

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Ilmu Hubungan Internasional adalah ilmu yang memiliki cakupan yang sangat luas seperti politik, ekonomi, hukum, dan sosial budaya. Dalam bidang ekonomi itu sendiri mencakup beberapa hal salah satunya adalah industri pariwisata. Pada era Globalisasi saat ini, pariwisata tidak lagi dapat dipisahkan dari studi Hubungan Internasional. Pariwisata merupakan salah satu potensial untuk dikembangkan dalam usaha untuk memperoleh devisa.

Sektor pariwisata berperan sebagai penyumbang devisa terbesar selain minyak dan gas bumi, menjadi sektor yang diandalkan oleh pemerintah untuk pembangunan ekonomi nasional, sehingga pengembangan dan pemanfaatan aset pariwisata dapat memberi kontribusi yang signifikan dalam mewujudkan peran sektor pariwisata sebagai andalan pembangunan di masa depan. Indonesia sangat menaruh harapan pada pariwisata sebagai “komoditas ekspor” yang diharapkan mampu mengganti peran migas. Harapan ini cukup beralasan, karena Indonesia memiliki potensi.

Dewasa ini pariwisata telah menjadi salah satu industri andalan dalam menghasilkan devisa di berbagai negara. Data perkembangan pariwisata dunia menunjukkan bahwa pada saat terjadi krisis minyak tahun 1970-an, maupun pada saat terjadinya resesi dunia awal tahun 1980an, pariwisata tetap melaju, baik

dilihat dari jumlah wisatawan internasional maupun penerimaan devisa dari sektor pariwisata.

B. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang penuh dengan kekayaan dan keragaman budaya, ras, bahasa daerah, suku bangsa, agama dan kepercayaan, dan masih banyak lainnya.¹ Indonesia adalah potret kumpulan kebudayaan yang bervariasi dan lengkap, dan yang terpenting adalah masyarakat Indonesia memiliki jalinan sejarah dan dinamika interaksi antar budaya sejak dulu, dilihat dari segi sosial budaya. Interaksi antar budaya ini tak hanya melalui antar suku bangsa, melainkan juga antar peradaban yang ada di dunia. Sebagai contoh, berlabuhnya kapal-kapal dagang Bangsa Portugis di pelabuhan di Banten di abad pertengahan silam. Dari sini terlihat bahwa Indonesia mulai membuka diri pada pergaulan lingkup internasional.

Indonesia memiliki keanekaragaman budaya dengan ratusan jumlah suku bangsa yang hidup di seluruh Indonesia baik secara sendiri-sendiri maupun sebagai kesatuan bangsa Indonesia. Keanekaragaman budaya yang dimiliki tersebut merupakan sumber daya tarik utama yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan berbagai ragam wisata yang berbasis pada sumberdaya warisan budaya. Berbagai warisan budaya dari masa Prasejarah, Hindu Budha, Islam maupun Kolonial merupakan objek dan daya tarik wisata yang menarik minat wisatawan mancanegara.

¹ <http://www.inmetmining.com/menilik-kekayaan-dan-keragaman-indonesia/> diakses pada 28 januari 2016

Pariwisata budaya sebagai salah satu produk pariwisata merupakan jenis pariwisata yang disebabkan adanya daya tarik dari seni budaya suatu daerah.² Pariwisata budaya pada intinya merupakan jenis pariwisata yang menawarkan kebudayaan yang berupa atraksi budaya baik yang bersifat *tangibel* atau konkret maupun *intangibel* atau abstrak, juga yang bersifat *living culture* (budaya yang masih berlanjut) dan *cultural heritage* (warisan budaya masa lalu), sebagai daya tarik utama untuk menarik kunjungan wisatawan.

Pariwisata sebagai suatu sektor kehidupan telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam dan budaya ke belahan atau kawasan dunia lainnya.³ Pergerakan jutaan manusia selanjutnya menggerakkan mata rantai ekonomi yang saling berkaitan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa-bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal.

Sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang berpengaruh dalam pembangunan industri, dikembangkan dalam rangka lebih meningkatkan laju pembangunan nasional. Produk wisata dihasilkan oleh berbagai perusahaan seperti jasa hotel, jasa angkutan, jasa hiburan, jasa penyelenggara tour dan sebagainya. Disediakan oleh masyarakat antara lain adalah jalanan dan

² <https://anggorocahyadi.wordpress.com/2010/01/27/pengembangan-pariwisata-budaya-dan-tantangannya/> diakses pada 28 januari 2016

³ Rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010-2025 dalam <http://www.budpar.go.id/asp/detil.asp?c=11&id=685> diakses pada 28 januari 2016

keramahtamahan rakyat. Disediakan oleh alam seperti pemandangan alam, pantai, lautan, dan sebagainya.⁴ Pariwisata perlu dikembangkan sebagai salah satu sumber industri andalan, pariwisata juga sangat berkaitan dalam membangun suatu negara.

Sektor pariwisata secara tidak langsung berkaitan dengan sektor perekonomian yang memproduksi barang dan jasa yang banyak dikonsumsi oleh wisatawan, baik itu wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Dengan kata lain, pariwisata dapat menjadi sektor yang dapat mendorong tingkat pertumbuhan sektor-sektor lainnya seperti sektor pertanian, perdagangan, dan lainnya. Dampak ekonomis dari pariwisata yaitu dalam bentuk pemerataan pendapatan, kesempatan kerja dan investasi.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor industri terbesar di dunia yang merupakan andalan PAD (Pendapatan Asli Daerah) maupun penghasil devisa di berbagai negara. Terkait dengan pembangunan daerah, maka upaya untuk mewujudkan keberhasilan pelaksanaan pembangunan ekonomi di suatu daerah sangat bergantung dengan kualitas perencanaan pembangunan. Pemanfaatan serta pengelolaan sumber daya yang dimiliki secara optimal dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pembangunan yang dilakukan harus dapat menggali seluruh potensi yang ada, seperti potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, potensi budaya dan potensi lainnya yang harus diupayakan secara optimal.

⁴http://setneg.go.id//index.php?option=com_perundangan&id=2189&task=detail&catid=1&Itemid=42&tahun=2009 diakses tanggal 28 januari 2016

Kebudayaan Indonesia berkaitan dengan keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya masyarakat yang tinggal mendiami wilayah Indonesia. Kebudayaan Indonesia yang terbentuk dari ratusan budaya daerah memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan negara lain. Di sini ditemukan ratusan adat istiadat, kesenian, dan bahasa suku bangsa yang berbeda-beda, yang merupakan potensi untuk dikembangkan dalam proses pembangunan ke depan terutama untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat lahir dan batin.⁵ Sejalan dengan globalisasi, para aktor Hubungan Internasional juga semakin luas, tidak hanya meliputi negara (state actors) saja namun telah meluas pada aktor-aktor selain negara (non-state actors) seperti Organisasi Internasional, LSM, MNCs, media, kelompok kepentingan, bahkan individu sehingga membawa perubahan dalam praktek hubungan internasional.

Dalam menghadapi era Global seperti sekarang ini, tidak mungkin kebudayaan Indonesia akan menutup diri, bebas dari pengaruh kebudayaan lainnya. Informasi yang mengalir dari suatu tempat ke tempat lain . Indonesia dalam upaya mencapai kepentingan nasionalnya atau memenuhi kebutuhan dalam negerinya, juga melakukan kerjasama/ diplomasi dengan negara lain. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kepentingan nasional juga untuk mempererat hubungan kerjasama dengan negara lainnya. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam proses pencapaian kepentingan nasionalnya adalah dengan melakukan diplomasi kebudayaan. Diplomasi yang dilakukan oleh Departemen Luar Negeri (Deplu) yang turut mengaktualisasikan program dan prioritas untuk ikut mewujudkan Indonesia yang bersatu, adil, dan sejahtera.

⁵ <https://anggorocahyadi.wordpress.com/2010/04/07/pembangunan-kebudayaan-untuk-peningkatan-kesejahteraan-masyarakat/> diakses tanggal 2 februari 2016

Dengan adanya peningkatan industri pariwisata, bukan hanya di Indonesia tapi juga negara-negara di kawasan ASEAN ingin meningkatkan kerjasama dengan negara-negara lainnya. ASEAN yang merupakan singkatan dari *Association of South East Asia Nations* merupakan perhimpunan negara-negara Asia Tenggara yang memiliki maksud dan tujuan yang sama untuk kepentingan masing-masing negaranya. Negara-negara di kawasan Asia Tenggara memiliki kekayaan sumber daya alam yang berlimpah, dan dikenal dengan negara-negara yang memiliki keberagaman budaya, keramahan penduduknya, dan juga beriklim tropis di setiap daerah. ASEAN merupakan wilayah yang cukup diminati wisatawan dunia, sekitar tujuh puluh persen masyarakat dunia melakukan perjalanan ke ASEAN setiap tahunnya.

