**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Salah satu aspek penting dari hubungan internasional adalah perilaku suatu negara terhadap lingkungan internasional yang diwujudkan melalui kepariwisataan. Pariwisata merupakan bagian dari budaya masyarakat, yaitu berkaitan dengan penggunaan waktu senggang/*leisure time* yang dimiliki seseorang. Sebagai sebuah konsep, pariwisata telah mengalami proses perkembangan yang panjang dari pemahaman yang sempit dan sederhana sampai pada luas dan kompleks. Sebagaimana dikemukakan oleh Kuntowijoyo (1991:1), ada tiga macam pandangan mengenai pariwisata yang terdapat dalam masyarakat, yaitu : 1) pariwisata tidak dikenal masyarakat dan sepenuhnya belum dapat diterapkan dalam kehidupan, karena dalam masyarakat tidak ada pembedaan antara waktu dengan waktu kerja yang dikaitkan dengan aktivitas melakukan pekerjaan. 2) pariwisata mulai dikenal oleh sebagian anggota masyarakat, tetapi masih dipandang sebagai hal yang bersifat negatif, bahwa waktu senggang mereka adalah waktu yang tidak dalam keadaan kerja atau meninggalkan pekerjaan. 3) pariwisata sebagai pemanfaatan waktu senggang dipandang sebagai sebuah hal yang berguna dan memiliki arti, bermanfaat bagi kehidupannya, oleh karena itu jika mereka menggunakannya dengan baik, mereka akan mendapatkan manfaat.[[1]](#footnote-1)

Pemikiran bahwa berwisata adalah merupakan kebutuhan primer manusia ini mendasari diterbitkannya deklarasi *World Leisure* yang berisi tentang pentingnya perhatian pada waktu luang sebagaimana pentingnya perhatian pada persoalan kesehatan dan pendidikan. Di sini diperlukan pula penekanan pada pentingnya kewajiban pemerintah untuk menjamin pemberian fasilitas terbaik bagi kegiatan di waktu luang dan rekreasi bagi warganya, pentingnya integrasi sosial, pentingnya pengembangan komunitas serta identitas budaya, dan pentingnya persahabatan internasional.[[2]](#footnote-2)

Bagi Indonesia sendiri, pariwisata telah tumbuh menjadi sebuah industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang cerah dikemudian hari. Oleh karena itu banyak program yang telah dilakukan pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia antara lain program *Wonderful Indonesia* yang mana target utamanya adalah meraih wisatawan domestik maupun mancanegara sebanyak-banyaknya. Kebutuhan dari negara-negara maju semakin meningkat dan hal ini bisa dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Sektor pariwisata bisa dikatakan sebagai sektor yang paling siap dari segi fasilitas, sarana dan prasarana dibandingkan sektor usaha lainnya. Oleh karena itu pengembangannya diperlukan suatu strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata yang berbasis kerakyatan atau *community based tourism development.* Hal itu sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan dalam Pasal 4, “bahwa tujuan Kepariwisataan antara lain untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengatasi pengangguran, menghapus kemiskinan, melestarikan alam, mempererat persahabatan antar bangsa, memajukan kebudayaan dan mengangkat citra bangsa”.[[3]](#footnote-3) Dengan demikian diharapkan mampu mewujudkan prospek pariwisata Indonesia kedepannya yang lebih menjanjikan.

Melalui program-program yang dilakukan Kementerian Pariwisata (Kemenpar), bangsa-bangsa lain dapat melihat, menyaksikan, menikmati dan mengambil pelajaran serta hikmah tentang sejarah dan perkembangan kebudayaan bangsa Indonesia. Indonesia memiliki banyak objek wisata alam yang indah dan keanekaragaman budaya yang menarik bagi wisatawan. Bukan hanya itu saja, luas wilayah Indonesia termasuk dalam salah satu negara terbesar didunia ditambah dengan kondisi alam yang luar biasa menakjubkan menjadikan Indonesia negara wajib dikunjungi oleh para wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini yang membuat Kemenpar memperkenalkan dan mengembangkan industri pariwisata Indonesia di mata dunia. [[4]](#footnote-4)

