

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Indonesia adalah Negara yang memiliki kekayaan alam yang indah dan sangat beragam dari sabang sampai merauke. Banyaknya suku yang ada hanyalah sebagian kecil dari kekayaan Indonesia. Semua kekayaan bangsa Indonesia akan terasa sangat sia-sia jika tidak digali dan dimanfaatkan untuk mensejahterakan masyarakat dan menambah prestige dalam pergaulan internasional.

Kekayaan seni dan budaya yang dimiliki Indonesia menjadi pendukung majunya sektor pariwisata di Indonesia. Pulau komodo adalah salah satu aset berharga yang dimiliki Indonesia yang apabila terus dikembangkan akan sangat membantu perkembangan industri pariwisata di Indonesia.

Kemajuan industri pariwisata di Indonesia akan menjadi salah satu faktor penunjang kemajuan perekonomian di Indonesia karena sektor pariwisata menyumbang cukup besar bagi pendapatan Indonesia. Prospek industri pariwisata untuk berkembang ditahun-tahun yang akan datang juga semakin terlihat. Hal ini terlihat dengan suksesnya program *Visit Indonesia Years 2008* dan *Visit Indonesia Years 2009*.

Pemerintah terus berusaha untuk mengembangkan industri pariwisata salah satunya dengan melakukan diplomasi dalam memperjuangkan pulau komodo sebagai *new seven wonders*. Semakin berkembang industri pariwisata maka semakin berkembang pula perekonomian di Indonesia.

Berdasarkan paparan diatas maka menarik sekali bagi penulis untuk meneliti bagaimana strategi diplomasi Indonesia dalam rangka memperjuangkan pulau komodo sebagai *new seven wonders*.

B. Tujuan Penelitian

Secara garis besar beberapa tujuan utama bagi penulis untuk melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjawab pokok permasalahan dengan menggunakan landasan teori serta membuktikan kebenaran dari hipotesa berdasarkan hasil dari fakta dan data.
2. Mengetahui tentang profil pulau komodo, pengertian diplomasi, dan dinamika pelaksanaan diplomasi kebudayaan Indonesia dalam isu kebudayaan dan pariwisata..
3. Meneliti tentang bagaimana strategi diplomasi Indonesia dalam memperjuangkan pulau komodo masuk menjadi *new seven wonders*.

C. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara yang dikagumi karena keindahan alamnya yang sangat indah dan masih terlihat sangat alami. Indonesia kaya dengan berbagai flora dan fauna yang tersebar hampir diseluruh kawasan di Indonesia. Sebagai warga Negara Indonesia seharusnya bangga dan bersyukur atas apa yang diberikan Tuhan Yang Maha Esa kepada kita. Pada bulan Juli 2009 diadakan proses pemilihan 7 tempat keajaiban dunia. lokasi yang diusulkan haruslah situs alam, monumen, atau lanskap alami dan dalam proses tersebut terpilih 28 nominasi. Keajaiban alam itu harus berupa tempat alami atau monumen alam yang tidak diciptakan atau direkayasa oleh campur tangan manusia demi alasan estetika.¹

Tujuh Keajaiban Dunia biasanya menunjuk ke Tujuh Keajaiban Dunia Kuno. Pencetus awal daftar ini adalah Antipater Sidon, yang membuat daftar struktur dalam sebuah puisi (sekitar 140 SM).²

Ada beberapa pertentangan di antara sumber mengenai Tujuh Keajaiban Dunia, dan dengan alasan yang cukup baik. Setiap zaman telah menambah beberapa pencapaian dan penemuan, memberikan kita banyak keajaiban untuk dilihat dan dikagumi. Banyak orang beranggapan ada enam set Keajaiban Dunia.

1. Keajaiban Dunia Kuno
2. Keajaiban Dunia Pertengahan
3. Keajaiban Dunia Alami

¹ www.korantempo.com diakses pada hari Kamis 31 Desember 2009 15.00 WIB

² 7 keajaiban dunia <http://wikipedia.org> diakses pada 11 April 2010

4. Keajaiban Dunia Bawah Air
5. Keajaiban Dunia Modern
6. 7 Keajaiban Dunia Baru

Pada 7 juli 2007 di Lisbon terpilihah 7 keajaiban dunia baru yaitu Tembok Besar Cina, Petra Jordan, Patung Kristus Brazil, Machu Picchu Peru, Chichen Itza Meksiko, Koloseum Italy, dan Taj Mahal India. Penilaian didasarkan pada perolehan suara terbanyak yang dilakukan melalui media internet.

