

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tanggal 20 Januari 1958 merupakan tanggal yang paling bersejarah (milestone bagi hubungan Indonesia dengan Jepang). Tanggal tersebut merupakan awal hubungan diplomatik dan ditandatangani traktat damai antara pemerintah Jepang dan pemerintah Indonesia. Pemerintah Jepang diwakili oleh Menteri Luar Negeri Jepang saat itu yakni Fujiyama Aichiro dan pemerintah Indonesia diwakili oleh Menteri Luar Negeri Subandrio

Kilas Balik Hubungan Indonesia-Jepang Melihat sejarah ke belakang, nampak bagaimana Jepang memandang Indonesia yang dapat dipahami dengan tiga pendekatan yakni, bagaimana proses pembuatan keputusan (*Decision Making Proses*), sistem internasional dan interest (kepentingan) Jepang yakni: economic Interest, political interest dan military security interes. Hubungan kedua negara sangat menarik untuk dicermati. Jepang pernah menjajah bangsa Indonesia selama 3,5 tahun. Di awal Orde Baru, Jepang adalah negara pertama yang mengambil prakarsa untuk membantu ekonomi Indonesia sewaktu Soeharto baru saja memegang tampuk pimpinan. Hanya sebulan setelah keluarnya Surat Perintah 11 Maret 1966, Menteri Luar Negeri Jepang Etsusaburo Shinna menyatakan pemerintahan Jepang perlu segera mengambil langkah-langkah membantu Pemerintah Indonesia yang baru "meninggalkan politik sebagai Panglima" dan akan mendahulukan pembangunan. Gagasan Tokyo Meeting yang dicanangkan oleh Jepang pada

tanggal 19-20 September 1966, dilanjutkan dengan pertemuan di Paris pada tanggal 19-20 Desember 1966 yang kemudian pertemuan ini disebut dengan nama Paris Club.

Pertemuan tersebut menghasilkan penjadwalan kembali utang-utang Indonesia. Jepang pada mulanya yang bisa menerima pola yang diajukan oleh Paris Club dalam menjadwalkan kembali utang-utang Indonesia akhirnya dapat berjalan dengan baik akibat adanya usaha Menteri Keuangan Jepang Fukuda Takeo untuk menghilangkan hambatan-hambatan hukum yang berlaku di Jepang.

Suksesnya Paris Club menjadwalkan utang-utang Indonesia memunculkan Inter Governmental Group on Indonesia (IGGI), yang pada tanggal 24 Maret 1992 dibubarkan yang kemudian terbentuk wadah baru Consultative Group on Indonesia (CGI). Sejarah pernah mencatat bahwa Indonesia pernah menjadi penerima Official Development Assistance (ODA) peringkat pertama dari Jepang disebabkan oleh lima alasan yakni, adanya hubungan sejarah Indonesia-Jepang, besarnya pengaruh Indonesia di ASEAN serta Perang Dingin yang memperebutkan pengaruh di kawasan Asia, Kepentingan Jepang terhadap Selat Malaka karena 80% kebutuhan energi Jepang yang diangkut melalui Selat ini, adanya lobi-lobi di Parlemen Jepang. Jepang di dalam membina hubungan dengan Indonesia selalu menekankan untuk memperkokoh "Strategic Partnership for Peaceful and Prosperous Future" atau "Kemitraan Strategis untuk Masa Depan yang Damai dan Makmur".¹

¹ Usmar Salam dalam Dinamika 50 Tahun Hubungan RI-Jepang, KR, 17 April 2008

Dalam bidang politik, Jepang mendukung Indonesia untuk membangun sistem Politik yang demokratis melalui pelaksanaan pemilu-pemilu bebas dan adil yang dilaksanakan pada tahun 1999 dan 2004. Perlu Format Baru Berbicara tentang dimensi hubungan bilateral Indonesia dan Jepang dalam bidang politik ke depan, tidak bisa dilepaskan begitu saja dari bidang-bidang yang lain seperti ekonomi, sosial, dan budaya, pendidikan, dan bahkan persoalan pertahanan (security). Kedekatan hubungan politik Indonesia dengan Jepang bisa ditunjukkan dengan kedekatan dan keluwesan hubungan antarkepala negara Indonesia dan kepala pemerintahan Jepang selama lima dasa warsa. Keeratan hubungan politik antardua negara telah membawa konsekuensi logis membaiknya hubungan Indonesia dengan Jepang dalam masalah ekonomi, sosial budaya, pendidikan, dan pertahanan

Dalam bidang ekonomi, kedua pemerintah telah membentuk kerjasama antar dua negara dalam bentuk Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJ-EPA) yang merupakan implementasi dari Strategic Partnership Agreement. Tiga pilar EPA adalah liberalisasi perdagangan dan investasi, standarisasi bea cukai dan pelabuhan G to G antara pemerintah Jepang dan Indonesia, ternyata untuk kedepan ada beberapa hal yang sangat krusial yang bisa melemahkan peran dari pemerintah pusat. Hal yang sangat krusial tersebut adalah ketidakpekaan pemerintah dalam membaca dan memahami draft EPA secara holistik. Mestinya pemerintah menyiapkan infrastruktur yang menyangkut UU investasi, SDM, serta kualitas produk domestik (non tarif) melalui mekanisme Global Trade Analysis Project (GTAP) terlebih dahulu.