Kondisi kepariwisataan yang semakin membaik ini membuat pemerintah mengambil tindakan-tindakan dalam lebih meningkatkan pembangunan kepariwisataan, antara lain tindakan yang diambil pemerintah adalah : 1) meningkatkan pemasaran pariwisata dengan melakukan promosi ke negara-negara yang berpotensi untuk mendatangkan wistawan ke Indonesia. 2) memberikan pendidikan kepariwisataan. 3) penyediaan sarana pariwisata serta memebuka penerbangan langsung dari luar negeri ke daerah tujuan wisata di Indonesia.[[5]](#footnote-5)

Salah satu negara yang menjadi target dalam meningkatkan kunjungan pariwisata di Indonesia adalah India. Sejauh ini, India menjadi salah satu penyumbang terbesar pertumbuhan wisatawan mancanegara dengan persentase 10,38 persen dalam periode Januari-Oktober 2015. Wisatawan India menjadi sasaran untuk meningkatkan devisa negara. Sebab, sebagian besar wisatawan dari India merupakan wisatawan kelas atas. Jika mereka menghabiskan waktu di Indonesia, mereka akan memilih hotel dengan fasilitas bintang lima yang ada di Indonesia.[[6]](#footnote-6) Demi mendatangkan wisatawan mancanegara dari India, Kemenpar berusaha menyiapkan yang dibutuhkan oleh wisatawan, seperti paket wisata petualangan dan lingkungan, makanan khas India dan suasana kehidupan malam yang nyaman.[[7]](#footnote-7)

Indonesia dan India mempunyai hubungan sejarah yang baik sehingga warga India bisa berlibur ke Indonesia melihat dari dekat budaya dan kecantikan destinasi Indonesia. Pada zaman kerajaan, Hindu yang berpusat di India berkembang pesat di Jawa dan melahirkan kerajaan-kerajaan Hindu dan Islam. Penyebarannya di Indonesia juga dilakukan oleh pedagang asal Gujarat, India. Hubungan Indonesia dan India tak hanya sampai di situ. Konferensi Asia Afrika juga melibatkan India dan pada tahun 1955 menghasilkan Dasa Sila Bandung. Tak heran apabila budaya seperti tarian, warna musik, cita rasa makanan, bahkan bahasa Indonesia memiliki kemiripan dengan India.[[8]](#footnote-8)

Saat ini, salah satu wilayah yang sering dikunjungi wisatawan India adalah Bali. Umumnya mereka berkunjung ke Bali hanya untuk bulan madu dan melihat persamaan budaya dan kehidupan yang kental di Bali. Padahal begitu banyak potensi wisata yang bisa mereka jajal, seperti wisata petualangan, wisata lingkungan, dan wisata pertemuan.[[9]](#footnote-9) Wakil Duta Besar India untuk Indonesia, menegaskan pariwisata adalah salah satu isu penting di dalam hubungan bilateral antara Indonesia dan India. Ada kesempatan besar untuk bekerja sama di bidang pariwisata ini. Warga dari kedua negara bisa mengunjungi negara satu sama lain. Indonesia adalah salah satu negara tujuan destinasi bagi warga India. Umumnya, mereka mengunjungi Jakarta, Bali, Medan dan Lombok, walaupun Bali masih tujuan utama wisatawan India.[[10]](#footnote-10)

Promosi *Wonderful Indonesia* di India merupakan sebuah kegiatan promosi pariwisata oleh Kemenpar yang sangat berpengaruh kepada permintaan pasar dari India. Pemerintah Indonesia mengoptimalkan promosi pariwisata Indonesia demi memikat calon wisatawan agar mampu mencapai target 10 juta wisatawan mancanegara. Untuk lebih mengenalkan Indonesia, Kemenpar mengemas promosi dengan berbagai strategi agar dapat menarik calon wisatawan dan pengunjung, kegiatan ini memiliki beberapa promosi strategis seperti mempromosikan Branding “*Wonderful Indonesia*” melalui brosur, VCD, map, kaos, payung, topi, handuk, *goody bag* dll, dan menampilkan berbagai macam kesenian dan pesona budaya tradisional Indonesia dimana diharapkan mampu menggaungkan maknam“*Wonderful Indonesia*” ke setiap mata para calon wisatawan, yaitu dengan menampilkan kesenian, Tari Lenso, Tari Cendrawasih dari Bali, Tari Njot-njotan dari Betawi, dan Malang Carnival, dan juga ada permainan/Games, photo session, dan coffee tasting.[[11]](#footnote-11)

