilai sangat proaktif dan memiliki kemauan yang kuat untuk bisa menarik kunjungan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Selain itu juga memiliki loyalitas yang tinggi terhadap kemajuan daerahnya dengan melaksanakan event yang bisa menempatkan dan menjadikannya sebagai kota tujuan wisata yang aman, indah dan nyaman.

PWI 2005 berlangsung mulai 23-26 September 2005 dan secara resmi telah dibuka pada tanggal 23 September 2005 bertempat di gedung Jogja Expo Centre (JEC) Yogyakarta oleh Bapak Sekjen Dep. Budpar (Sapta Nirwanda), dalam pelaksanaan event ini telah mencatat sebesar US 13 juta dengan peserta 124 seller

dari 16 propinsi di Indonesia dan 76 buyer dari 21 negara antara lain dari Australia, Singapura, Spanyol, Inggris dan Belanda.

Momentum pameran PWI 2005 ini amat strategis mengingat situasi politik dan ekonomi nasional yang belum sepenuhnya normal, ini adalah perhelatan besar bagi para pelaku pariwisata di Indonesia dan di seluruh dunia.

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

Dengan melihat latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan pokok sebagai berikut, “ **Faktor apa yang melatarbelakangi dilaksanakannya Pasar Wisata Indonesia 2005 di Yogyakarta ?**”

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

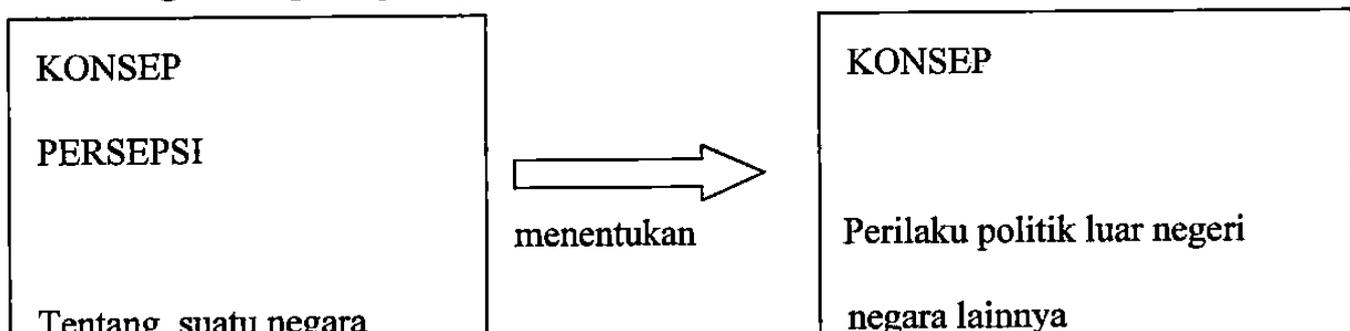
Ada beberapa teori dan konsep yang penulis gunakan untuk mendukung pembahasan permasalahan yang ada yaitu :

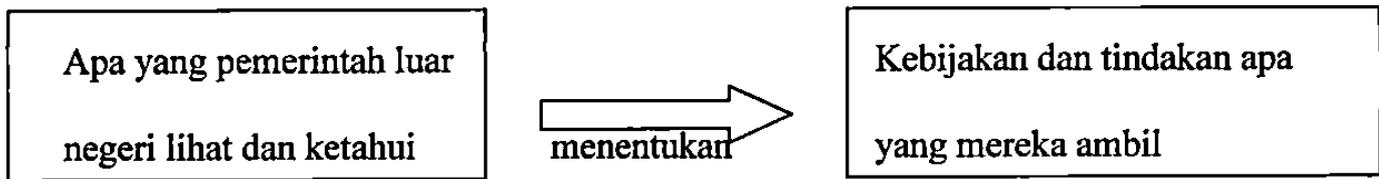
##### **1. Teori Persepsi**

Dari teori persepsi yang di ungkapkan oleh Holsti, penulis mencoba mendefinisikannya lewat gambar bagan di bawah ini :