ASEAN Tourism Forum merupakan kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan kawasan ASEAN sebagai salah satu tujuan utama wisatawan. Forum ini sudah didirikan sejak tahun 1981 di Malaysia. Setiap tahunnya ASEAN Tourism Forum ini diselenggarakan di negara-negara anggota ASEAN secara bergiliran, negara-negara ASEAN sendiri terdiri dari 10 negara yaitu : Brunei Darussalam, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam.

Negara-negara di kawasan ASEAN memiliki potensi pariwisata yang sangat banyak, terlebih lagi Indonesia yang merupakan negara yang memang memiliki sumber daya alam yang berlimpah, memiliki ciri khas kebudayaan, adat istiadat, serta letak yang strategis menjadi salah satu faktor peningkatan pariwisata kawasan ini.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat ditarik rumusan masalahnya adalah :”Bagaimana peran ASEAN Tourism Forum dalam peningkatan pariwisata Indonesia ke kancah Internasional ?”

D. Kerangka Pemikiran

Konsep Pariwisata Internasional

Pariwisata menurut konsep pariwisata memiliki arti sebagai berikut :

“kepariwisataan adalah sejumlah kegiatan terutama ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman, dan Bergeraknya orang-orang yang keluar masuk suatu kota, daerah atau negara.”⁶

Konsep pariwisata internasional memiliki arti yang luas didalam mengartikan secara pasti apa yang dimaksud dengan pariwisata internasional. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu seseorang yang melakukan suatu perjalanan dengan tujuan apapun. Menurut Gamal Suwanto, pariwisata internasional merupakan suatu kegiatan perjalanan wisata dari suatu daerah ke daerah lain didalam negeri yang sama atau perjalanan wisata dari suatu negara ke negara lain.

⁶ Oka A yoeti, pengantar ilmu pariwisata, PT Pradnya Paramita, 1997. Hal 121

Menurut definisi Organisasi Pariwisata Dunia, Pariwisata atau *Tourisme* adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini.

Menurut Mocintosh dan Goeldner, pariwisata adalah jumlah dari fenomena dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, pemasok bisnis, pemerintah, dan masyarakat dalam proses menarik dan hosting wisatawan dan pengunjung lainnya.

Sedangkan menurut H. Kodhyat, pengertian pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

WTO menyatakan, "Pariwisata internasional adalah penghasil devisa terbesar dunia dan merupakan faktor penting dalam neraca pembayaran di banyak negara. Penerimaan devisa dari pariwisata internasional mencapai 423 miliar dolar AS pada tahun 1996, mengungguli ekspor produk minyak tanah, kendaraan bermotor, peralatan telekomunikasi, tekstil maupun barang atau jasa lainnya". Laporan yang sama menyatakan, "Pariwisata adalah industri yang paling berkembang pesat di dunia," dan industri itu menyumbang hingga "10 persen Produk Domestik Bruto dunia". Tidak heran apabila kebanyakan negara, sekarang

bahkan mencakup beberapa negara bekas Uni Soviet, ikut dalam atau bergegas memasuki industri pariwisata internasional.⁷

Ada tiga hal penting yang dilontarkan oleh WTO (World Tourism Organization) sehubungan dengan perkembangan industri pariwisata ke depan.⁸

1. Pariwisata identik dengan kehidupan modern dan dalam kondisi ekonomi sektor ini mampu bertahan dengan pertumbuhan yang relatif tinggi.
2. Meskipun pariwisata masih terkonsentrasi di daerah tertentu, kegiatannya mulai tersebar ke berbagai wilayah di seluruh dunia.
3. Pertumbuhan dan perkembangan pariwisata merupakan tantangan bagi perkembangan ekonomi suatu negara.