7 Keajaiban dunia merupakan ajang kompetisi pariwisata yang bergengsi karena yang terpilih akan menjadi ikon wisata yang dapat menarik banyak wisatawan dan mendatangkan banyak devisa bagi negara yang terpilih.

Kegagalan Candi Borobudur masuk dalam 7 keajaiban Dunia versi objek wisata yang dibuat manusia disebabkan oleh kurangnya dukungan dalam mendapatkan suara. Masyarakat di Indonesia yang melek internet tidak banyak sehingga banyak yang tidak mengetahui akan adanya ajang kompetisi pariwisata tersebut.

Setelah melakukan pemilihan 7 Keajaiban Dunia kemudian dilanjutkan dengan pemilihan new seven wonders. *Seven wonders of the world* atau lengkapnya *seven wonders of the ancient world* adalah tujuh situs yang merupakan mahakarya manusia, yang ditetapkan Unesco (United Nations Educational, Scientific, and

Cultural Organization) , sebuah lembaga nirlaba dibawah naungan PBB yang mengurus bidang pendidikan dan kebudayaan.³

Proses penilaian dalam *new seven wonders* didasarkan pada jumlah suara terbanyak. Dukungan untuk menyampaikan suara dilakukan dengan media internet. Yang mendapat dukungan terbanyaklah yang berhak menjadi *new seven wonders*.

Pemerintah Indonesia mengikuti ajang kompetisi *new seven wonders* karena merupakan ajang yang sangat tepat untuk dapat mempromosikan pariwisata yang dimiliki Indonesia. Mengingat pariwisata Indonesia merupakan andalan devisa Indonesia. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke objek wisata maka semakin banyak devisa yang didapatkan oleh Indonesia.

Peluang Pulau Komodo untuk masuk menjadi *new 7 wonders* sangat besar. Sampai saat ini Pulau Komodo berhasil masuk 28 besar dari 261 kontestan diseluruh dunia. Pulau Komodo adalah sebuah pulau yang terletak di Kepulauan Nusa Tenggara. Pulau Komodo dikenal sebagai habitat asli hewan komodo. Pulau ini juga merupakan kawasan Taman Nasional Komodo yang dikelola oleh Pemerintah Pusat. Pulau Komodo berada di sebelah barat Pulau Sumbawa, yang dipisahkan oleh Selat Sape. Secara administratif, pulau ini termasuk wilayah Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Pulau Komodo merupakan ujung paling barat Provinsi Nusa Tenggara Timur, berbatasan dengan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

³ Menembus Tujuh Keajaiban Dunia, Departemen Teknologi Informasi Koran Jakarta, <http://koranjakarta.com> diakses 26 Desember 2009.

Di Pulau Komodo, hewan komodo hidup dan berkembang biak dengan baik. Hingga Agustus 2009, di pulau ini terdapat sekitar 1300 ekor komodo. Ditambah dengan pulau lain, seperti Pulau Rinca dan Pulau Gili Motang, jumlah mereka keseluruhan mencapai sekitar 2500 ekor.⁴ Ada pula sekitar 100 ekor komodo di Cagar Alam Wae Wuul di daratan Pulau Flores tapi tidak termasuk wilayah Taman Nasional Komodo. Selain komodo, pulau ini juga menyimpan eksotisme flora yang beragam kayu sebang yang oleh warga sekitar digunakan sebagai obat dan bahan pewarna pakaian, pohon nitak ini atau *sterculia oblongata* di yakini berguna sebagai obat dan bijinya gurih dan enak seperti kacang polong.⁵

Taman Nasional Komodo terdiri dari tiga buah pulau besar yaitu Pulau Komodo, Pulau Rinca dan Pulau Padar serta 26 pulau besar atau kecil lainnya. Keadaan alam yang kering dan gersang ternyata membawa suatu keunikan tersendiri. Adanya padang savana yang luas, serta sumber air yang terbatas dan suhu yang cukup panas, ternyata merupakan tempat tinggal yang disenangi oleh sejenis binatang purba seperti Komodo. Menyandang nama latin *Varanus Komodoensis*, kadal raksasa ini menurut cerita dipublikasikan pertama kali pada tahun 1912 di harian nasional Hindia Belanda. Peter A. Ouwens, direktur Museum Zoologi di Bogor adalah orang yang telah mengenalkan komodo kepada dunia lewat makalahnya itu.