Gambar 1.1

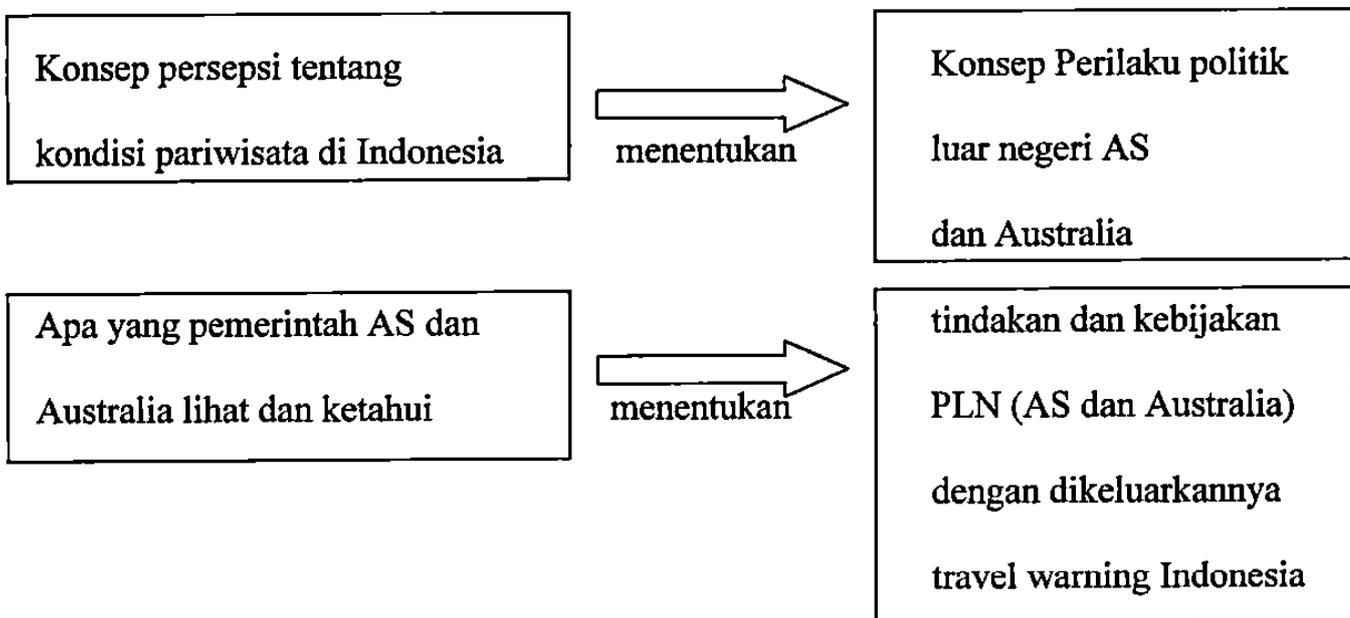
Hubungan mengenai persepsi sebuah negara dengan perilaku politik luar negerinya





Gambar 1.2

Bagan Aplikasi Teori



Dari teori tersebut bisa digunakan untuk menjelaskan permasalahan tentang faktor-faktor apa yang melatarbelakangi dilaksanakannya pameran Pasar Wisata Indonesia 2005 di Yogyakarta, maka penulis menggunakan Teori Persepsi sebagai acuan karena teori persepsi mengasumsikan bahwa perilaku suatu negara tergantung pada cara pandang negara tersebut terhadap obyek atau situasi yang ada, dan karena persepsi pulalah akan bisa mempengaruhi minat wisatawan mancanegara untuk





politik luar negeri yang baru yaitu dengan mencabut kebijakan travel warning terhadap Indonesia

## **2. Diplomasi Kebudayaan**

Diplomasi Kebudayaan dapat diartikan sebagai usaha-usaha suatu negara dalam upaya memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan termasuk didalamnya adalah pemanfaatan bidang-bidang ideologi, teknologi, politik, ekonomi, militer, sosial, pariwisata, kesenian dan lainnya dalam percaturan masyarakat internasional<sup>4</sup>

Diplomasi Kebudayaan adalah media yang efektif dimana merupakan alat penetrasi budaya yang kuat yang dapat menjadi wadah interaksi budaya dan komunikasi untuk saling memahami kebudayaan masing-masing. Makna kebudayaan dapat begitu efektif dalam diplomasi, hal ini disebabkan kebudayaan mempunyai unsur-unsur yang terdapat pada semua kebudayaan bangsa di dunia, sehingga pada dasarnya kebudayaan tersebut bersifat komunikatif, artinya dapat dipahami bahkan oleh masyarakat yang mempunyai latar belakang budaya yang berbeda. Kebudayaan sendiri juga bersifat manusiawi yaitu dapat lebih mendekatkan bangsa yang satu dengan yang lainnya, sifat positif inilah yang dapat membuka jalan bagi tercapainya tujuan diplomasi kebudayaan.

