

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Asia Tenggara adalah sebuah kawasan di bagian Tenggara. Kawasan ini mencakup indochina dan semenanjung melaya serta kepulauan di sekitarnya Asia Tenggara memiliki letak yang ditinjau dari berbagai aspek baik itu dari segi astronomis, geografis, politis, ekonomis serta sosial serta keadaan alamnya. Letak dari asia tenggara yang sangat strategis menjadikan kawasan ini alur perdagangan global. Dalam era global yang berkembang dengan sangat pesat mendorong negara yang ada di dunia terus melakukan perubahan sesuai dengan apa yang ada sekarang ini .Pada wilayah regional asia tenggara saat ini menghadapi berbagai permasalahan di masing-masing negara di Asia Tenggara dan tantangan perekonomian.¹

Kawasan Asia Tenggara merupakan kawasan yang beranggotakan 11 negara yang sedang berkembang diantaranya adalah Indonesia, Thailand, Malaysia, Myanmar, Vietnam, Laos, Brunei Darussalam Filipina, Timor Leste dan Kamboja hanya Singapura yang di golongankan ke dalam negara maju. Ekonomi kawasan Asia Tenggara masih banyak tergantung pada hasil alam, dengan pengecualian Singapura, dalam

¹ <https://www.scribd.com/document/102365556/Sejarah-Asia-Tenggara> di akses tgl 29 januari 2019, pukul 18.30.

kondisi yang tidak menguntungkan di negara-negara berkembang yang terjadi di dalam politik internasional turut mempengaruhi perkembangan ekonomi. tumbuhnya kepentingan dari berbagai negara-negara besar di dunia telah menjadikan kawasan ini mempunyai arti penting bagi strategi pemasaran dari masing-masing negara. Hal ini terjadi mengingat kawasan ini sangat potensial, dimana didalamnya memiliki kekayaan alam yang melimpah menjadi kebanggaan bagi negara-negara di kawasan Asia Tenggara ini, di samping itu Asia Tenggara juga merupakan jalur lalu lintas yang sangat penting bagi terselenggaranya hubungan perdagangan, transfotasi dan lain-lain.

Asia Tenggara memiliki peranan yang sangat penting , baik secara langsung maupun tidak langsung bagi kemajuan, lebih khususnya di sektor pariwisata. Kita ketahui selama beberapa dekade terakhir, pariwisata telah mengalami perkembangan dan perubahan yang membuat pariwisata menjadi salah satu industri tercepat dan terbesar yang menggerakkan perekonomian. Menurut *World Tourism Organization*, pariwisata akan berkembang pada 2010-2030 yang arah perkembangannya sangat signifikan, dengan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) di seluruh dunia akan meningkat rata-rata 3,3% pertahun.² Bagi negara-negara berkembang, pariwisata merupakan salah satu sumber utama penghasilan devisa dan dapat menciptakan lapangan kerja serta peluang

² Dinnie, Keith. 2008. *Nation Branding: concepts, issues, practice*. Amsterdam: Elsevier.
Direktorat Jenderal Pemasaran. 2013. *Rakor Sinkronisasi Program Pemasaran Pariwisata di aksers tgl 5 september 2018*

untuk pengembangan lebih lanjut. Banyak potensi pariwisata di ASEAN yaitu objek dan daya tarik wisata yang merupakan suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang saling berhubungan.

Hubungan tersebut dapat menarik minat seseorang untuk datang ke tempat wisata tertentu, daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan, belum dikatakan daya tarik wisata, hingga adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Penyediaan aksesibilitas atau fasilitas merupakan suatu tindakan yang penting untuk menjadikan suatu daya tarik yang potensial menjadi sebuah daya tarik wisata. Ada beberapa potensi dari negara-negara ASEAN yang dapat mendorong peningkatan sektor pariwisatanya di masa depan :

1. Secara kumulatif, 10 negara anggota memiliki populasi hampir 600 juta, dengan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan pertumbuhan kelas menengah.
2. Negara-negara ASEAN memiliki kekayaan aset pariwisata yaitu sumber daya alam dan sumber daya batuan.
3. Negara-negara ASEAN memiliki kapasitas yang cukup banyak dalam hal akomodasi, penerbangan, tempat akonvesi dan lain-lain, yang beberapa diantaranya dianggap terbaik di dunia.
4. Negara-negara ASEAN memiliki organisasi pariwisata yang kompetitif dan memiliki anggaran pemasaran yang besar.