⁴ Pulau Komodo Salah Satu Finalis dari Tujuh Keajaiban Dunia
<http://wartawarga.gunadarma.co.id> diakses pada Kamis 31 Desember 2009 15.15

⁵ Pulau komodo <http://Wikipedia.org> diakses pada hari : Kamis 29 Oktober 2009 12.15 WIB

Semenjak itu, ekspedisi dan penelitian terhadap spesies langka ini terus dilakukan, bahkan dikabarkan sempat menginspirasi Film KingKong di tahun 1933. Menyadari perlunya perlindungan terhadap Komodo di tengah aktivitas manusia di habitat aslinya itu, pada 1915 Pemerintah Belanda mengeluarkan larangan perburuan dan pembunuhan komodo.

Selain Komodo, beberapa tumbuhan yang ada di “Taman nasional Pulau Komodo” yaitu Lontar, rotan, bambu, asam dan bakau. Semua itu semakin menambah keindahan dan keeksotikan pulau tersebut. Wisatawan yang paling banyak mengunjungi Taman Nasional Pulau Komodo ini adalah wisatawan mancanegara dimana mereka menamakannya dengan julukan “Dunia Sendiri”. Lapangannya yang terbuka, dengan beberapa pohon lontar yang tinggi menjulang ke langit dilatarbelakangi rangkaian pegunungan, yang meskipun kesanya gersang namun suara burung, Kuda liar serta suara reptile raksasa ini membuat keadaan alam di sekitar kawasan Taman Nasional Komodo ini tetap riuh apalagi jika berenang di bawah teriknya mentari dan birunya air laut Flores.

Yang paling menarik adalah Taman Nasional Pulau Komodo merupakan satu-satunya pulau didunia yang menjadi tempat tinggal binatang purba.⁶ Istimewanya adalah binatang purba tersebut yaitu komodo merupakan satu-satunya dinosaurus yang masih tersisa di dunia ini. Akses yang tidak mudah menuju pulau komodo ternyata tidak menjadi penghalang bagi wisatawan domestik maupun mancanegara

⁶ [Ayo Dukung Pulau Komodo Jadi New 7 Wonders!](http://jejakpetualang.multiply.com):<http://jejakpetualang.multiply.com> diakses pada 1 Januari 2010 09.00

yang ingin menikmati keindahan alam yang masih sangat natural di pulau komodo. Akses tersebut justru menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berjiwa petualang.

Dengan segala keistimewaan tersebut maka tidak salah jika pemerintah Indonesia memperjuangkan Taman Nasional Komodo untuk bisa masuk menjadi satu diantara *new seven wonders*. Tahun 2009, Indonesia mendapatkan pengakuan dari Unesco bahwa batik adalah warisan budaya dunia. Indonesia ingin mengulang keberhasilan tersebut untuk menjadikan pulau komodo masuk dalam *new seven wonders*.

Jika pulau Komodo berhasil menjadi *New Seven Wonders* maka ini akan menambah eksistensi Indonesia di kancah internasional. Akan semakin banyak yang mengetahui bahwa Indonesia mempunyai kekayaan yang sangat luar biasa, dan yang pasti akan banyak dampak positif lainnya baik dibidang politik,ekonomi,sosial dan budaya.

D. Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis dapat merumuskan sebuah pokok permasalahan “Bagaimana strategi diplomasi Indonesia dalam memperjuangkan Taman Nasional Pulau Komodo sebagai *New Seven Wonders*?”