Dalam Diplomasi Kebudayaan ada dua penerapan konsep yang tepat unuk digunakan dalam permasalahan ini yaitu :

---

<sup>4</sup> Tulus Warsito, *Diplomasi Kebudayaan : Dalam Startegi Politik Luar Negeri Negara-negara Sedang*

## 1. Eksebisi

Eksebisi atau pameran dapat dilakukan untuk menampilkan konsep-konsep atau karya kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi maupun nilai-nilai sosial dari suatu bangsa pada bangsa lain. Eksebisi ini merupakan bentuk dari diplomasi kebudayaan yang paling konvensional mengingat gaya diplomasi modern adalah diplomasi secara terbuka yang artinya bahwa diplomasi modern secara konvensional menganut dasar yang eksibisionistik dan transparan.

Eksibisionistik artinya setiap bangsa dianggap mempunyai keinginan untuk selalu pamer tentang keunggulan tertentu yang di milikinya, sehingga pada gilirannya citra bangsa yang bersangkutan dapat memperoleh kehormatan yang lebih tinggi. Dan bersifat transparan karena kemajuan teknologi informasi mengakibatkan setiap fenomena yang terjadi dalam suatu negara tertentu dapat diketahui oleh negara lain. Eksebisi dapat saja dilakukan di luar negara maupun di dalam negara baik secara sendirian (satu negara) maupun secara multinasional. Manfaat yang dapat diambil dari eksebisi adalah adanya pengakuan yang dikaitkan dengan kepentingan nasional, baik melalui pariwisata, pendidikan, kesenian, kebudayaan dan lain-lain.

Biasanya eksebisi bersifat formal, legal, terbuka serta langsung. Formal memberikan pengertian seremonial, protokoler, sesuai dengan konvensi yang berlaku. Legal berarti bukan subversive, sesuai dengan konstitusi negara yang bersangkutan. Dan terbuka artinya sangat terbuka untuk semua kalangan masyarakat dan media

1. \* \* \* \* \* Eksebisi tersebut dilakukan secara langsung kepada

Pasar Wisata Indonesia 2005 bisa dikatakan sebagai bentuk dari eksebisi, karena pameran tersebut memamerkan dan mempromosikan berbagai macam produk kerajinan daerah, kesenian, kebudayaan, pendidikan serta fasilitas-fasilitas dan tempat wisata yang bisa dikunjungi di Indonesia khususnya di Yogyakarta, baik berupa wisata alam, wisata budaya ataupun wisata sejarah. Diharapkan dari pameran PWI 2005 tersebut para delegasi dari masing-masing negara akan tertarik dan berminat untuk membeli produk-produk pariwisata yang ditawarkan. Sifat formal ditunjukkan dengan adanya pembukaan yang menandakan peresmian berlangsungnya pameran tersebut. Sedangkan diakhir kegiatan ditandai dengan adanya penutupan yang menandakan peresmian berakhirnya pameran. Semua itu dilakukan dengan sebuah upacara yaitu dengan adanya pembukaan dan penutupan untuk menandakan bahwa acara tersebut dilaksanakan bukan sekedar spontanitas. Selain itu di dalam pameran tersebut pemerintah Indonesia juga menampilkan berbagai macam pertunjukan kesenian dan kebudayaan daerah yang dimiliki (seperti tari Aggitan, Golek Asmorodono, Senggono dll.) secara langsung kepada masyarakat bangsa lain sesuai dengan sifat eksebisi.

Dengan adanya pameran Pasar Wisata Indonesia 2005 yang merupakan wujud kongkrit dari salah satu bentuk eksebisi, maka diharapkan akan ada pengakuan dari dunia internasional terhadap Indonesia terutama dalam bidang pariwisata. Pengakuan tersebut dikaitkan dengan kepentingan nasional bahwa pemerintah Indonesia menginginkan kondisi keamanan yang sudah terkendali saat ini bisa diketahui oleh



Pameran ini merupakan media komunikasi karena sesuai dengan pengertian media yaitu berperan sebagai perantara antara komunikator dan komunikan, maka pameran ini menjadi perantara antara pemerintah Indonesia dengan para pelaku pariwisata, dimana pesan tersebut berupa informasi tentang keamanan yang telah stabil dan kondisi nyaman untuk melakukan kunjungan wisata kembali di Indonesia. Selain itu pameran ini juga memanfaatkan media massa (cetak dan elektronik) dalam mempermudah penyebaran informasinya. Dengan jangkauan yang luas dari media massa tersebut maka diharapkan pesan yang ingin disampaikan dapat mengenai. Contoh konkritnya seperti usaha pemerintah Indonesia untuk menyakinkan kepada para delegasi dari luar negeri dengan memberikan gambaran tentang persiapan keamanan pameran melalui media massa, dan hal ini memberikan hasil positif terbukti dengan banyaknya jumlah peserta yang ikut dari berbagai negara.