Wisatawan India yang telah menjadi penyumbang pertumbuhan wisatawan mancanegara di Indonesia dengan persentase 10,38 persen dalam periode Januari-Oktober 2015.[[12]](#footnote-12) Di sisi lain jumlah masyarakat India yang berwisata ke Bali sebanyak 143.464 orang selama 10 bulan periode Januari-Oktober 2016, meningkat signifikan dibanding periode sama tahun sebelumnya yang tercatat 91.032 orang. India mengalahkan peringkat dari negara Australia, China, Jepang, Inggris dan Prancis itu memberikan kontribusi sebesar 3,52 persen terhadap total wisatawan mancanegara ke Bali sebanyak 4,07 juta orang selama 10 bulan pertama 2016. Jumlah wisatawan India meningkat paling tinggi, disusul wisatawan China melonjak 36,26 persen, Inggris 33,37 persen, Amerika Serikat (AS) 27,85 persen, dan Prancis 27,80 persen.[[13]](#footnote-13)

Peningkatan jumlah wisatawan mancanegara India yang berkunjung ke Indonesia tidak lepas dari peran Kemenpar yang sudah melakukan promosi mengenai *Wonderful Indonesia* di beberapa kota besar di India. Selain promosi yang ditingkatkan, Indonesia memberikan kemudahan bagi wisatawan mancanegara India dengan adanya pembebasan visa dengan validasi waktu 30 hari waktu kunjungan. Pembebasan visa ini telah diresmikan oleh Joko Widodo selaku Presiden Republik Indonesia pada tanggal 9 Juni 2015.[[14]](#footnote-14)

Di sisi lain, dibukanya layanan penerbangan oleh maskapai Garuda Indonesia ke Mumbai diproyeksikan dapat memberikan kontribusi peningkatkan jumlah kunjungan wisatawan India ke Indonesia pada tahun 2017 mendatang. Dibukanya rute penerbangan Jakarta – Mumbai ini sejalan dengan program yang dijalankan pemerintah dalam hal ini Kemenpar yang tengah mendorong peningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dunia ke Indonesia, dalam hal ini khususnya wisatawan dari India. Sejalan dengan sinergi bersama tersebut, pemerintah berupaya memaksimalkan basis konektivitas antar kedua negara yang diharapkan dapat semakin memperkuat hubungan bilateral antara Indonesia dan India melalui berbagai peningkatkan aktivitas perekonomian, pariwisata serta sosial budaya.[[15]](#footnote-15)

Dengan adanya persamaan budaya, sejarah, hubungan bilateral yang terjalin, penulis ingin meneliti apakah hal ini dapat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara India terhadap pariwisata di Indonesia. Maka dari itu penulis memilih judul **“Peran Kementerian Pariwisata RI Dalam Meningkatkan Wisatawan India ke Indonesia”**

**1.2 Identifikasi Masalah**

 Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya Kementerian Pariwisata dalam meningkatkan jumlah wisatawan India ke Indonesia?
2. Bagaimana tingkat animo wisatawan India ke Indonesia?
3. Bagaimana program Kementerian Pariwisata dalam memperkenalkan beberapa daerah tujuan wisata Indonesia?

**1.2.1 Pembatasan Masalah**

 Agar tidak keluar dari permasalahan, penulis membatasi masalah pada. Peran Kementerian Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Mancanegara Khususnya India ke Indonesia.

**1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah, untuk mempermudah kajian permasalahan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

*“*Bagaimana Peran Kementerian Pariwisata RI Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan India ke Indonesia?”

**1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1 Tujuan Penelitian**

 Tujuan penelitian berkaitan dengan penelaahan, pemahaman, serta pengembangan bidang yang diteliti. Adapun tujuan dilaksanakan penelitian dalam studi Hubungan Internasional adalah seperti berikut:

1. Untuk mengetahui sejauh mana upaya Kementerian Pariwisata melalui program dan promosi yang dilakukan dalam mempengaruhi jumlah wisatawan India ke Indonesia.
2. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat animo wisatawan India terhadap pariwisata Indonesia.
3. Untuk mengetahui program-program Kementerian Pariwisata dalam memperkenalkan daerah tujuan wisata Indonesia.