Produk pariwisata juga dapat diartikan sebagai gabungan / campuran dari fasilitas dan pelayanan, seperti yang diungkapkan oleh Manuel Baud Bouvy & Fred Lawson, *Tourism & Recreation Handbook of Planning and Design* (Architectural Press, 1998) “Tourism products are an amalgam of resources, facilities and services”.⁹ Objek dan daya tarik Wisata (ODTW) yang merupakan bentukan nyata dari produk pariwisata tersebut dapat dikategorikan ke dalam 3 kelompok, antara lain:

1. ODTW berbasis alam
2. ODTW berbasis pada sejarah dan budaya,

⁷ <http://wol.jw.org/id/wol/d/r25/lp-in/102002084#h=8> diakses tanggal 23 februari 2016

⁸ Disampaikan oleh Heru Nugroho dalam SemNas dengan tema “Trend Pariwisata Internasional dan Prospeknya bagi negara-negara berkembang”, pusat studi pariwisata UGM. 26 maret 1996

⁹ <http://konsep-pariwisata.blogspot.co.id/2009/04/konsep-produk-wisata-2.html> diakses tanggal 24 februari 2016

3. serta ODTW yang berorientasi kepada minat khusus (special interest)

Sesuai dengan Undang-Undang RI NO. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, usaha pariwisata digolongkan ke dalam :

- a. Usaha Jasa Pariwisata, terdiri dari :
 - 1) Jasa Biro Perjalanan Wisata
 - 2) Jasa Agen Perjalanan Wisata
 - 3) Jasa Pramuwisata
 - 4) Jasa Konvensi, Perjalanan Intensif dan Pameran
 - 5) Jasa Impresariat
 - 6) Jasa Konsultan Wisata
 - 7) Jasa Informasi Wisata
- b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, dikelompokkan dalam :
 - 1) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam
 - 2) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya
 - 3) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus.
- c. Usaha sarana pariwisata yang dikelompokkan dalam :
 - 1) Penyediaan akomodasi
 - 2) Penyediaan makanan dan minuman
 - 3) Penyediaan angkutan wisata
 - 4) Penyediaan sarana wisata tirta
 - 5) Penyediaan kawasan pariwisata

Bagaimana membuat wisatawan merasa betah dan ingin terus kembali ke daerah tujuan wisata, hal inilah yang perlu mendapat perhatian yang serius pada

suatu daerah tujuan wisata, khususnya daerah tujuan wisatawan Internasional. Yang pertama, pelayanan yang baik yang bisa memenuhi segala keinginan yang dimiliki oleh wisatawan. Yang kedua, menjaga keindahan dan kelestarian alam serta budaya, karena hal tersebut merupakan aset pariwisata.

Industri pariwisata (Tourism Industry) merupakan komponen yang penting dalam dunia pariwisata, yang berupa pelayanan jasa atau produk yang dihasilkan bilamana wisatawan sedang melakukan perjalanan wisata. Dengan demikian, tujuan dari industri pariwisata disini adalah untuk memenuhi segala permintaan konsumen (wisatawan) yang memerlukan pelayanan. Dengan kata lain, industri pariwisata merupakan semua usaha produksi yang menghasilkan barang atau jasa kepariwisataan dalam rangka memberikan pelayanan kepada wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata.

Hal-hal yang perlu dipenuhi oleh industri pariwisata untuk memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan yaitu adalah :

- a. Perusahaan angkutan, dimana sebagai penghantar wisatawan untuk bisa melakukan perjalanan wisata dari daerah asal ke daerah tujuan wisata. Oleh karena itu, perusahaan angkutan sangat berperan penting dalam industri pariwisata.
- b. Atraksi wisata sebagai daya tarik akan keberlangsungan perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan. Atraksi yang mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, dan adanya perjalanan wisata karena ada unsur ketertarikan pada daerah tujuan wisata yaitu berupa atraksi wisata atau atraksi kebudayaan masyarakat setempat.

- c. Akomodis sebagai tempat peristirahatan bagi wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata. Untuk menjamin kenyamanan pada tempat tujuan wisata, tentunya wisatawan membutuhkan tempat yang layak untuk beristirahat atau tinggal sementara.
- d. Promosi dan distribusi industri pariwisata sebagai pelengkap dari atraksi wisata, karena faktor promosi bisa mempengaruhi peningkatan kunjungan wisata. Dimana promosi ini dibuat untuk memasarkan dan memperkenalkan keunikan dari atraksi wisata yang ada,
- e. Tour operator & whole seller sebagai pembuat dan penjual paket perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan. Tour operator & whole seller juga berperan penting dalam mempromosikan daerah tujuan wisata. Selain itu industri ini juga berfungsi untuk membuat jadwal dan melancarkan proses perjalanan wisatawan.