Walau sejarah mencatat kisah suram penjajahan Jepang di Indonesia, saat ini kedua negara telah membina hubungan persahabatan yang sangat erat yang berlandaskan hubungan kerjasama dan pertukaran di berbagai bidang seperti politik, ekonomi, kebudayaan dan sebagainya. Hubungan persahabatan seperti ini, bukanlah sesuatu yang dapat dibangun dalam sehari saja. Di Indonesia ada sekitar 11.000 orang Jepang, sebaliknya di Jepang terdapat lebih 24.000 orang Indonesia. Perusahaan-perusahaan Jepang yang beroperasi di Indonesia berjumlah lebih dari 1000 perusahaan, di mana bekerja 300.000 orang Indonesia. Sementara itu, di Indonesia terdapat lebih dari 85.000 orang yang belajar Bahasa Jepang.

Hubungan antara Jepang dan Indonesia semakin memantapkan sifatnya sebagai mitra strategis di berbagai lapisan bidang. Kami melihat politik luar negeri di bawah kepemimpinan Presiden Yudhoyono berkembang secara pesat, sebagaimana diperlihatkan pada pertemuan peringatan 50 tahun KTT Asia-Afrika, pertemuan PBB tentang perubahan iklim di Bali (COP-13), kehadiran Presiden Yudhoyono pada pertemuan out-reach kelompok G-8 di Hokkaido, Jepang, dan keikutsertaan Indonesia pada kelompok G-20.

Sebagai salah satu Ilmu Sosial, Studi Hubungan Internasional merupakan suatu ilmu yang memiliki cakupan yang sangat luas termasuk di dalamnya studi tentang diplomasi. Dalam percaturan di dunia internasional, diplomasi merupakan suatu upaya yang paling sering dilakukan oleh negara-bangsa karena dianggap lebih efektif untuk mencapai kepentingan nasional dibandingkan dengan cara-cara lainnya. Bentuk diplomasi bermacam-macam

termasuk di dalamnya adalah diplomasi kebudayaan². Diplomasi dengan menggunakan kebudayaan dianggap efektif untuk mencapai kepentingan nasional suatu bangsa karena pelaksanaannya dilakukan secara damai tanpa ada unsur pemaksaan atau tekanan dari salah satu pihak³.

Pada masa sekarang ini, penggunaan kebudayaan sebagai diplomasi pun menjadi semakin penting karena dilakukan dengan cara damai dan tanpa menggunakan kekerasan serta tanpa unsur paksaan. Kebudayaan memiliki arti luas karena memiliki ruang lingkup bahasan yang sangat luas pula. Kebudayaan bukan sekedar suatu kesenian atau adat istiadat saja, tetapi juga merupakan segala bentuk hasil dan upaya manusia. Secara harfiah kata budaya sendiri mengandung arti 'budi' dan 'akal', baik yang terjabar sebagai 'daya dari budi' yang berupa cipta, rasa, karsa, maupun sebagai hasil dari cipta, rasa, dan karsa itu sendiri.⁴

Banyak negara-negara yang berusaha untuk mendapatkan pengakuan melalui jalan diplomasi kebudayaan ini, termasuk yang dilakukan oleh Indonesia dengan Jepang. Kedua Negara melaksanakan diplomasi dengan menggunakan diplomasi kebudayaan. Diplomasi kebudayaan dianggap oleh banyak kalangan sebagai media sangat potensial karena semua masyarakat luas dapat berperan di dalamnya⁵.

Oleh karena itu, dalam konteks Indonesia, saat ini banyak daerah yang membangun pariwisata khususnya di bidang pariwisata budaya. Pembangunan

² Tulus Warsitodan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Ke-budayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkem-bang, Studi Kasus Indonesia* (Yogyakarta: Ombak, 2007), hal. 27

³ Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990), hlm. 181

⁴ *Ibid*, hlm.181

pariwisata pada hakekatnya adalah upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah yang berupa obyek dan daya tarik wisata yang terwujud, antara lain kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, keanekaragaman bentuk kesenian/tradisi serta peninggalan sejarah dan purbakala. Pariwisata merupakan bentuk ekspor yang dianggap menguntungkan terutama bidang ekonomi nasional, di samping masyarakat di suatu negara. Menurut *James J. Spillane*, keinginan untuk meningkatkan kegiatan di bidang pariwisata antara lain disebabkan beberapa faktor sebagai berikut:

1. Makin berkurangnya peranan minyak sebagai penghasil devisa, jika dibandingkan dengan waktu yang lalu.
2. Merosotnya nilai-nilai ekspor di sekitar non migas.
3. Prospek pariwisata yang tetap memperlihatkan kecenderungan secara konsisten.
4. Besarnya potensi yang kita miliki bagi pengembangan pariwisata di Indonesia.⁶