E. Kerangka Pemikiran

Landasan teori pada prinsipnya bertujuan untuk membantu penulis menentukan tujuan dan arah penulisan, serta memilih konsep maupun teori untuk menyusun hipotesa. Dengan melihat dari latar belakang dan untuk menjawab sementara dari pokok permasalahan yang ada, maka untuk mempermudah menjawab pertanyaannya penulis menggunakan tiga konsep yaitu:

1. Diplomasi Kebudayaan

Secara konvensional, pengertian diplomasi adalah “sebagai usaha suatu Negara bangsa untuk memperjuangkan kepentingan nasional di kalangan masyarakat internasional.”⁷ Sedangkan kebudayaan secara makro dapat diartikan sebagai “keseluruhan sistem gagasan, tindakan dari hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang diartikan milik diri manusia dengan belajar.”⁸

Salah satu aspek diplomasi adalah persuasi yaitu melibatkan upaya untuk mengusahakan terus melakukan negosiasi dan untuk membujuk (mempengaruhi) masyarakat untuk mau mendukung tujuan yang ingin dicapai. Dengan persuasi dimaksudkan semata-mata memprakarsai atau membahas suatu usul dengan pihak lain dan mendapatkan tanggapan yang

⁷ K.J. Holsti, *International Politics, A Framework for Analysis*, Third Edition, (New Delhi:Prentice Hall of India, New Delhi, 1978,hal 82-83.

⁸ Kuntjaraningrat, *Pengantar Antropologi Budaya*, Aksara Baru Jakarta, 1979, hal 139.

menguntungkan tanpa dengan tegas mengajukan kemungkinan imbalan atau hukuman.⁹

Pemerintah Indonesia menggunakan diplomasi dengan cara persuasi dengan cara menunjukkan bukti bukti bahwa pulau komodo adalah pulau yang pantas masuk menjadi salah satu *new seven wonders*. Bukti tersebut berupa data dan dokumentasi keistimewaan Pulau Komodo yang bisa meyakinkan seseorang untuk vote Pulau Komodo menjadi new seven wonders.

Diplomasi kebudayaan dapat dilakukan oleh pemerintah maupun non pemerintah, individual maupun kolektif, atau setiap warga Negara. Oleh karena itu, pola hubungan diplomasi kebudayaan antar bangsa dapat terjadi antar siapa saja sebagai aktornya, dimana tujuan dan sasaran utama dari diplomasi kebudayaan adalah mempengaruhi pendapat umum baik pada level nasional maupun internasional. Materi atau isi diplomasi kebudayaan adalah segala hal yang secara makro maupun mikro dianggap sebagai pendayagunaan aspek budaya (dalam politik luar negeri).

Suatu Negara dapat menggunakan diplomasi kebudayaan sebagai media dan sebagai pemberi identitasnya dalam rangka pencapaian kepentingan nasional yang merupakan tujuan dari pelaksanaan politik luar

⁹ K.J. Holsti, *International Politics, A Framework for Analysis*, Third Edition, (New Delhi:Prentice Hall of India, New Delhi, 1978,hal 170-174

negerinya. Dengan hal ini pula maka diplomasi kebudayaan dapat digunakan sebagai instrument guna mencapai kepentingan nasional.

Dengan berkembangnya sektor kebudayaan dan kepariwisataan maka, dengan sendirinya akan mendorong terwujudnya pencapaian perluasan kesempatan kerja, peningkatan kualitas angkatan kerja, revitalisasi institusi ekonomi serta peningkatan produk dan stabilitas harga produk ekonomi rakyat.

Di samping itu pembangunan bidang ini akan meletakkan dasar kuat bagi terbentuknya jati diri dan karakter bangsa (*nation and character building*). Hal ini penting untuk disadari karena saat ini terjadi begitu banyak hal yang mengarah pada dekadensi moral bangsa.

Mengenai sejauh mana hal-hal yang dianggap relevan dalam mengidentifikasi fenomena-fenomena diplomasi kebudayaan dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Kajian terhadap setiap usaha diplomasi yang menggunakan media kebudayaan dalam arti mikro seperti pameran, kompetisi, pertukaran misi pendidikan, olahraga, festival film dan lain-lain. Walaupun bersifat mikro arti kebudayaan justru merupakan pengertian yang konvensional.