5. Negara yang padat penduduk seperti India dan China akan pelaku bisnis utama di negara ASEAN.
6. Harga penerbangan yang murah akan terus memberikan dorongan yang sangat signifikan untuk warga negara lain datang berkunjung bahkan untuk negara intra ASEAN.
7. Munculnya *Trans Asian Highway* dan *Trans Asian Railway* akan meningkatkan jumlah transportasi ke ASEAN.

Pembangunan pariwisata di Asia Tenggara tidak terlepas dari potensi yang dimiliki oleh negara anggota ASEAN untuk mendukung pariwisata tersebut. Keragaman budaya yang sangat menarik dipengaruhi adanya agama, adat istiadat dan kesenian yang sangat beragam. Tidak hanya itu, letak geografis Asia Tenggara juga menjadi alasan menarik wilayah ini untuk dikunjungi. Letak geografis sangat mempengaruhi terciptanya keindahan alam yang dimiliki oleh hampir seluruh negara yang tergabung dalam ASEAN.

Keindahan alam yang dapat dijumpai memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan, baik itu alam pengunungan, alam bawah laut, maupun pemandangan pantainya. Asia Tenggara dengan sumber daya alam dan budaya yang bervariasi memiliki potensi pengembangan pariwisata yang cukup tinggi. Tingginya potensi yang dimiliki harus berjalan lurus dengan pembangunan pariwisata di semua lini. Potensi pariwisata di Asia Tenggara dapat kita lihat dan dibagi kedalam beberapa jenis salah satunya adalah :

a. Wisata alam

Salah satu negara yang memiliki kepulauan terbesar di dunia ada di ASEAN. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki wilayah lautnya dengan luas 70% dari total keseluruhan luas negaranya. Perairan Indonesia menyimpan kekayaan terumbu karang terbaik di dunia. Menurut catatan *greenpeace*, luas terumbu karang di Indonesia mencapai 50.87565% km² yang menyumbang 18% luas total terumbu karang di dunia dan 65% luas total di coral triangle. Sebagian besar terumbu karang ini berlokasi di bagian timur Indonesia. Terumbu karang Indonesia memiliki berbagai macam keanekaragaman hayati, tercatat ada kurang lebih 590 spesies karang keras, 76 yang mewakili lebih dari 95% jumlah spesies yang tercatat di pusat segitiga terumbu karang.³

Selain kekayaan terumbu karang yang di miliki oleh Indonesia, hal wisata alam negara–negara Asia Tenggara lainnya juga memiliki wisata alam yang menarik untuk di kunjungi, meliputi : Malaysia tidak kalah menariknya dengan Indonesia, pasalnya negara ini memiliki sajian wisata alam yang cukup diminati oleh turis mancanegara. Pesona Langkawi dengan keindahan gunung karstnya menyajikan pemandangan yang sangat menarik untuk mengunjungi tempat ini. Filipina dengan keindahan Laut

³ Indonesia, Surga Terumbu Karang Dunia, <http://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/01/27/oindonesia-surga-terumbu-karang-dunia> di akses 5 september 2018, pukul 13.30.

Boracay. Thailand tak kalah menarik menawarkan Phuket sebagai salah satu wilayah andalan negaranya yang wajib di kunjungi bila berkunjung ke Thailand.⁴ Masih banyak lagi kekayaan lainnya yang dimiliki oleh negara-negara Asia Tenggara lainnya.