Sejauh ini, pariwisata maupun obyek pariwisata yang ada di Indonesia tidak banyak mengalami perkembangan. Maka tidak mengherankan jika masyarakat di Indonesia tidak banyak merasakan dampak pariwisata untuk peningkatan perekonomian mereka. Telah dijelaskan dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara, bahwasannya pembangunan kepariwisataan diarahkan pada kegiatan yang bersifat kegiatan ekonomi, yang mana kegiatan ini terkait

⁵ Pidato Pengukuhan Guru Besar Bramantyo, ISI, Yogyakarta

dengan penciptaan lapangan kerja, pendapatan daerah dan penerimaan devisa bisa meningkat. Tentu saja hal tersebut dapat tercipta apabila diikuti dengan adanya kebijakan yang telah ditentukan oleh pemerintah. Adapun arah kebijakan pariwisata dalam PJP II adalah :

1. Kepariwisataan nasional harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi pembangunan wilayah.
2. Kepariwisataan nasional harus berwawasan politik, sosial, ekonomi, sosial, budaya dan hankam secara bulat dan utuh.
3. Kepariwisataan nasional harus memberikan kesempatan perusahaan dan menciptakan lapangan kerja yang seluas-luasnya bagi perorangan maupun kelompok masyarakat indonesia.
4. Pembangunan kepariwisataan nasional melibatkan secara aktif berbagai sektor pemerintah, swasta dan masyarakat secara terpadu.
5. Pembangunan kepariwisataan nasional, harus diikuti langkah-langkah pencegahan dan penangkalan terhadap dampak negatif yang mungkin timbul.
6. Pembangunan kepariwisataan nasional harus secara luas menggerakkan hasil produksi dalam negeri.⁷

Agar sektor pariwisata dapat menjalankan perannya sebagaimana yang diharapkan pemerintah dunia usaha maupun masyarakat umum menjadi salah satu prasyarat untuk mencapai keberhasilan pembangunan. Pembangunan pariwisata dalam kegiatannya hampir menyentuh seluruh segi kehidupan

⁶ James Spillane, *Ekonomi Pariwisata Dan Prospeknya* (Kanisius, Yogyakarta, 1985), hlm. 7

masyarakat dan merupakan kegiatan yang sangat dipengaruhi dan memerlukan dukungan masyarakat ataupun umum yang terkoordinasi.

Pembangunan di sektor pariwisata akan melibatkan semua lapisan masyarakat, mulai dari kalangan lapisan atas hingga lapisan bawah. Baik kalangan pemerintah, swasta, maupun kalangan masyarakat umum. Partisipasi masyarakat di sekitar obyek pariwisata dapat berupa partisipasi langsung maupun tidak langsung. Partisipasi langsung berupa pemanfaatan peluang pasar dalam bentuk usaha-usaha yang terkait dengan kegiatan pemasaran sarana penunjang pariwisata. Sehingga pengembangan obyek pariwisata akan dapat memberi penghasilan terhadap masyarakat sekitarnya, dengan demikian akan dapat meningkatkan pendapatannya. Sedangkan partisipasi yang tidak langsung dapat berupa pemeliharaan situasi dan kondisi obyek wisata yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan penuh kenangan sehingga dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung ke lokasi tersebut dan tinggal lebih lama, sehingga dengan demikian dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk membuka lapangan kerja baru berupa pelayanan terhadap kebutuhan wisatawan selama tinggal pada obyek wisata tersebut.

Diplomasi kebudayaan berfungsi seperti arena untuk menegaskan identitas lokal di tengah komunitas global yang cenderung tampil dengan identitas tunggal homogen dan menjadikan pasar sebagai satu-satunya sumber nilai dan norma. Identifikasi diri sebagai bangsa yang merefleksikan identitas keindonesiaan dalam ruang sosial global merupakan reproduksi kebudayaan

⁷ Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat No.II/MPR/1993

yang mengacu kepada nilai-nilai asal.

Selain bisa menjadi penyebab konflik, sejumlah isu kebudayaan dipakai untuk menangani masalah diplomasi. Banyak kita melihat, seperangkat tindakan berbasis budaya justru dimanfaatkan untuk diplomasi baik memenangkan peperangan atau menaklukkan lawan. Bahkan hal itu juga untuk membangun perdamaian.⁸ Banyak contoh kasus mengenai penggunaan isu kebudayaan sebagai alat diplomasi terutama untuk menciptakan perdamaian.

Isu kebudayaan dapat menjadi dasar bagi terciptanya pengelolaan negara dan hubungan luar negeri untuk saling memahami dan menghormati. Tindakan yang berbasis budaya tersebut katanya dalam pidato berjudul 'Isu-isu Kebudayaan dalam Perspektif Diplomasi dapat dimanfaatkan untuk memenangkan peperangan maupun menaklukkan lawan, bahkan membangun perdamaian.