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

 Kegunaan dibuatnya penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Untuk mengembangkan ilmu Hubungan Internasional melalui penerapan teori-teori dalam studi Hubungan Internasional khususnya yang terkait dengan kerjasama internasional hubungan bilateral di bidang pariwisata.
2. Untuk melatih penulis agar dapat berpikir kritis, analitis dan logis. Serta menambah ilmu bagi penulis dan sebagai informasi yang berguna bagi mahasiswa ataupun pihak lain yang berkepentingan.
3. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sarjana Strata Satu (S1) jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

**1.4 Kerangka Teoritis dan Hipotesis**

**1.4.1 Kerangka Teoritis**

 Dalam melakukan pengamatan dan menganalisa masalah yang diangkat, diperlukan teori dari pakar Hubungan Internasional yang dianggap relevan dengan masalah yang diajukan oleh penulis. Kerangka acuan dibutuhkan dalam penulisan yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan penelitian, agar permasalahan dan topik yang dibahas tidak melenceng dari jalur pembahasan yang telah ditentukan. Untuk menganalisa setiap permasalahan penelitian ini ataupun fenomena yang terjadi, maka dalam Hubungan Internasional seperti yang diuraikan oleh **Suwardi Wiraatmadja** dalam bukunya *Pengantar Hubungan Internasional* menyatakan sebagai berikut:

“Hubungan Internasional lebih sesuai untuk mencakup segala macam hubungan antar bangsa dan kelompok-kelompok bangsa dalam masyarakat dunia, dan kekuatan-kekuatan, tekanan-tekanan, proses-proses yang menentukan cara hidup dan cara berfikir dari manusia.”[[16]](#footnote-16)

 Sesuai dengan konsep di atas pariwisata mencakup segala aspek interaksi suatu negara dengan negara lain, atau hubungan yang melintasi batas negara, baik yang didukung oleh negara maupun non-negara, dan akan terlaksana melalui kebijakan luar negeri dimana proses-proses internasional dapat dilaksanakan.

 Globalisasi memudahkan orang-orang untuk lebih mengenal hal-hal baru, salah satunya adalah budaya. Dalam pariwisata terjadi globalisasi budaya dimana budaya-budaya luar dapat mempengaruhi budaya asli yang sudah ada sebelumnya karena globalisasi tidak mengenal lintas batas negara. **Paul James** dalam bukunya *Globalism, Nationalism, Tribalism* menyatakan bahwa:

“Globalisasi budaya adalah penyebaran gagasan, makna, dan nilai ke seluruh dunia dengan cara tertentu untuk memperluas dan mempererat hubungan sosial. Proses ini ditandai oleh konsumsi budaya bersama yang dibantu oleh Internet, media budaya masyarakat, dan perjalanan luar negeri.”[[17]](#footnote-17)

 Kerjasama Internasional juga diterapkan dalam pariwisata dengan tujuan membagun dan memperkenalkan pariwisata yang ada kepada negara lain baik pemerintah dengan pemerintah ataupun swasta. Kerjasama Internasional menurut **KJ. Holsti** adalah “Pandangan bahwa terdapat dua atau lebih kepentingan, nilai, atau tujuan yang saling bertemu dan dapat menghasilkan sesuatu, dipromosikan atau dipenuhi oleh semua pihak.”[[18]](#footnote-18)

 Salah satu dari aspek tersebut adalah pariwisata, konsep pariwisata tidak dapat dilewatkan untuk dibahas. Pengertian pariwisata menurut *UU No. 10/2009 Pasal 1 ayat 3*, tentang kepariwisataan bahwa “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.”

 Menurut ***World Tourism Organization***(WTO), pariwisata adalah “Suatu kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya.”

 Sedangkan menurut **James J.Spillane** dalam bukunya *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya* menyatakan bahwa “Pariwisata merupakan suatu kegiatan untuk melakukan perjalanan yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan tujuan lainnya”[[19]](#footnote-19)

 Dalam pariwisata terdapat banyak jenis-jenis pariwisata yang mampu mendorong wisatawan mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan alasan-alasan tertentu, seperti yang dikemukakan oleh **Pendit (1999:42-48)** yang menggolongkan pariwisata menjadi beberapa jenis yaitu : 1) wisata budaya 2) wisata kesehatan 3) wisata olahraga 4) wisata komersial 5) wisata Industri 6) wisata politik 7) wisata konvensi 8) wisata social 9) wisata pertanian 10) wisata maritime 11) wisata cagar alam 12) wisata buru 13) wisata pilgrim 14) wisata bulan madu.[[20]](#footnote-20)

 Menurut *UU RI No. 10 Tahun 2009* *Pasal 1 ayat 5* tentang kepariwisataan disebutkan bahwa Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan.