- b. Kajian terhadap usaha diplomasi yang menggunakan media kebudayaan dalam arti makro seperti propaganda, hegemoni, dan lain sebagainya.

Dalam proses pemilihan new seven wonders menggunakan media kebudayaan dalam arti mikro yaitu kompetisi. Kompetisi secara umum berarti pertandingan atau persaingan dalam arti positif, baik berupa pertandingan maupun persaingan antar negara bangsa dianggap sebagai bentuk diplomasi kebudayaan karena didalamnya terlibat sistem nilai yang paling esensial dalam memanageri kepentingan nasional masing-masing negara yang bersangkutan dalam rangka mengungguli bangsa lain.

Pada seleksi awal terpilih 261 nominasi dari 222 negara, dilanjutkan pada seleksi selanjutnya yang dilakukan dengan voting pada Desember 2008 menjadi 77 nominasi dan pada bulan Juli 2009 terpilih 21 nominasi. Ke-21 nominasi tersebut akan terus bersaing dengan memperebutkan polling terbanyak melalui vote melalui internet, telepon dan sms yang hasilnya akan dideklarasikan pada Desember 2011.

2. Kepentingan Nasional

Konsep kepentingan nasional merupakan konsep paling umum dan paling mendasar yang digunakan dalam pembahasan politik luar negeri suatu negara. Konsep ini sering digunakan juga untuk menjelaskan perilaku suatu Negara dalam politik Internasional. Menurut Hans J

Morgenthau, kepentingan nasional suatu Negara yaitu mengejar kekuasaan yaitu apa saja yang dapat membentuk dan mempertahankan pengendalian suatu Negara atas Negara lain.¹⁰ Sedangkan 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 umum, tapi merupakan unsur yang menjadi kebutuhan sangat vital bagi Negara. Unsur tersebut mencakup kelangsungan hidup bangsa dan Negara, kemerdekaan, keutuhan wilayah, keamanan militer dan kesejahteraan ekonomi.¹¹

Kepentingan nasional setiap Negara pada umumnya meliputi berbagai hal seperti memperhatikan integritas nasional, melindungi martabat nasional Negara serta membangun kekuasaan.¹² Kepentingan nasional suatu Negara timbul akibat terbatasnya sumber daya nasional, atau kekuatan nasional, sehingga Negara bangsa yang bersangkutan merasa perlu untuk mencari pemenuhan kepentingan nasional keluar dari batas-

¹⁰ Mochtar Mas' oed, Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi, Jakarta, LP3ES,1990, hal 163.

¹¹ Jack C. Plano, Roy Olton, The International Dictionary, terj. Wawan Juanda, Third Edition, Clio Press Ltd. England, 1982,hlm.7

¹² Carlton, Clymer Rodeee DKK, Pengantar Ilmu Politik, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000, hal.501-504.

batas negaranya.¹³ Berdasarkan konsep kepentingan nasional tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkah laku serta tindakan yang diambil oleh pemimpin politik terhadap masalah-masalah domestic maupun internasional dipengaruhi oleh kepentingan nasional Negara mereka terhadap masyarakat internasional.

Dari konsep kepentingan nasional diatas, maka pada dasarnya kepentingan suatu bangsa dalam percaturan masyarakat internasional tidak terlepas dari dua hal yang menjadi tujuan utama yaitu kepentingan prestige dan kepentingan ekonomi untuk kesejahteraan (welfare)

a. Kepentingan Prestige

Untuk mencapai tujuan nasional pemerintah juga berusaha meningkatkan prestige negaranya. Pandangan tradisional menyatakan bahwa sumber utama status adalah unjuk kekuatan militer dan kekuasaan. Akan tetapi, seiring dengan perkembangan jaman, maka keunggulan diberbagai bidang kehidupan juga memegang peranan penting dalam peningkatan prestige suatu bangsa, seperti tingkat perekonomian, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi bahkan kemajuan dibidang pariwisata.

Kepentingan prestige yang dilancarkan Indonesia adalah untuk eksistensi di kancah Internasional agar mendapat pengakuan dari

¹³ Tulus Warsito, Teori-Teori Politik Luar Negeri, Relevansi dan Keterbatasannya, Bigraf Publishing, Yogyakarta, 1998, hal.29.

seluruh dunia bahwa Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya.