Penelitian ini menjadikan kebijakan sebagai objek penelitian. Dalam hal ini adalah kebijakan pemerintah Indonesia yang menjadikan kebudayaan sebagai alat diplomasi dengan Jepang. Di mana Jepang menjadi Negara yang menjadi obyek penelitian dikarenakan wisatawan Jepang sejak 2000-2007 mengalami penurunan. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh panitia peringatan 50 tahun hubungan Indonesia-Jepang; Hamdan bahwa Jepang menduduki urutan ketiga jumlah wisatawan yang ke Indonesia. Tahun 2008 kemarin jumlah wisatawan mancanegara Jepang yang datang ke Indonesia ke

⁸ Tulus Warsito, Pidato Pengukuhan Guru Besar UMY, KR 25 April 2009

Indonesia hanya sekitar 500.000 orang. Secara nasional pun peringkat wisman asal Jepang yang datang ke Indonesia menduduki peringkat ketiga setelah Singapura dan Malaysia dengan jumlah pengeluaran perjalanan mencapai 1.296U\$ dollar.⁹

Ide luhur yang tertangkap dari kebijakan politik luar negeri Indonesia ini memberi sebuah kunci dalam memandang hubungan Indonesia-Jepang pada masa mendatang. Kunci tersebut adalah bahwa kini Indonesia tidak hanya merupakan negara yang berperan sebagai jangkar secara geografis di kawasan Asia, tetapi juga telah menjadi mitra strategis sejati bagi Jepang dalam berbagi nilai-nilai bersama. Dalam kunjungan PM Hatoyama ke Indonesia kali ini, kedua pemimpin telah sepakat untuk membawa hubungan Indonesia-Jepang ke tahap yang lebih baru.¹⁰

Tentu Jepang tetap menginginkan hubungan bilateral yang stabil seperti yang telah terjalin selama ini. Namun, lebih dari itu, kini Jepang tidak melihat hubungan antara Jepang dan Indonesia hanya dari konteks bilateral. Akan tetapi, Jepang juga memiliki tekad kuat untuk memberikan kontribusi terhadap perdamaian dan kestabilan, baik secara regional maupun internasional, berdasarkan kerja sama di antara kedua negara.

Bidang kerja sama tersebut dapat melingkupi tema-tema yang luas, seperti perubahan iklim, pemberantasan terorisme, penanganan penyakit

⁹ "50 Tahun Kerjasama RI - Jepang Digelar Seminar on Tourism", <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=829702&page=3>, diakses pada tanggal 1 desember 2009.

¹⁰ Kojiro Shiojiri, Dubes Jepang untuk RI, Kerja Sama Indonesia-Jepang Melalui Demokrasi, Kompas Sabtu, 19 Desember 2009

menular, penanggulangan bencana, keamanan laut, masalah Timur Tengah, dan ekonomi global. Saya yakin hubungan kerja sama Jepang-Indonesia akan mampu menyelesaikan masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh umat manusia di dunia ini, dan kedua negara memiliki tekad untuk melaksanakannya.

Hubungan bilateral Jepang dengan Indonesia selama 50 tahun belakangan ini adalah salah satu hubungan bilateral terunik yang pernah dimiliki Jepang di antara hubungan diplomatik yang telah dibangun dengan sekitar 192 negara.

Hal ini diakui oleh Duta Besar Jepang untuk Indonesia, Kojiro Shiojiri, dalam diskusi mengenai refleksi hubungan diplomatik Jepang dan Indonesia dalam rangkaian Indonesia-Japan Expo (IJE) 2008 di JIExpo Kemayoran Jakarta. "Bahwa kami memiliki hubungan diplomatik dengan 192 negara tapi sampai sejauh ini masih ada juga negara-negara dimana kami tidak bisa berbagi nilai. Di sini (di Indonesia), kami bisa berbagi nilai dan ini sangat penting dan lebih penting untuk menghadapi dinamika baru di dunia," ujar Shiojiri.¹¹

Hubungan Bilateral Indonesia-Jepang, pada awalnya, bahwa Indonesia sangat penting bagi Jepang dalam konteks keamanan dan aspek geopolitis serta konteks besarnya sumber daya energi yang dimiliki Indonesia. Namun, Shiojiri mengatakan dalam era baru ini, faktor terpenting yang dilihat Jepang dari Indonesia adalah kehidupan Indonesia sebagai negara demokratis.

¹¹ Tri Yuni Madiana, Hubungan Indonesia-Jepang Sangat Unik dalam <http://www.kompas.com>.

Shiojiri duta besar Jepang untuk Indonesia juga membantah bahwa selama ini Jepang hanya melihat Indonesia sebagai *dumping ground* atau sekedar pasar bagi kedua negara. Hanya saja, Shiojiri merasa Jepang dan Indonesia perlu mengembangkan kemitraan strategis daripada sekedar hubungan bilateral formal.