Sedangkan, **Oka A** **Yoeti (1983:160-162)** menjelaskan bahwa terdapat perbedaan tentang makna “objek wisata” dan “atraksi wisata”. Kita hanya menyebutkan sebagai objek apabila untuk melihat objek itu tidak ada persiapan yang dilakukan terlebih dahulu, dengan kata lain kita dapat melihatnya secara langsung tanpa bantuan orang lain walaupun kadang-kadang kita harus membayar sekedar tanda masuk saja, seperti misalnya : pemandangan, gunung, candi, gereja, mesjid, bangunan bersejarah dan lain sebagainya. Sedangkan atraksi wisata adalah sesuatu yang telah dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dan dinikmati, seperti misalnya : tari-tarian, nyanyian, kesenian rakyat tradisional, upacara adat dan lain sebagainya.[[21]](#footnote-21)

Yang penting diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata, agar menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi tiga syarat yaitu : daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai “*something to see*” yaitu di tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisatanya yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain. “*something to do*” yaitu adanya fasilitas rekreasi yang dapat membuat pengunjung betah untuk tinggal lebih lama lagi di tempat itu. “*something to buy*” yaitu adanya tempat untuk berbelanja terutama barang-barang cenderamata dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing.[[22]](#footnote-22)

Wisatawan tidak terlepas dari pariwisata it sendiri. Menurut *UU RI No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 2* adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Sedangkan Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) No.870 Pasal 5 Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial menyatakan bahwa *Visitor* atau wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa, dengan alasan apapun juga, kecuali mengusahakan sesuatu pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya.

 Dalam upaya memperkenalkan potensi pariwisata di mata dunia, promosi merupakan kegiatan yang lebih banyak mencakup mendistribusikan *promotion materials,* seperti *film, slides, advertisement, brochures, booklets, leaflets, folders*, melalui bermacam-macam saluran seperti: TV, radio, majalah, bioskop, direct-mail baik pada “*potential tourist*”, yaitu sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata, karena memiliki banyak uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum mempuanyai waktu senggang untuk bepergian sebagai wisatawan maupun “*actual tourist*”, yaitu orang yang sedang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tujuan tertentu; dengan tujuan mentransfer informasi dan mempengaruhi calon-calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.[[23]](#footnote-23)

 Adapun komunikasi dalam kegiatan promosi dapat dibagi dalam tiga bagian penting, yaitu: 1) Harus ada komunikator yang bertindak sebagai sender 2) Harus ada reciever yang akan menerima berita dari komunikator 3) Harus ada alat untuk menyampaikan message berupa channel yang bertindak sebagai media saluran berita.

Sejalan dengan uraian tersebut diatas juga dikenal “***promotion intruments****”* yang paling banyak digunakan. Indonesia memperkenalkan pariwisata yang ada melalui kegiatan promosi baik di dalam negeri maupun di luar negeri, sesuai dengan yang dipaparkan oleh Oka A Yoeti (1996 : 188) mengenai cara melakukan promosi, yaitu : *1) Advertising 2) Sales Support* dan  *3) Public Relation[[24]](#footnote-24)*

 Dari uraian kerangka pemikiran diatas, maka penulis mengajukan asumsi sebagai berikut:

a. Kementerian Pariwisata melakukan promosi pariwisata Indonesia di beberapa kota besar di India. Melihat upaya yang dilakukan, Kementerian Pariwisata memberikan dampak positif pada pariwisata Indonesia dan mendapat sambutan positif dari antusiasnya wisatawan India.

b. Dengan adanya kesamaan budaya dan sejarah yang ditawarkan pariwisata Indonesa khususnya kepada wisatawan India, baik dari segi budaya, bahasa dan kuliner mampu menarik perhatian wisatawan India berkunjung ke Indonesia.

c. Indonesia memberikan kemudahan bagi wisatawan India yang akan berkunjung ke Indonesia berupa pemberian fasilitas bebas visa dan penerbangan langsung.