Untuk mengukur keberhasilan propaganda maka diperlukan adanya opini publik sebagai penilai. Keterkaitan antara opini publik dengan propaganda sangat erat karena timbal balik yang didapat dari propaganda yaitu berupa respons dari masyarakat banyak yang kemudian menjadi tolak ukur dari sukses atau tidaknya propaganda itu. Opini publik adalah kelompok yang tidak terorganisasi serta menyebar di berbagai tempat disatukan oleh suatu isu tertentu dengan saling mengadakan kontak satu sama lain dan biasanya melalui media massa. Timbulnya opini publik ini meliputi dua sebab yaitu direncanakan dan tidak direncanakan karena memiliki target tertentu yang menjadi sasaran yang jelas. Opini publik semacam ini



satunya adalah dengan memanfaatkan pameran (seperti pameran Pasar Wisata Indonesia 2005).

## **F. Hipotesa**

Dari analisa diatas, penulis mendapatkan suatu hipotesa bahwa faktor yang melatarbelakangi dilaksanakannya PWI 2005 di Yogyakarta adalah karena adanya keinginan dari pemerintah Indonesia untuk memperbaiki citra negatif pariwisata Indonesia di dunia internasional dengan dukungan penuh dari Badan Pariwisata Dunia (*World Tourism Organization* dan *International Tourism Board*) serta seluruh pelaku pariwisata baik dalam maupun luar negeri.

## **G. Metode Penulisan**

Dalam menganalisa dan menyusun skripsi ini penulis menggunakan metode studi pustaka yaitu dengan mengumpulkan data sekunder dari berbagai pustaka berupa buku-buku, surat kabar, jurnal, internet dan media lainnya.

## **H. Jangkauan Penulisan**

Penulisan ini dibatasi setelah diselenggarakannya Pasar Wisata Indonesia 2005 pada bulan September 2005 karena saat penulis menyusun skripsi ini

## **I. Sistematika Penulisan**

**BAB I** Pendahuluan dimana di dalamnya berisi tentang apa, siapa, dan bagaimana PWI 2005 di laksanakan di Yogyakarta pada 23-26 September 2005, juga mengenai peristiwa-peristiwa teror bom yang merupakan pukulan besar bagi pariwisata di Indonesia, serta upaya dari pemerintah Indonesia untuk memulihkan citra pariwisata di mata internasional dan semuanya terangkum di dalam alasan pemilihan judul, tujuan penulisan dan latar belakang masalah dimana di dalamnya juga termuat kerangka pemikiran, hipotesa, jangkauan penelitian, metode pengumpulan data serta sistematika penulisan yang dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan penulisan ini dan semuanya terangkum di dalam bab ini yang juga merupakan gambaran dari isi skripsi serta menjadi dasar bagi uraian bab selanjutnya.

**BAB II** Membahas mengenai gambaran umum tentang pengertian

wisatawan, Pariwisata dan kondisi pariwisata di Indonesia beberapa tahun terakhir ini, dan mengenai program-program pariwisata yang berkaitan dengan hubungan luar negeri, juga lengkap dengan gambaran mengenai fenomena pariwisata.

**BAB III** Berisi tentang gambaran umum DIY, keadaan wilayah, visi dan misi serta

keberadaan Yogyakarta sebagai pusat pendidikan, selain itu juga dijelaskan mengenai trend pariwisata di Yogyakarta, produk-produk kerajinan serta fasilitas-fasilitas yang dapat diikmati ketika melakukan wisata di

**BAB IV** Berisi mengenai latar belakang, tujuan, kegiatan dan semua yang

berhubungan dengan pelaksanaan Pasar Wisata Indonesia 2005, serta upaya dari pemerintah Indonesia dalam rangka memulihkan citra pariwisata di Indonesia dan penjelasan tentang kondisi Yogyakarta sebagai tuan rumah PWI 2005.

**BAB V** Kesimpulan dimana merupakan suatu rangkaian kesimpulan dari awal sampai

akhir mengenai faktor faktor apa saja yang melatarbelakangi dilaksanakannya

Dear Sir,

I have the honor to acknowledge the receipt of your letter of the 14th inst. in relation to the above mentioned matter.

The same has been referred to the appropriate authorities for their consideration.

I am, Sir, very respectfully,  
Yours obediently,  
[Signature]

Very truly yours,  
[Signature]

[Name]  
[Title]  
[Address]  
[City]  
[State]  
[Country]

Enclosed for you are the following documents:

- 1. [Document Name]
- 2. [Document Name]
- 3. [Document Name]

I am, Sir, very respectfully,  
Yours obediently,  
[Signature]