Di bidang Pariwisata, Jepang merupakan *Sending Tourism Country* utama bagi Indonesia, karena pada tahun 1990-an wisatawan Jepang yang berkunjung ke Indonesia menduduki tingkat kedua setelah Australia, booming wisatawan Jepang pada tahun 1990-an agaknya sulit dicapai pada saat ini akibat Jepang masih memperlakukan *Travel warning* bagi wisatawan Jepang yang akan berkunjung ke Indonesia yang disebabkan pemerintah Indonesia tidak dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan mancanegara. Seiring dengan banyaknya jumlah wisatawan Jepang dan besarnya investasi Jepang di Indonesia dan mesranya hubungan kedua negara, membuat bahasa Jepang menduduki peringkat kedua setelah bahasa Inggris untuk dipelajari oleh masyarakat Indonesia dan pada tahun 1990-an di Indonesia banyak dijumpai toko-toko atau restoran yang memakai bahasa Jepang dengan berbagai macam motif.

Mulai tahun 2009, Jepang membuat program yang lebih progresif terkait dengan pariwisata. Kebijakan tersebut diberi nama “*Two Way Tourism*” yang digalakkan pemerintah Jepang dalam upayanya mendorong 20 juta turis mengunjungi obyek wisata dunia, namun pada saat yang sama

diakses 23 April 2009.

menargetkan kedatangan 20 juta wisatawan mancanegara ke Jepang. Berbeda dengan Jepang, Indonesia juga memiliki program "Visit Indonesia Year" yang menargetkan tujuh juta wisatawan asing datang ke Indonesia.

Berdasarkan data tersebut di atas, bahwa antara Indonesia dan Jepang sama-sama memiliki potensi dan program progresif terkait dengan pariwisatanya untuk mendatangkan wisatawan dari kedua belah pihak. Indonesia dapat memanfaatkan kampanye "*Two Way Tourism*" Jepang untuk meningkatkan dan menarik minat wisatawan Jepang untuk berkunjung ke Indonesia.

B. Pokok Permasalahan

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan penelitian menjadi "Bagaimana Indonesia memanfaatkan kampanye two way tourism untuk kepentingan ekonomi Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

1. Dengan penelitian skripsi ini diharapkan dapat menjawab tentang bagaimana Indonesia memanfaatkan kampanye two way tourism untuk kepentingan ekonomi Indonesia ?
2. Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (SI) pada jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. Kerangka Berpikir

Untuk menjawab serta menganalisa pokok permasalahan di atas maka penulis menggunakan bentuk-bentuk diplomasi kebudayaan, konsep kerjasama dan pariwisata

1. Bentuk-bentuk Diplomasi Kebudayaan

Tabel. 2.
Hubungan Antara Situasi, Bentuk, Tujuan dan Sarana Diplomasi Kebudayaan¹²

SITUASI	BENTUK	TUJUAN	SARANA
DAMAI	Eksebisi Kesenian Pertukaran misi Negosiasi Konferensi	Pengakuan Hegemoni Persahabatan Penyesuaian	Pariwisata Olah raga 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	Kesenian Terror Penetrasi Propaganda Embargo Boikot	Dominasi Hegemoni Ancaman Subversi Pengakuan Penaklukan	Militer Para Militer Penyelundupan Opini Publik Perdagangan SuplyBarang Konsumtif (termasuk senjata)

Sumber: Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan, Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang Studi Kasus Indonesia* (Yogyakarta: Ombak, 2007)

¹² Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan, Konsep dan*

Berdasarkan tabel diatas, Salah satu bentuk Diplomasi Kebudayaan adalah dengan melalui eksebisi, kesenian, pertukaran misi, negosiasi dan konferensi. Bentuk-bentuk tersebut dengan situasi yang damai, karena dengan situasi damai akan lebih efektif untuk mencapai suatu kepentingan nasional. Dalam eksebisi, Indonesia bisa memperlihatkan kebudayaan yang ada di Indonesia misalnya dengan pameran kebudayaan. Untuk kesenian, Indonesia memiliki banyak kesenian yang bisa di pertontonkan yaitu seni tari, wayang (kulit, orang, golek dsb) hal tersebut bisa menjadi daya tarik tersendiri untuk Indonesia dikalangan Internasional, khususnya Negara Jepang. Pertukaran Misi antara Indonesia dengan Jepang diantaranya adalah misi kesenian dan kebudayaan yang bertujuan untuk mempererat persahabatan kedua negara khususnya di bidang Kesenian dan kepariwisataan. Untuk bentuk yang keempat yaitu Negosiasi, negosiasi sendiri adalah bertujuan untuk menghasilkan suatu persetujuan bersama menggunakan langkah-langkah seperti syarat-syarat, strategi dan taktik. Dan biasanya dalam negosiasi terjadi proses tawar menawar seperti yang dilakukan Indonesia dengan Jepang, dalam hal mewujudkan target kampanye pariwisata tersebut. Sedangkan dalam konferensi, Indonesia mengadakan konferensi yang berhubungan dengan pariwisata dengan Jepang.