Setiap negara-negara Asia Tenggara bersaing untuk menarik perhatian domestik dan internasional di sektor pariwisata. Alhasil, setiap negara di tuntut untuk melakukan diferensiasi dari berbagai negara yang ada dengan membentuk identitas negara itu sendiri. *Nation branding* untuk membentuk identitas negara tidak hanya terhenti dalam pembuatan logo kampanye yang bagus atau slogan yang terdengar indah. Slogan atau logo inilah yang dapat menggambarkan identitas, karakter dan budaya melalui aktivitas pencitraan (*branding*). Indonesia adalah salah satu yang membentuk promosi *nation branding* yang disebut “*Wonderful Indonesia*” yang dimulai sejak tahun 2011 yang mana sebelumnya Indonesia menggunakan kampanye yaitu Visit Indonesia. Menurut jumlah data kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari tahun 2013-2018 mengalami peningkatan yaitu di tahun 2013 : 8,8 juta, 2014 : 9.44 juta, 2015 : 10 juta⁵, 2016 : 12,2 juta, 2017 : 14,4 juta dan 2018 : 15,40.⁶

Promosi *Wonderful Indonesia* dengan berbagai medium/saluran komunikasi, yaitu menggunakan media digital melalui website resmi

⁴ Destinasi Wisata Terbaik di Asia, Tiga dari Indonesia, <http://blog.reservasi.com/10-destinasi-wisata-terbaik-di-asia/> diakses 5 september 2018 pukul 13.45.

⁵ Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2014, hal. 56. Diperoleh dari <http://parekrif.go.id/asp/detil.asp?c=5&id=2881>, diakses pada 17 oktober 2018

⁶ <http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=110> di akses pada 17 oktober 2018, pukul 14.04.

Indonesia travel dan media sosial, pembuatan dan publikasi video kreatif, untuk mempromosikan keindahan Indonesia kepada masyarakat luaran negeri dan domestik khususnya di Asia Tenggara. Namun, terlepas dari usaha yang dilakukan dalam mempromosikan *Wonderful Indonesia*, Menteri Pariwisata (Menpar) Indonesia Arif Yahya menyatakan bahwa, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia memang mengalami peningkatan sejak promosi *Wonderful Indonesia* dilakukan, namun angka tersebut selalu berada di angka 9 juta. Arif menuturkan, angka 9 juta wisatawan mancanegara tersebut cukup kecil mengingat banyaknya potensi wisata yang ada di Indonesia. Jumlah tersebut masih berada di bawah negara tetangga Indonesia, yaitu Malaysia yang memiliki kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 26 juta dan Thailand dengan 29 kunjungan. Kunjungan ke Indonesia hanya 1/3 dari dua negara tersebut. Presiden Joko Widodo juga akhirnya menandatangani 30 negara bebas visa masuk ke Indonesia, diikuti dengan dana promosi pariwisata sebanyak 1,3 triliun yang sebelumnya hanya disediakan sekitar 300 miliar.⁷

Berbagai langkah ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan mancanegara ke Indonesia.

Oleh karena itu, skripsi ini bertujuan untuk mengetahui diplomasi Indonesia dalam mempromosikan *Wonderfull Indonesia* dan mengetahui

⁷ Diambil dari <http://www.tribunnews.com/travel/2015/06/16/menpar-jumlah-wisman-ke-indonesia-sepertiga-malaysia-dan-thailand-padahal-kita-punya-borobudur> diakses 6 september 2018, pukul 14: 10.

seberapa besar peranan dan tingkat keberhasilan diplomasi Indonesia dalam mempromosikan *Wonderful Indonesia* di Asia Tenggara.

A. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : **Bagaimana Diplomasi Indonesia Dalam Mempromosikan *Wonderfull Indonesia* Di Asia Tenggara Tahun 2013-2018?**

B. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui prosesnya bagaimana diplomasi Indonesia dalam mempromosikan *Wonderfull Indonesia* di Asia Tenggara.

C. KERANGKA TEORI

Dalam mengidentifikasi perumusan masalah dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan konsep “*diplomasi*”. Teori tersebut akan digunakan untuk menganalisis masalah yang telah dirumuskan.

Pengertian diplomasi menurut *the oxford dictionary* memberikan konotasi sebagai berikut: “manajemen hubungan internasional melalui negosiasi, dimana hubungan ini diselaraskan dan diatur oleh duta besar dan para wali : bisnis atau seni para diplomasi”. Menurut *the chamber’s twentieth century dictionary* diplomasi adalah seni berunding, khususnya tentang perjanjian di antara negara-negara dalam keahlian politik.

