

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu tonggak penyokong roda perekonomian setiap negara di dunia. Hal tersebut dikarenakan industri pariwisata selalu menyumbang devisa yang cukup tinggi bagi negara. Apalagi industri ini dikenal sebagai industri yang tidak pernah mati, karena setiap orang di dunia pasti akan melakukan perjalanan pariwisata. Baik perjalanan untuk sekedar berlibur, berbelanja, mengemban pendidikan, melakukan perjalanan bisnis, *study tour*, atau bahkan melakukan pertukaran pelajar. Bahkan di beberapa negara, industri pariwisata mampu membentuk dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, sehingga tidak jarang juga industri ini dapat membantu negara dalam menanggulangi kemiskinan.

Kawasan ASEAN (*Association of South East Asia Nations*) yang beranggotakan 10 negara yaitu Indonesia, Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, Vietnam, Brunei Darussalam, Laos, Kamboja dan Myanmar. Organisasi regional ini dibentuk dan didirikan pada tanggal 8 Agustus 1967 di Bangkok. Pada tahun 2003, ASEAN membentuk tiga pilar tata kelola organisasi ini yaitu *ASEAN Security Community* (ASC), *ASEAN Economic Community* (AEC), dan *ASEAN Socio-Cultural Community* (ASCC). Tujuan dibentuknya ketiga pilar ini adalah memajukan pertumbuhan ekonomi, mengembangkan budaya, dan meningkatkan sosialitas pada setiap negara di kawasan ASEAN. Lalu di Cebu,

Filipina tepatnya pada tanggal 13 Januari 2007, perjanjian yang bernama “*Cebu Declaration on the Acceleration of the Establishment of an ASEAN Community by 2015*” telah ditandatangani oleh para Pemimpin ASEAN pada KTT ke-12 ASEAN. Sehingga perjanjian tersebut dapat dinilai sebagai pencapaian komunitas ASEAN yang cukup kuat.¹ Adapun industri pariwisata termasuk bagian dari *ASEAN Economic Community (AEC)* karena sangat berperan penting dalam pembangunan dan pengembangan ekonomi negara.

Kemudian seiring berjalannya waktu, kawasan ini dianggap sebagai salah satu kawasan yang cukup banyak diminati oleh wisatawan asing. Biasanya wisatawan tersebut berasal dari luar kawasan Asia Tenggara, seperti kawasan Asia lainnya, kawasan Amerika ataupun kawasan Australia, namun ada juga wisatawan asing yang berasal dari dalam kawasan ASEAN itu sendiri. Sehingga dalam melihat hal tersebut, di Malaysia pada tahun 1981, ASEAN akhirnya membuat suatu forum bernama *ASEAN Tourism Forum (ATF)* yang merepresentasikan industri pariwisata di kawasan ASEAN.

ASEAN Tourism Forum (ATF) juga dibentuk untuk mempromosikan kawasan ASEAN guna meningkatkan dan memajukan kepentingan bersama di wilayah tersebut. Contohnya seperti kemajuan sosial budaya dan meningkatkan kerja sama ekonomi dalam sektor perdagangan maupun pariwisata. Forum ini juga mengadakan pertemuan yang diwakili oleh para Menteri Pariwisata dari seluruh negara anggota pada tanggal 21 Januari 2008 di Bangkok, Thailand. Adapun yang menjadi pembahasan pada pertemuan tersebut adalah menekankan mengenai

¹ ASEAN. “*Association of South East Asia Nations.*” <http://www.asean.org/> (diakses pada 1 Maret 2021)

parameter keberhasilan sektor pariwisata yang berkaitan dengan membenahi infrastruktur serta memajukan ekonomi masyarakat.² Pertemuan ini juga membentuk rancangan jangka panjang, seperti *Travel Exchange* (TE) dan *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP) yang bertujuan menciptakan *blueprint* yang berkaitan dengan *project*, kebijakan, program, ekspansi, investasi, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), dan menciptakan koneksi antar negara anggota ASEAN. Sehingga *ASEAN Tourism Forum* (ATF) ini lah nantinya yang berperan sebagai aktor non-negara dalam membantu perkembangan pariwisata di Indonesia.

Indonesia adalah negara yang diapit oleh dua Benua, yaitu Benua Asia dan Benua Australia. Indonesia juga memiliki wilayah sepanjang 3.977 mil di antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia serta dilintasi oleh garis khatulistiwa dengan koordinat 6°LU – 11°08'LS dan dari 95°BB – 141°45'BT. Oleh sebab itu, Indonesia memiliki dua musim yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Indonesia juga memiliki hampir 18.000 pulau yang tersebar dari Sabang sampai Marauke, sehingga Indonesia dijuluki sebagai kepulauan terbesar di dunia. Selain itu, Indonesia memiliki luas perairan sekitar 93.000 km² dengan panjang Pantai sekitar 81.000 km² dan membuat Indonesia dijuluki sebagai negara maritim terbesar di dunia. Lalu, Indonesia juga dijuluki sebagai negara dengan suku bangsa terbanyak di dunia, yaitu sebanyak 740 suku bangsa/etnis dengan

² Media Statement. “*Joint Media Statement of the Eleventh Meeting of ASEAN Tourism Ministers (11th M-ATM) Bangkok, 21 January 2008.*” ASEAN Economic Community. https://asean.org/?static_post=joint-media-statement-of-the-eleventh-meeting-of-asean-tourismministers-11th-m-atm-bangkok-21-january-2008 (diakses 1 Maret 2021)

menggunakan 583 bahasa. Namun keanekaragaman tersebut dipersatukan dengan Bahasa Nasional yaitu Bahasa Indonesia.