2. Kerjasama

Menurut K.J. Holsti Definisinya sebagai berikut :

“Sebagian besar transaksi atau interaksi Negara dalam sistem internasional sekarang ini bersifat rutin dan hampir bebas dari konflik. Berbagai jenis masalah nasional, regional, dan global bermunculan dan memerlukan perhatian dari berbagai negara. Banyak kasus yang terjadi sehingga pemerintah saling berhubungan atau melakukan pembicaraan mengenai masalah yang dihadapi dan mengemukakan berbagai bukti teknis untuk menyelesaikan permasalahan tertentu, beberapa perjanjian yang memuaskan semua pihak ini yang disebut dengan kerjasama”¹³

Proses kerjasama itu tercipta dikarenakan adanya rasa saling membutuhkan satu sama lain. Hal ini dikarenakan dalam hidup bermasyarakat tidak terlepas dari hubungan antara satu dengan lainnya. Hubungan yang terjadi inilah yang biasa disebut dengan interaksi. Interaksi sendiri merupakan suatu hubungan sosial yang dinamis antar orang-perorang, antar kelompok, maupun antara kelompok manusia dengan orang-perorang. Dalam era globalisasi frekuensi interaksi yang terjadi bertambah tinggi yang disebabkan oleh perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Interaksi tersebut menyebabkan terbentuknya suatu kerjasama baik dalam bidang ekonomi, sosial-budaya, politik dan lain sebagainya.

Kerjasama antar dua negara atau hubungan bilateral adalah kerjasama yang dilakukan dalam berbagai bidang seperti bidang politik, ekonomi (perdagangan, investasi termasuk ekspor dan impor), bidang sosial dan budaya termasuk pariwisata. Dalam hubungan bilateral ke dua negara membuka perwakilan di negaranya untuk lebih memudahkan dalam

¹³ KJ. Holsti, *Politik Internasional Studi Analisis HI*, Erlangga, Jakarta, 1998, hal 89

pembahasan kerjasama bidang-bidang tersebut.

Dalam hal ini Indonesia perlu memanfaatkan peluang kampanye "*Two Way Tourism*" yang digalakkan pemerintah Jepang dalam upayanya mendorong 20 juta turis mengunjungi obyek wisata dunia, namun pada saat yang sama menargetkan kedatangan 20 juta wisatawan mancanegara ke Jepang. Peluang ditengah situasi krisis global seperti saat ini tentu saja perlu dimanfaatkan, karena tidak sekedar memiliki aspek ekonomi, tetapi juga dapat meningkatkan kegiatan diplomasi *'people to people contact'* yang dapat mempercepat upaya membangun saling pengertian antar kedua bangsa.

Kampanye pariwisata ini merupakan tantangan bagi Indonesia, karena tidak melulu berbicara kepentingan Jepang, mengingat ada unsur timbal baliknya. Kedua negara diharapkan sama-sama dapat memenuhi target pariwisatanya, karena Indonesia juga memiliki program *'Visit Indonesia Year'* yang menargetkan tujuh juta wisatawan asing datang ke Indonesia. Dalam promosi wisata *Two Way Tourism*, Jepang memiliki tujuh agenda utama, yaitu meningkatkan jumlah wisatawan asing datang ke Jepang sebanyak 20 juta orang hingga 2020, mendorong 20 juta turis Jepang berkeliling dunia hingga 2010, mendorong masa waktu perjalanan turis domestik Jepang lebih lama lagi menjadi empat malam (hingga 2010).

3. Pariwisata

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, istilah

pariwisata berhubungan erat dengan pengertian wisata, yaitu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Sedangkan pengertian dari pariwisata itu sendiri adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut.

Pendapat lain mengenai pengertian pariwisata juga dikemukakan oleh Oka A. Yoety, yaitu:

“Pariwisata adalah pengalaman mendatangi atau mengunjungi dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok sebagai usaha untuk mencari keseimbangan atau keserasian serta kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial dan budaya alam.”¹⁴

Hal itu jelas menggambarkan bahwasannya pariwisata juga kegiatan yang bisa melibatkan emosi seseorang, di mana emosi tersebut bersifat spontanitas dan bersifat sementara dengan kata lain ekspresi dari tiap individu berlainan cara dan bentuk penampilannya. Hal demikian juga berkaitan dengan apa yang dimaksud sebagai perwujudan manusia tentang perwujudan hidup serta sosial budaya dan sejarah.

Manfaat pariwisata di dalam pembangunan mencakup beberapa segi, yaitu :

a. Segi ekonomi

Bahwa perkembangan pariwisata merangsang tumbuhnya

¹⁴ Oka A. Yoety, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung, 1985, hal 15

usaha-usaha ekonomi tertentu yang saling menunjang, dalam istilah teknisnya hal tersebut dinyatakan dapat memperluas dasar-dasar perekonomian suatu negara.

b. Segi seni budaya

Salah satu dorongan kebutuhan manusia untuk mengunjungi suatu daerah adalah untuk memenuhi rasa keingintahuan, mengagumi, atau menyelami seni budaya di daerah yang dikunjungi.

c. Pemeliharaan dan pemanfaatan lingkungan hidup.