Jika Pulau Komodo terpilih sebagai *new seven wonders* maka keberadaan Indonesia di kancah Internasional akan diperhitungkan. Hal ini tentu saja akan membuktikan bahwa Indonesia memiliki objek wisata yang memiliki keistimewaan dan keindahan luar biasa yang tidak kalah dengan Negara lain. Selain itu juga untuk mengobati rasa malu setelah tahun 2007 Borobudur gagal masuk menjadi tujuh keajaiban dunia. Dengan citra yang semakin baik, maka akan membawa dampak positif di bidang lain seperti social, ekonomi, politik yang akan membawa Indonesia menjadi lebih sejahtera.

b. Kepentingan Ekonomi

Setiap Negara didunia pada umumnya mempunyai tujuan untuk memajukan dan mengembangkan kepentingan ekonomi negaranya. Tujuan tersebut meliputi upaya peningkatan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat, baik secara keseluruhan / individu tersebut dapat dicapai melalui jangka pendek maupun jangka panjang.

Kepentingan nasional sebuah Negara salah satunya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu dengan memajukan

dan mengembangkan ekonomi negaranya. Untuk mencapai tujuan tersebut atau sasaran tersebut, maka diperlukan strategi yang matang.

Jika Taman Nasional Pulau Komodo terpilih sebagai salah satu dari *New Seven Wonders* maka Indonesia mempunyai kesempatan untuk meningkatkan pendapatan, yaitu akan mendatangkan devisa bagi negara melalui sektor pariwisata. Dengan ditetapkannya komodo menjadi keajaiban dunia maka komodo akan semakin dikenal di seluruh belahan bumi. Tentunya akan menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Pulau Komodo untuk melihat komodo. Dengan adanya kunjungan wisatawan, tentunya berdampak mendatangkan devisa bagi negara. Masyarakat di sekitar objek wisata juga akan menimba banyak manfaat.

3. Konsep Strategi

Definisi strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture (David, p.15, 2004).¹⁴

¹⁴ Konsep Strategi <http://jurnal-sdm.blogspot.com> diakses pada 11 April

Pengertian strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Glueck dan Jauch, p.9, 1989).¹⁵

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.

Pemerintah Indonesia melakukan strategi untuk menjadikan Pulau Komodo menjadi *new seven wonders* untuk mencapau tujuan jangka panjang. Indonesia memberikan informasi positif kepada masyarakat Indonesia maupun warga negara asing untuk mendapatkan dukungan. Tujuan Indonesia adalah untuk meningkatkan prestige dan meningkatkan pendapatan devisa untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia.

4. Konsep Strategi Pemasaran Internasional

Definisi pemasaran menurut William J. Stanton adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk

¹⁵ Loc.cit

merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang berhubungan sebagai suatu sistem. Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi didalam suatu lingkungan yang terus menerus berkembang sebagai konsekuensi sosial dari pengelola tersebut, dan peraturan-peraturan yang ada. Bagi pemasaran, perubahan lingkungan dapat merupakan tantangan-tantangan baru yang memerlukan tanggapan dan cara penyelesaian yang baru pula atau sebaliknya dapat berupa suatu peluang atau kesempatan pengembangan usahanya.¹⁶

Sedangkan definisi dari strategi pemasaran adalah strategi marketing yaitu suatu proses penganalisaan kesempatan-kesempatan, pemulihan obyektives, pengembangan strategi, perumusan rencana, pelaksanaan kegiatan pengawasan.¹⁷

Strategi pemasaran bersifat dinamis dan interaktif sesuai dengan kondisi dan lingkungan. Dalam hal kepariwisataan, strategi pemasaran dapat diartikan sebagai usaha peningkatan frekuensi kunjungan wisatawan. Dalam hal ini kaitannya dengan pemasaran pariwisata yang

¹⁶ Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko, *Managemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 1982, Hal. 3

¹⁷ Radiosunu, *Managemen Pemasaran*, 1986, Hal. 20

dimiliki oleh Indonesia khususnya pulau komodo keluar negeri sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

Ajang pemilihan *new seven wonders* merupakan ajang promosi atau pemasaran pariwisata internasional yang sangat baik. Ajang ini sangat potensial karena yang terpilih akan menjadi ikon pariwisata internasional yang tentunya akan mendatangkan banyak keuntungan bagi negara yang menang. Negara yang menjadi pemenang akan mendapatkan peningkatan devisa karena jumlah kunjungan wisatawan meningkat dengan adanya promosi pariwisata internasional.