Definisi diplomasi menurut para ahli :

1. Ellis Briggs : diplomasi adalah sebuah kegiatan urusan official dengan cara mengirim seseorang untuk mewakili pemerintah. Tujuan diplomasi adalah untuk menciptakan persetujuan dalam kacamata kebijakan.
2. Geoffrey McDermott : diplomasi adalah pertimbangan dalam menajamkan hubungan internasional.
3. Sir Earnest Satow dalam buku *guide to diplomatic practice*, diplomasi adalah penerapan kepandaian dan taktik pada pelaksanaan hubungan resmi antara pemerintah negara-negara berdaulat.
4. Clausewitz, seorang filosof Jerman, dalam pernyataannya yang terkenal mengatakan bahwa perang merupakan kelanjutan diplomasi dengan melalui sarana lain.⁸
5. Harlold Nichocholson, salah seorang pengkajian dan praktis yang pandai dalam hal diplomasi di abad kedupuluh menegaskan bahwa bahasa yang lebih mutakhir kata diplomasi secara gegabah diambil untuk menunjukkan paling tidak lima hal yang berbeda. Dari lima hal tersebut empat hal yang pertama menyangkut: (1) Politik luar negeri, (2) Negosiasi, (3) Mekanisme pelaksanaan negosiasi tersebut, dan (4) Suatu cabang dinas luar negeri. Ia selanjutnya mengatakan bahwa, interpretasi kelima merupakan suatu kualitas abstrak

⁸ https://nanopdf.com/download/diplomasi-wordpresscom_pdf di akses pada tgl 11 september 2018, pukul 14: 15.

pemberian, yang dalam arti baik mencakup keahlian dalam pelaksanaan negosiasi internasional; dan dalam arti buruk mencakup tindakan taktik yang lebih licik.⁹

Berdasarkan definisi para ahli, Pertama, jelas bahwasanya dasar pokok diplomasi adalah negosiasi. Kedua, negosiasi dilakukan untuk mengedepankan kepentingan negara. Ketiga, tindakan-tindakan diplomasi diambil untuk menjaga dan memajukan kepentingan nasional sejauh mungkin bisa dilakukan dengan sarana damai. Oleh karena itu, sungguh sukar untuk mendefinisikan dengan kata-kata yang sederhana. Tetapi bagaimanapun kita bisa mencoba untuk membuat kerangka definisi yang diharapkan bisa menggambarkan aspek-aspek berbeda sebanyak mungkin.

Dengan demikian, kita bisa mengatakan “diplomasi“, yang sangat erat dihubungkan dengan hubungan antar negara, seni mengedepankan kepentingan suatu negara melalui negosiasi dengan cara-cara damai apabila mungkin, dalam berhubungan dengan negara lain. Apabila cara-cara damai gagal untuk memperoleh tujuan yang diinginkan, diplomasi mengizinkan penggunaan ancaman atau kekuatan nyata sebagai cara untuk mencapai tujuan-tujuannya.¹⁰

Dalam mempromosikan *Wonderful Indonesia* di Asia Tenggara tidak luput dari berbagai jalur (*multitrack*) disini diplomasi publik sangat berperan penting dalam memajukan *Wonderful Indonesia*.

⁹ S.L. Roy, *diplomasi*, harwanto, mirsawati. Ed 1., cet 2, jakarta utara: PT Utomoputer, 1995, hal 3 sd 4

¹⁰ Ibid. Hal 5

Menurut Kamus Hubungan Internasional, diplomasi publik didefinisikan sebagai usaha, sebagai negara untuk memengaruhi opini publik di negara lain dengan menggunakan beberapa instrumen, seperti film, pertukaran budaya, radio dan televisi.¹¹

Diplomasi publik juga didefinisikan sebagai usaha sebuah usaha untuk mempengaruhi opini dari publik maupun pemimpin di negara lain dengan maksud untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri.¹²

Diplomasi publik bertujuan menumbuhkan opini masyarakat yang positif di negara lain melalui interaksi dengan kelompok-kelompok kepentingan tidak hanya memunculkan atau membentuk sikap saling menghormati, namun juga menumbuhkan ketertarikan.¹³

Jadi diplomasi publik sangat berpengaruh dalam mempromosikan *Wonderful Indonesia* ke kancah Asia Tenggara dengan berbagai jalur (*multitrack*), dimana peran pemerintah dan peran Non pemerintah sangat dibutuhkan.