Kekayaan keanekaragaman yang dimiliki oleh negara Indonesia membuat Pemerintah Indonesia mengupayakan peningkatan citra pariwisatanya dan meningkatkan daya saing di antara negara anggota ASEAN lainnya dengan menggunakan *nation branding*. Adapun pada tahun 2011, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf RI) menciptakan *nation branding* “*Wonderful Indonesia*” dan menetakannya sebagai *branding* pariwisata Indonesia. Sehingga *nation branding* dinilai sangat penting karena berkaitan dengan identitas, citra, moral, nama baik, serta kepercayaan yang ingin disampaikan pada negara-negara di dunia. Selain itu *nation branding* “*Wonderful Indonesia*” ini lah yang nantinya akan berperan sebagai aktor negara dalam membantu perkembangan pariwisata di Indonesia. Bahkan sudah terbukti pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2015-2019 yang memaparkan bahwa industri pariwisata sangat berperan secara signifikan dalam memajukan perekonomian negara Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan oleh penulis, maka teridentifikasi satu rumusan masalah yaitu, **“Bagaimana kontribusi aktor negara dan non-negara dalam kerja sama *Wonderful Indonesia* dan ASEAN Tourism Forum (ATF) untuk perkembangan pariwisata di Indonesia tahun 2011 – 2015?”**

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis melalui penelitian ini, yaitu:

- a) Mendapatkan gambaran dan menganalisis secara sigkat bentuk kebijakan dan kerja sama apa saja yang ditempuh oleh pemerintah dalam pengembangan pariwisata di Indonesia.
- b) Mengidentifikasi keterlibatan aktor negara dan non-negara, serta kontribusinya dalam mengimplementasikan kebijakan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Selain ingin mencapai tujuan penelitian, penulis juga melihat bahwa adanya beberapa kegunaan dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Pembaca dapat mengetahui informasi mengenai gambaran dan analisi secara sigkat bentuk kebijakan dan kerja sama apa saja yang ditempuh oleh pemerintah dalam pengembangan pariwisata di Indonesia.
- b) Pembaca dapat mengetahui informasi mengenai keterlibatan aktor negara dan non-negara, serta kontribusinya dalam mengimplementasikan kebijakan.

1.5. Sistematika Penulisan

Pada Sistematika Penulisan terbagi menjadi 5 (lima) bagian yang akan Penulis uraikan dengan urutan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB I ini, penulis akan memaparkan secara singkat mengenai aktor non-negara yaitu ASEAN (*Association of South East Asia Nations*) dalam membentuk suatu forum khusus yang berfokus pada industri pariwisata yaitu *ASEAN Tourism Forum* (ATF). Sehingga melalui forum ini juga nantinya akan bekerja sama dengan salah satu negara ASEAN yaitu Indonesia, guna mengidentifikasi peran aktor negara yaitu *Wonderful Indonesia* dalam mengembangkan industri pariwisatanya. Selain itu, penulis juga memaparkan mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA BERPIKIR

Pada BAB II ini, penulis memaparkan mengenai tinjauan pustaka sebagai dasar penelitian dan sebagai sarana analisis penelitian sebelumnya. Tinjauan pustaka ini juga menginformasikan unsur-unsur yang akan mengarah pada inti pembahasan dalam penelitian ini. Selain itu, penulis juga memaparkan mengenai kerangka teori yang digunakan dalam melakukan penelitian, serta menjelaskan mengenai konsep-konsep yang memiliki kontribusi dalam menguraikan pembahasan pada penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada BAB III ini, penulis memaparkan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun metode yang akan diuraikan mencakup pendekatan

ilmiah, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang nantinya akan berpengaruh dalam menyelesaikan penelitian ini.

BAB IV : ANALISIS

Pada BAB IV ini, penulis memaparkan mengenai pembahasan dan analisis melalui data yang telah dikumpulkan dan diolah secara seksama. Pada bab ini juga penulis akan mengidentifikasi dan menjawab rumusan masalah pada bab sebelumnya. Sehingga pada bab ini, penulis ingin menjelaskan mengenai peran *nation branding Wonderful Indonesia* dalam perkembangan industri pariwisata melalui kerja sama dengan *ASEAN Tourism Forum (ATF)* secara komprehensif dan sistematis.

BAB V : PENUTUP

Pada BAB V ini, penulis memaparkan mengenai kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis pada bab-bab sebelumnya secara lebih terperinci, namun dapat tetap dipahami secara sistematis. Bab ini juga berisi mengenai saran yang disampaikan oleh Penulis terhadap penelitian ini. Sehingga nantinya penelitian ini dapat lebih bermanfaat pada topik serupa di masa depan.