**1.4.2 Hipotesis Penelitian**

 Berdasarkan kerangka teoritis serta perumusan masalah dan asumsi yang sudah tertera sebelumnya, maka penulis mengemukakan hipotesis seperti berikut :

**“Peran Kementerian Pariwisata RI dengan program-program yang diberikan seperti pembebasan visa, penerbangan langsung Jakarta-Mumbai dan Wonderful Indonesia di India mempengaruhi jumlah wisatawa India yang berkunjung ke Indonesia”**

**1.4.3 Operasionalisasi Variabel dan Indikator (Konsep Teoritik, Empirik,**

 **dan Analisis)**

**Tabel 1.1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel dalam Hipotesis** **(Teoritis)** | **Indikator** **(Empiris)** | **Verifikasi****(Analisis)** |
| Variabel bebas :Peran Kemenpar Republik Indonesia menjalankan promosi pariwisata Indonesia di India. | 1. Diadakannya promosi besar-besaran pariwisata Indonesia oleh Kemenpar dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara India ke Indonesia.
2. Memberikan kemudahan bagi wisatawan mancanegara India untuk berkunjung ke Indonesia.
 | 1. Promosi “*Wonderful Indonesia*” di New Delhi di salah satu pusat perbelanjaan pada 30 Oktober 2015.

(http://kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3008)1. Promosi “*Wonderful Indonesia*” di Mumbai pada 2-4 Desember 2015.

(http://travel.kompas.com/read/2016/02/22/114453327/Wonderful.Indonesia.Raih.Penghargaan.di.Mumbai)1. Pembebasan Visa bagi wisatawan mancanegara India ke Indonesia diresmikan pada 9 Juni 2015.

(http://www.imigrasi.go.id/index.php/berita/berita-utama/851-orang-asing-dari-75-negara-ini-bebas-visa-untuk-wisata-ke-indonesia)1. Penerbangan langsung Jakarta-Mumbai dan Jakarta-New Delhi oleh Garuda Indonesia pada 12 Desember 2015.

(https://www.garuda-indonesia.com/id/id/destination/route-map/index-international.page? ) |
| Variabel Terikat :Semakin meningkat wisatawan mancanegara India yang datang ke Indonesia | 1. Meningkatnya wisatawan mancanegara India ke Indonesia.
 | 1. Data statistik wisatawan mancanegara India mengalami peningkatan.

(http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=11)(https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1206) |

**1.4.4 Skema Kerangka Teoritik**

**Gambar 1**

**Skema Kerangka Teoritik**

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia

Program Kemenpar untuk wisatawan India

Promosi Wisata Indonesia

India sebagai negara tujuan promosi

Meningkatnya Jumlah Wisatawan India

* 1. **Metode dan Teknik Pengumpulan Data**

**1.5.1 Tingkat Analisis**

Penggunaan tingkat analisa dalam studi Hubungan Internasional penting dilakukan untuk memilah-milah masalah yang paling layak ditekankan atau dianalisis, serta untuk menghindari kemungkinan melakukan kesalahan metodologis. Oleh sebab itu penulis akan menjelaskan tingkat analisis dalam penelitian ini, bahwa yang menjadi variabel bebas atau independen adalah Peran Kementerian Pariwisata (Kemenpar) dalam meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara India. Maka, variabel x (independen) adalah Peran Kemenpar, dan variabel y atau variabel terikat (dependen) adalah Peningkatan Jumlah Wisatawan India ke Indonesia. Sehingga penulis menggunakan analisa Induksionis, yang berarti unit eksplanasinya berada ditingkatan yang lebih tinggi daripada unit analisisnya.

**1.5.2 Metode Penelitian**

Dalam studi mengenai metodologi penelitian, dikenal beberapa metode penelitian seperti berikut:

a. Metode Penelitian Deskriptif

 Metode ini digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa dan kejadian yang ada pada masa sekarang. Metode deskriptif merupakan metode yang berusaha mengumpulkan, menyusun, menginterpretasikan data yang kemudian diajukan dengan menganalisa data tersebut atau menganalisa fenomena tersebut.

b. Metode Penelitian Historis

 Metode ini digunakan apabila peneliti bermaksud mengungkapkan peristiwa atau kejadian pada masa lalu. Keabsahan metode ini ditentukan oleh sumber datanya dan keakuratan dalam membuat interpretasi data sesuai dengan makna yang terkandung didalamnya.

c. Metode Penelitian *Ex Post Facto*

 Metode ini digunakan untuk melihat dan mengkaji hubungan antara dua variabel atau lebih, dimana variabel yang dikaji telah terjadi sebelumnya melalui perlakuan orang lain. *Ex Post Facto* artinya sesudah fakta. Dalam penelitian ini, peneliti tidak perlu melakukan manipulasi atau perlakuan terhadap variabel bebas, sebab manipulasi telah terjadi oleh orang lain sebelum penelitian dilakukan.