Pengembangan pariwisata yang tidak teratur dan terarah dapat merusak lingkungan hidup, sebaliknya bila dibina secara baik justru menjadi pendorong pemeliharaan lingkungan alam yang terlantar. Wisatawan yang mempunyai tujuan untuk rekreasi menginginkan daerah yang menimbulkan suasana baru dari kebisingan kehidupan sehari-hari.

d. Memperluas nilai-nilai pergaulan hidup dan pengetahuan.

Hubungan-hubungan yang terjalin antara wisatawan dengan masyarakat yang dikunjungi sedikit banyak akan menimpa nilai-nilai baru dalam arti memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan lain, manusia akan menghargai nilai-nilai yang dimilikinya

e. Memperluas kesempatan kerja

Industri Pariwisata merupakan industri yang sifatnya menyerap kebutuhan tenaga kerja, tidak hanya mementingkan mesin-

mesin saja. Sebagai industri yang sifatnya melayani maka disamping membutuhkan unsur cepat, aman, murah, mudah dan nikmat juga ramah. Apabila rangkaian tenaga itu dilengkapi dengan tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata seperti perusahaan kerajinan, dekorasi hotel, toko souvenir, dan sebagainya maka jumlah tenaga kerja yang diserap makin banyak lagi.

f. Menunjang perbaikan kesehatan dan prasarana kerja.

Manusia selalu menginginkan terlepas dari kejenuhan, kesibukan hidup sehari-hari atau rasa bosan dengan mendambakan suasana baru, lingkungan baru walaupun hanya untuk sementara waktu.¹⁵

Pada dasarnya sasaran pariwisata itu ditujukan kepada masyarakat umum tanpa memandang status sosialnya dan juga bagi masyarakat yang membutuhkan suasana yang lain atau yang baru dari rutinitas sehari-hari. Sasaran pariwisata bagi masyarakat umum ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

a. Bagi wisatawan domestik dalam negeri atau wisatawan domestik.

Sasaran pariwisata ini khusus ditujukan bagi masyarakat di dalam negeri itu sendiri.

b. Bagi wisatawan luar negeri atau wisatawan manca negara.

Sasaran pariwisata ditujukan bagi wisatawan-wisatawan manca negara agar mereka tertarik untuk datang berkunjung, tentunya

¹⁵ Direktorat Jendral Pariwisata, *Pengantar Pariwisata Indonesia*, Jakarta, 1976, hal 29

dengan menonjolkan kelebihan atau daya tarik suatu obyek wisata.

Menurut Undang – Undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional, maka tujuan pembangunan pariwisata adalah :

- 1) Mengembangkan dan memperluas diversifikasi produk dan kualitas pariwisata nasional;
- 2) Berbasis pada pemberdayaan masyarakat, kesenian dan sumber daya (pesona) alam lokal dengan memperhatikan kelestarian seni dan budaya tradisional serta kelestarian lingkungan hidup setempat dan;
- 3) Mengembangkan serta memperluas pasar pariwisata terutama pasar luar negeri (Depbudpar,2000).

Indonesia terus berupaya meningkatkan sektor pariwisata, yang diharapkan terus mampu meningkatkan kesempatan kerja, pendapatan masyarakat serta berkontribusi pada produk domestik bruto, hal ini sesuai dengan kajian bahwa kalau mesin penggerak penyerapan tenaga kerja pada abad ke-19 adalah pertanian, pada abad ke – 20 adalah industri manufacturing dan pada abad ke-21 adalah pariwisata(Dowid J.Villiers, 1999, dalam Salah Wahab, 1999)

Pengembangan kepariwisataan di Indonesia diharapkan tidak menimbulkan kejenuhan wisatawan serta tetap mampu bersaing dengan daerah dan negara tujuan wisata yang lain, untuk itu diusahakan penemuan potensi objek dan daya tarik wisata yang baru dengan harapan mampu menambah diversifikasi objek dan daya tarik wisata serta diupayakan penciptaan keamanan yang kondusif serta rasa optimis harus tetap dikobarkan

untuk meningkatkan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, pendapatan negara, daerah, dan masyarakat secara umum, khususnya masyarakat lokal dengan terus mewujudkan pemberdayaan masyarakat, mengimplementasikan pariwisata kerakyatan, pelestarian lingkungan dan revitalisasi sosial budaya masyarakat (Anom, 2005).