Menyadari pentingnya industri pariwisata secara ekonomi, maka setiap negara haruslah menyediakan dan memberikan pelayanan terbaik untuk wisatawan yang berkunjung. Dengan memberikan pelayanan yang baik, maka terciptalah citra yang baik dan kuat dalam rangka menghasilkan daya tarik yang kuat dari suatu destinasi. Artinya, pembentukan citra merupakan tahapan yang sangat kritis bagi wisatawan, konsekuensinya citra destinasi akan memainkan peran penting, baik dalam menarik maupun menahan wisatawan.

Tujuan utama suatu negara mengembangkan industri pariwisata di negara masing-masing, tidak lain ialah penerimaan devisa dari pengeluaran wisatawan yang berkunjung. Kalau devisa hasil ekspor diperoleh dari penjualan barang-

barang di luar negeri, dalam hal pariwisata devisa itu diperoleh dari pengeluaran wisatawan yang mengunjungi suatu negara. Agar devisa sektor pariwisata itu lebih banyak diterima, maka diusahakan wisatawan yang datang lebih banyak.

Konsep Kerjasama Regional

Regionalisme memiliki kaitan yang erat dengan studi kawasan. Menurut Mansbaach, region atau kawasan adalah pengelompokan regional diidentifikasi dari basis kedekatan geografis, budaya, perdagangan dan saling ketergantungan ekonomi yang saling menguntungkan, komunikasi serta keikutsertaan dalam Organisasi Internasional.

Bruce Russet mengemukakan kriteria suatu region atau kawasan, sebagai berikut:

- Adanya kemiripan sosio-kultural,
- Sikap politik atau perilaku eksternal yang mirip, yang biasanya tercermin pada voting dalam sidang-sidang PBB,
- Keanggotaan yang sama dalam organisasi-organisasi supranasional atau antarpemerintah,
- Interdependensi ekonomi yang diukur dengan kriteria perdagangan sebagai pendapatan nasional.

- Kedekatan geografik yang diukur dengan jarak terbang antara ibukota-ibukota negara tersebut.¹⁰

Proses berlangsungnya Regionalisme menurut Andrew Hurrell, adalah sebagai berikut :¹¹

a. Regionalisasi.

Proses ini merujuk pada proses pertumbuhan integrasi social-integrasi kemasyarakat-dalam suatu wilayah dalam proses interaksi sosial dan ekonomi yang cenderung tidak terarah (undirected). Proses ini bersifat alami dimana dengan sendirinya negara-negara yang saling bertetangga, yang secara geografis berdekatan, melakukan serangkaian kerjasama guna memenuhi berbagai kebutuhan yang tidak bisa dipenuhi sendiri.

b. Kesadaran dan identitas regional (*regional awareness and identity*).

Yaitu kesadaran regional-persepsi bersama tentang rasa memiliki pada suatu komunitas tertentu dengan faktor internal sebagai pengikat. Sering diidentifikasi dalam kerangka kesamaan budaya, sejarah atau tradisi agama. Kesadaran regional juga sering diidentifikasi sebagai sesuatu yang bertentangan dengan “*others*” (hal atau pihak lain yang berasal dari luar komunitas tersebut), yang sifatnya eksternal, terutama menyangkut masalah ancaman keamanan.

c. Kerjasama regional antar negara.

¹⁰ Andre H.Pareira,1999, Perubahan Global dan Perkembangan Studi Hubungan Internasional, Bandung.hal.154

¹¹ Nuraeni S.Deasy Silvy, Arifin Sudirman, 2010, Regionalisme: dalam studi Hubungan Internasional, Yogyakarta.Hal 6

Merujuk pada aktivitas kerjasama regional yang menunjukkan interdependensi termasuk negosiasi-negosiasi bilateral sampai pembentukan rezim yang dikembangkan untuk memelihara kesejahteraan, meningkatkan nilai-nilai bersama, serta memecahkan masalah bersama terutama yang timbul dari meningkatnya tingkat interdependensi regional.

d. Integrasi Regional yang didukung negara.