- a. Peran pemerintah melalui diplomasi, departemen luar negeri, para pejabat pemerintah, dan anggota parlemen menjadi aktor utama dalam diplomasi dan negosiasi jenis ini. Sebagai pembuat kebijakan, mereka membuka jalan bagi upaya-upaya perdamaian. Peranan pemerintah melalui media masa seperti (instrgram, google, web, fb , twitter, dll) dan *tour an travel*.

¹¹ Tonny dian efendi, *diplomasi publik jepang perkembangan dan tantangan*, risman sikumbang, 1, bogor: galia indonesia, 2011, hal 9

¹² Ibid. Hal 10

¹³ Ibid. Hal 11

b. Peranan non pemerintah seperti pihak swasta, kelompok bisnis dan individu ikut bekerjasama dalam mempromosikan *Wonderfull Indonesia* seperti telkomsel bekerjasama untuk menyediakan paket *hot deals*. Berisi paket pariwisata yang akan di bundling dengan layanan-layanan digital dan konektivitas telkomsel dengan *value* khusus. Melalui penandatanganan MOU ini, telkomsel juga menyediakan layanan berupa *location based advertising* (LBA) bagi seluruh *tenant* milik asosiasi di bawah naungan tim visit *Wonderfull Indonesia* seperti *Operator Tour*, Agen travel, Hotel, Perusahaan Transportasi, Taman hiburan dll.¹⁴

D. METODE PENELITIAN

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif. Diawali dengan mengidentifikasi permasalahan dan pertanyaan penelitian yang di gunakan untuk memandu kegiatan pengumpulan data, pengalihan informasi secara mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan diplomasi indonesia dalam mempromosikan *Wonderful Indonesia* di Asia Tenggara. Berdasarkan kegiatan pengumpulan data dan pengalihan informasi tersebut, dan juga setelah data dan informasi yang diperoleh dianalisis, diperoleh gambaran yang semakin jelas untuk menjawab permasalahan penelitian.

¹⁴<https://www.telkomsel.com/about-us/news/telkomsel-dukung-program-kementerian-pariwisata-ri-visit-wonderful-indonesia-2018> di akses tgl 5 oktober 2018, pukul 14:30.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini data akan dikalarifikasikan menurut objek atau ditentukan berdasarkan *purposive* yang menjadi sumber dalam penelitian ini. Adapun bentuk data dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Data sekunder : data yang diperoleh secara tidak langsung, yakni berdasarkan literatur buku, surat kabar, internet, serta sumber dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan mengumpulkan bahan-bahan bacaan terkait dengan topik dan permasalahan penelitian, yang diperoleh dari buku, dokumen, jurnal, surat kabar serta media online yang akan teliti.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Melalui teknik ini penulis mencoba untuk memaparkan permasalahan melalui data-data yang dikumpulkan untuk mendapatkan gambaran yang sebenarnya, kemudian menganalisisnya dan menginterpretasikannya sehingga menghasilkan kesimpulan. Tujuan dari

analisis data yaitu untuk menyajikan dan menganalisis data fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan.

5. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mendapatkan penelitian secara sistematis dan mempermudah pembaca dalam memahami hasil penelitian ini, maka penulis skripsi ini dengan judul “Diplomasi Indonesia dalam mempromosikan Wonderful Indonesia di Asia Tenggara” ini dibagi menjadi empat kerangka sebagai berikut :

BAB I : Merupakan pendahuluan yang membuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Gambaran umum tentang *Wonderful Indonesia* di Asia Tenggara.

BAB III : Diplomasi Indonesia Dalam Mempromosikan *Wonderful Indonesia* di Asia Tenggara.

A. *First track* Diplomasi (Pemerintah)

A1. Kemenpar

A2. Kemlu

A3. Diplomasi Pemerintah Indonesia dengan pemerintahan di Asia Tenggara

A4. Tingkat keberhasilan Promosi *Wonderful Indonesia*
di Asia Tenggara Tahun 2013-2018.

B. *Second track* Diplomasi (Non pemerintah)

B1. Hotel, Biro/Travel

B2. Media

B3. MICE

B4. Lembaga-Lembaga Pendidikan Swasta dan INGO

A. Kesimpulan

B. Saran