Seperti yang dikatakan oleh Butler 1980, bahwa terdapat enam tingkatan atau tahapan dalam pembangunan pariwisata. Ke enam tahapan tersebut adalah :

a. Eksplorasi (pertumbuhan spontan dan penjajakan)

Pada tahapan ini jumlah wisatawan petualang relatif kecil. Mereka cenderung dihadapkan pada keindahan alam dan budaya yang masih alami di daerah tujuan wisata. Di samping jumlah wisatawan yang kecil, juga ditambah dengan fasilitas dan kemudahan yang kurang baik. Pada tahapan ini atraksi di daerah wisata belum berubah oleh pariwisata dan kontak dengan masyarakat lokal akan tinggi.

b. Keterlibatan

Pada tahapan ini, inisiatif masyarakat lokal menyediakan fasilitas wisatawan, kemudian promosi daerah wisata dimulai dengan dibantu keterlibatan pemerintah. Hasilnya terjadi peningkatan jumlah wisatawan. Musim wisatawan dan mungkin tekanan pada publik untuk menyediakan infrastruktur.

c. Pengembangan dan Pembangunan

Pada tahapan ini jumlah wisatawan yang datang meningkat tajam. Pada musim puncak wisatawan bisa menyamai, bahkan melebihi jumlah penduduk lokal. Investor luar berdatangan memperbaharui fasilitas. Sejalan dengan meningkatnya jumlah dan popularitas daerah pariwisata, masalah-masalah rusaknya fasilitas mulai terjadi. Perencanaan dan kontrol secara Nasional dan Regional menjadi dibutuhkan, bukan hanya untuk memecahkan masalah yang terjadi, tetapi juga untuk pemasaran internasional.

d. Konsolidasi dan Interelasi

Pada tahapan ini, tingkat pertumbuhan sudah mulai menurun walaupun total jumlah wisatawan masih relatif meningkat. Daerah pariwisata belum berpengalaman mengatasi masalah dan kecenderungan terjadinya monopoli sangat kuat.

e. Kestabilan

Pada tahapan ini, jumlah wisatawan yang datang pada musim puncak wisatawan sudah tidak mampu lagi dilayani oleh daerah tujuan pariwisata. Ini disadari bahwa kunjungan ulangan wisatawan dan pemanfaatan bisnis dan komponen-komponen lain pendukungnya adalah dibutuhkan untuk mempertahankan jumlah wisatawan yang berkunjung. Daerah tujuan wisata mungkin mengalami masalah-masalah lingkungan, sosial dan ekonomi

E. Hipotesa

Berdasarkan uraian dari kerangka berpikir, dapat ditarik kesimpulan sementara (hipotesis) yaitu :

Kepariwisata sebagai media diplomasi kebudayaan yang dilakukan Pemerintah Indonesia dalam rangka kepentingan ekonomi adalah dengan melakukan konferensi kebudayaan Indonesia di Jepang. Mengadakan pertukaran misi tentang budaya pariwisata melalui Visit Indonesia Year dan mengadakan festival kesenian dan kebudayaan di Jepang.

F. Metode Penelitian

Penulisan ini menggunakan teknik studi kepustakaan. Sumber data bersifat literatur, yang diperoleh melalui kepustakaan yaitu seperti buku-buku, jurnal, majalah, dan artikel serta menggunakan sumber-sumber artikel dari Internet yang mempunyai relevansi dengan penulisan ini.

G. Jangkauan Penelitian

Untuk membatasi masalah yang akan diteliti, maka dari segi waktu, penelitian dilakukan terhadap kebijakan pemerintah Indonesia mulai tahun 2000 sampai dengan 2009. Alasan pemilihan tahun tersebut karena pada tahun itu, terjadi penurunan wisatawan Jepang secara drastis dibanding tahun-tahun sebelumnya. Sedangkan dari segi materi, penelitian ini dibatasi hanya pada sektor kebudayaannya saja yaitu dunia pariwisata. Alasan tersebut dipilih karena kebudayaan merupakan diplomasi yang dilakukan dengan cara damai

tanpa paksaan dari kedua belah pihak.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini menjadi sebuah karya tulis, penulis membagi dalam beberapa bab dimana diantara bab-bab tersebut saling berkaitan sehingga menjadi satu kesatuan utuh.

- Bab I Pendahuluan yang terdiri dari: Latar belakang masalah, Pokok Permasalahan, Kerangka Teoritik, Hipotesa, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.
- Bab II Mendeskripsikan mengenai gambaran umum tentang hubungan Indonesia-Jepang. Pada bagian ini dibahas tentang hubungan Indonesia-Jepang dan Peluang Kerjasama Indonesia-Jepang di Bidang Kebudayaan.
- Bab III Kebijakan Indonesia di bidang Pariwisata. Bagian ini membahas tentang bentuk-bentuk kebijakan dan prioritas pembangunan pariwisata Indonesia. Pada bagian ini juga akan dibahas tentang langkah-langkah pemerintah Indonesia dalam mendatangkan dan meningkatkan jumlah wisatawan Jepang yang datang ke Indonesia. Yang terdiri atas mengadakan konferensi, pertukaran misi serta festival kesenian dan kebudayaan di Jepang
- Bab IV Kesimpulan, berisi penyimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan-pembahasan dari bab sebelumnya.