Proses ini melibatkan pembuatan kebijakan khusus oleh pemerintah yang disusun untuk mengurangi atau menghilangkan hambatan-hambatan dalam pertukaran barang, jasa dan orang-orang. Kebijakan-kebijakan tersebut telah melahirkan literatur dalam jumlah yang banyak tentang proses integrasi.

e. Kohesi regional.

Merujuk pada kemungkinan kombinasi dari keempat proses yang terdahulu mengarah pada terbentuknya unit regional yang kohesif dan konsolidasi. Hal ini dapat dilihat dari berbagai model termasuk pembentukan organisasi supranasional secara bertahap dalam konteks peningkatan integrasi ekonomi, atau melalui intensitas kerjasama dan pembentukan rezim-rezim.

Setelah tahun 1945, terjadilah pemekatan pertumbuhan organisasi-organisasi regional. Hal yang terpenting dalam regionalisme bukanlah terbentuknya organisasi formal yang mungkin berfungsi sebagai aktor semi-otonom tetapi dalam menjaga pola-pola aktivitas internasional secara keseluruhan yang bisa membuat organisasi tersebut mungkin muncul. Suatu organisasi

regional hanya dimaksudkan khusus pada kategori negara-negara yang cakupannya lebih rendah daripada tatanan global.¹²

Salah satu contoh kerjasama regional yang telah lama dibentuk yaitu ASEAN (Association of South East Asian Nation) sejak tahun 1967. Kerjasama regional ini bertujuan untuk mempererat hubungan antar negara-negara Asia Tenggara dalam berbagai bidang seperti ekonomi, sosial, dan pengembangan budaya) dan juga meningkatkan perdamaian dan stabilitas regional dengan cara menghormati keadilan dan tertib hukum di antara negara-negara anggota. Konferensi Tingkat Tinggi dilakukan oleh ASEAN setiap tahunnya untuk membahas, mengevaluasi, dan menyepakati perjanjian-perjanjian baru antara negara-negara anggota.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dari rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang diuraikan diatas, maka hipotesis yang didapat dalam penelitian ini adalah :

1. Menjalankan dan menerapkan strategi pemasaran pariwisata untuk wilayah ASEAN.
2. Meningkatkan kunjungan wisatawan melalui *ASEAN Common Visa*.

¹² ibid

3. Merealisasikan MRA (Mutual Recognition Agreement) kepada profesional pariwisata ASEAN

F. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui dan menjelaskan peran ASEAN Tourism Forum dalam peningkatan pariwisata Indonesia ke kancah internasional.
- b. Menempatkan pariwisata sebagai bagian dari diplomasi kebudayaan dan sebagai salah satu bagian dari cara dan seni berdiplomasi yang tidak kalah menarik dengan bidang ilmu yang lain dalam Ilmu Hubungan Internasional, serta menjadikannya sarana untuk menjalin kerjasama dan pemberi identitas dari pelaksanaan politik luar negeri dalam rangka mencapai kepentingan daerah maupun kepentingan nasional.

G. Metode Pengumpulan Data

Untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan metode library research atau studi kepustakaan dengan berbagai literatur, seperti buku, majalah, serta penggunaan media release yaitu internet karena merupakan media yang paling relevan untuk menjadi literatur dalam penulisan skripsi ini.

H. Sistematika Penulisan

BAB 1 : Dalam bab satu ini, yakni bab pendahuluan, memuat latar belakang penulisan, pokok permasalahan, kerangka teori, hipotesa, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum dari judul ; pariwisata Indonesia, peran Indonesia di ASEAN, kesiapan pariwisata negara Indonesia dalam menghadapi AEC, perkembangan pariwisata di Indonesia, perkembangan pariwisata negara-negara ASEAN.

BAB 3 : Dalam bab ini akan membahas mengenai ASEAN dan Industri pariwisata negara-negara anggota ASEAN.

BAB 4 : Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang ASEAN Tourism Forum, peran dan pengaruh ASEAN Tourism Forum dalam peningkatan pariwisata Indonesia ke kancah Internasional, dan program-program yang dijalankan ASEAN Tourism Forum.

BAB 5 : Pada bab terakhir ini berisi kesimpulan dari apa yang telah di bahas dalam bab-bab sebelumnya, selain itu terdapat pula daftar pustaka yang berisi buku-buku atau referensi yang digunakan dalam menyusun skripsi ini.