Dari penjelasan beberapa metode diatas dan berdasarkan pokok permasalahan yang telah dikemukakan oleh penulis untuk diteliti, maka penulis akan menggunakan Metode Penelitian Deskriptif. Karena penulis akan menganalisa data terkait dengan peran Kementerian Pariwisata terhadap peningkatan jumlah wisatawan India ke Indonesia dengan berusaha mengumpulkan, menyusun, serta menginterpretasikan data tersebut.

**1.5.3 Teknik Pengumpulan Data**

 Teknik pengumpulan data berfungsi sebagai cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data-data yang menunjang dalam penelitian. Ada tiga teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan, wawancara, dan angket.

 Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan/literatur dimana penulis melakukan penelahaan data terhadap buku-buku teks, jurnal ilmiah, dokumen, majalah berita, surat kabar, laporan, lembaga pemerintah dan non pemerintah, maupun data-data yang terdapat dalam website dan internet.

**1.6 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

* + 1. **Lokasi Penelitian**
* Perpustakaan Universitas Pasundan (UNPAS), Jl. Lengkong Besar No.68, Kota Bandung, Jawa Barat.
* Perpustakaan Universitas Padjajaran (UNPAD), Jl.Raya Sumedang Km.21, Hegarmanah, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.

**1.6.2 Lama Penelitian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Kegiatan | Waktu Pelaksanaan Penelitian |
| Januari | Febuari | Maret | April |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **1.** | **Tahap Persiapan** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Konsultasi Judul
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Pengajuan Judul
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2.** | **Penyusunan Proposal** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Seminar Proposal
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Pengurusan Izin Lapangan
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3.** | **Pengumpulan Data** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4.** | **Analisis Data** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.** | **Kegiatan Akhir** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Penyusunan Skripsi
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Sidang Skripsi
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**1.7 Sistematika Penulisan**

**BAB I PENDAHULUAN**

Didalam Bab ini merupakan bagian awal atau pendahuluan yang terdiri atas sub-sub tema sebagai berikut: Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Pembahasan dan Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis dan Hipotesis, Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data, serta Lokasi dan Lamanya Penelitian.

**BAB II TINJAUAN TENTANG KEMENTERIAN PARIWISATA RI DAN PARIWISATA INDONESIA**

Dalam Bab ini, penulis akan menjelaskan tentang variabel bebas atau independen dalam penelitian ini, yakni Kementerian Pariwisata RI dan Pariwisata Indonesia karena sebagai variabel penjelas atau sebagai unit eksplanasi. Kemudian akan dilanjutkan dengan sub-sub judul dalam bab ini yang berisi uraian serta informasi umum mengenai tema yang dijadikan variabel bebas tersebut.

**BAB III TINJAUAN TENTANG PARIWISATA INDIA DAN WISATAWAN INDIA**

Dalam Bab ini, penulis akan menjelaskan objek penelitian yang menjadi acuan variabel terikat atau dependen, yakni Pariwisata India dan Wisatawan India sebagai unit analisa. Kemudian akan diikuti oleh uraian sub-sub judul bab tersebut.

**BAB IV ANALISA PENGARUH PERAN KEMENTERIAN PARIWISATA TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH WISATAWAN INDIA KE INDONESIA**

Dalam Bab ini, penulis akan melakukan analisa antara kedua variable tersebut (bebas dan terikat). Analisa dilakukan melalui verifikasi data-data (fakta dan angka) yang menjawab indikator variabel-variabel dalam tema penelitian tentang Peran Kementerian Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Mancanegara Khususnya India ke Indonesia.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan Bab terakhir dalam penelitian ini, yang berisikan tentang kesimpulan dan rekomendasi penulis dari hasil penelitian. Kesimpulan dan Rekomendasi tersebut dibuat berdasarkan dari tinjauan-tinjauan pada Latar Belakang Penelitian dalam BAB I, analisis variabel-variabel penelitian dalam BAB II dan BAB III, serta verifikasi keterkaitan variabel-variabel yang tercantum pada BAB IV.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