Penerapan konsep pemasaran yang memberikan informasi positif terhadap pariwisata pulau komodo, menjelaskan dan memberikan informasi melalui media massa dan promosi-promosi wisata lainnya, dengan memperlihatkan kestabilan politik dan jaminan keamanan untuk wisatawan mancanegara berkunjung ke daerah obyek wisata. Menciptakan persepsi yang baik melalui promosi sehingga timbul ketertarikan para wisatawan untuk berkunjung ke daerah obyek wisata. Oleh karena itu pemasaran pariwisata membantu dalam memulihkan citra Indonesia didunia Internasional dengan memberikan informasi-informasi yang baik dan benar. Dengan pencitraan yang baik maka akan semakin banyak orang didunia yang akan memilih (*vote*) pulau komodo untuk menjadi *new seven wonders*.

Promosi menjadi faktor penting dalam menambah eksistensi pulau komodo dengan tujuan menjadikannya sebagai satu dari *new seven wonders*. Untuk mewujudkannya maka yang dilakukan adalah dengan melakukan promosi pariwisata internasional.

F. Hipotesa

Serangkaian latar belakang dan persoalan yang telah dirumuskan serta konsep yang ditawarkan pada bagian pembahasan sebelumnya, maka mendorong penulis untuk merumuskan hipotesa:

1. Melakukan tindakan persuasif untuk menjadikan pulau komodo menjadi *new seven wonders* yang diselenggarakan oleh Unesco dengan motivasi adanya kepentingan nasional.
2. Melakukan promosi pariwisata Internasional Pulau Komodo.

G. Jangkauan Penelitian

Untuk mempermudah penulisan, penulis akan membatasi ruang lingkup kajian agar penulis tidak menyimpang dari tema atau tujuan yang diinginkan. Fokus utama dari penulisan ini adalah membahas bagaimana strategi diplomasi Indonesia di Unesco dalam rangka memperjuangkan pulau komodo masuk menjadi satu dari *new seven wonders* dimulai dari first phase Desember 2007 sampai pada final stage pada tahun 2009 sampai awal 2010. Namun demikian

tidak menutup kemungkinan apabila penulis akan menjelaskan diluar batasan tersebut. Menengok kembali peristiwa-peristiwa sebelumnya untuk memperkuat dan dapat dijadikan data pendukung penulisan, dengan catatan diperhatikan relevansinya.

H. Metode Penelitian

Suatu penelitian akan berjalan dengan baik jika disertai dengan faktor dan sistem metodologi yang baik. Penulisan ini akan menggunakan tehnik pengumpulan data melalui study kepustakaan (*library research*), berdasarkan data-data sekunder baik dari buku, majalah, jurnal, artikel, surat kabar, internet, maupun bentuk-bentuk tulisan lainnya yang relevan dengan objek penulisan.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan, tulisan ini akan dibagi menjadi 5 Bab. Adapun sistematika penulisan dari skripsi yang penulis angkat adalah:

BAB I : Pendahuluan, yang berisi alasan pemilihan judul, tujuan penelitian, latar belakang masalah, pokok permasalahan, landasan teori, hipotesa, jangkauan penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Bab ini menjelaskan tentang kondisi 7 keajaiban dunia dan kegagalan Candi Borobudur dalam 7 keajaiban Dunia.

BAB III : Bab ini menjelaskan tentang new seven wonders

BAB IV : Bab ini menjelaskan tentang profil Pulau Komodo dan usaha diplomasi Indonesia dengan caramelakukan tindakan persuasif dalam mengikuti kompetisi pemilihan new seven wonders yang diselenggarakan oleh Unesco dengan motivasi adanya kepentingan nasional dan melakukan promosi pariwisata Internasional Pulau Komodo.

BAB V : Penutup, berisi kesimpulan.