1. Kuntowijoyo dalam Wardiyanto & M Baiquni, Perencanaan & Pengembangan Pariwisata, Cetakan 1,(Bandung: Lubuk Agung, 2011), hal.1 [↑](#footnote-ref-1)
2. *Ibid*, hal.3 [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.dekin.kkp.go.id/download\_arsip.php?id diakses 1 februari 2017 [↑](#footnote-ref-3)
4. http://postkotanews.com/industri-pariwisata-nomor-empat-penghasil-devisa/ diakses 1 februari 2017 [↑](#footnote-ref-4)
5. I Putu Gelgel, Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa, (Bandung: PT Refika Aditama, 2006),hal. 3 [↑](#footnote-ref-5)
6. http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151203100518-269-95682/turis-india-jadi-target-kemenpar-pada-2016/ diakses 1 februari 2017 untuk lebih jelas dapat dilihat pada http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=110&id=2854 [↑](#footnote-ref-6)
7. http://disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/index.php?mod=news&act=showdetail&catid=&id=2137&lang=id diakses pada 1 Februari 2017 [↑](#footnote-ref-7)
8. Bambang Budi Utomo, Pengaruh Kebudayaan India dalam Bentuk Arca di Sumatera, Cetakan 1, (Jakarta: yayasan obor Indonesia,2016) hal. 31 [↑](#footnote-ref-8)
9. http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151203100518-269-95682/turis-india-jadi-target-kemenpar-pada-2016/ diakses 1 februari 2017 [↑](#footnote-ref-9)
10. http://m.metrotvnews.com/internasional/asia/nN97Am3k-pariwisata-isu-penting-hubungan-bilateral-indonesia-india diakses 1 februari 2017 [↑](#footnote-ref-10)
11. http://kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3008 diakses pada 1 februari 2017 [↑](#footnote-ref-11)
12. http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151203100518-269-95682/turis-india-jadi-target-kemenpar-pada-2016/ diakses 1 februari 2017 untuk lebih jelas dapat dilihat pada http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=110&id=2854 [↑](#footnote-ref-12)
13. https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1388 diakses pada 1 februari 2017 [↑](#footnote-ref-13)
14. http://www.imigrasi.go.id/index.php/berita/berita-utama/851-orang-asing-dari-75-negara-ini-bebas-visa-untuk-wisata-ke-indonesia diakses pada 1 februari 2017 [↑](#footnote-ref-14)
15. http://berita.suaramerdeka.com/2017-kunjungan-wisatawan-india-ke-indonesia-diproyeksikan-meningkat-hingga-1-juta/ dapat dilihat pula pada http://www.kemenpar.go.id/userfiles/4\_Pemasaran%20Mancanegara.pdf diakses pada 1 februari 2017 [↑](#footnote-ref-15)
16. Suwardi Wiraatmadja, *Pengantar Hubungan Internasional, (Surabaya:* Pustaka Tinta Mas, 1981), hal.1*.* [↑](#footnote-ref-16)
17. James Paul, Globalism, Nationalis, Tribalism, (London: Sage Publications, 2006), hal. 101 [↑](#footnote-ref-17)
18. KJ. Holsti, Politik Internasional, Kerangka Untuk Analisis, Jilid II, Terjemahan M.Tahrir Azhari, (Jakarta: Erlangga, 1998), hal.652-653. [↑](#footnote-ref-18)
19. James J.Spillane, Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya, (Kanisius:1987), hal. 5. [↑](#footnote-ref-19)
20. Nyoman S. Pendit, Wisata Konvensi, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,1999), hal. 42-48 [↑](#footnote-ref-20)
21. Oka A. Yoeti, Pemasaran Pariwisata Terpadu , (Bandung : Angkasa ,1996), hal. 160-162 [↑](#footnote-ref-21)
22. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-22)
23. Nyoman S.Pendit , Ilmu Pariwisata, (Jakarta: Pradnya Paramita, 1990), hal.23 [↑](#footnote-ref-23)
24. Oka A Yoeti, Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2002), hal.188 [↑](#footnote-ref-24)