**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Literature Review**

**1) Litelature Review : Skripsi Efektivitas Promosi Wonderful Indonesia Terhadap Kujunjungan Wisatawan Kawasan Asean *WONDERFUL PROMOTION EFECTIVENESS TOWARDS TOURISM VISIT TO ASEAN AREAS* Oleh Hartina El Badar*.*** (Diakses Pada 15 Februari 2019)

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting bagi negara-negara didunia, karena *Revenue* dari sector pariwisata menjadi salah satu andalan dalam meningkatkan pendapatan suatu Negara. Seperti yang diketahui Indonesia memiliki keindahan dan kekayaan alam, Keunikan budaya dari masing-masing daerah dan ini merupakan salah satu daya tarik nasional dan hal yang dapat menarik perhatian wisatawan yang mengunjungi Indonesia. pemerintah Indonesia saat ini berfokus pada pengembangan pariwisata sebagai salah satu sumber devisa bagi negara dengan menciptakan dan mengembangkan destinasi-destinasi yang ada dengan memperhatikan aspek-aspek perencanaan pariwisata.

Terkait dengan upaya peningkatan kunjungan wisatawan khususnya wisatawan kawasan ASEAN ke Indonesia, peneliti ini mengambil kesimpulan :

*Pertama*, Pada tahun 1990 program pariwisata dikenal dengan satpa pesona.

*Kedua*, Pada tahun 2011 pemerintah Indonesia mencetuskan branding baru pariwisatanya yaitu Wonderful Indonesia. Karena kurang maksimalnya program pariwisata yang dikenal dengan Satpa Pesona. Merek Wonderful Indonesia memiliki arti bahwa Indonesia Indah dalam segala hal yaitu, Wonderful people, Wonderful Culture, Wonderful Natural Beauty, Wonderful Food, Wonderful Investment Opportunities. Sebagai sebuah brand, Wonderful Indonesia diharapkan dapat menjadi alat untuk menarik minat wisatawan khususnya wisatawan kawasan Asean berwisata ke Indonesia.

Ketiga, Kementrian Pariwisata Indonesia dalam mempromosikan Wonderful Indonesia melalui media dilakukan dengan membuat produk promosi seperti pembuatan brosur, majalah booklet, iklan dimedia cetak, banner, dan lain-lain. Selain itu juga kementrian pariwisata melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan youtube.

Keempat, dari data-data yang ada kunjungan wisatawan kawasan ASEAN ke Indonesia di tahun 2011-2016 meningkat setiap tahunya. Membuktikan bahwa program promosi *Wonderful* Indonesia cukup berhasil menarik minat wisatawan kawasan ASEAN untuk berkunjung ke Indonesia. Data 2011 menujukan kedatangan wisatawan kawasan ASEAN sebanyak 2.922.523 orang. Data 2012 ada peningkatan menjadi 3.032.532 wisatawan kawasan ASEAN. Selanjutnya 2014 mengalami kenaikan menjadi 3.275.521 wisatawan Kawasan ASEAN. Untuk tahun 2015 total kunjungan wisatawan kawasan ASEAN sebanyak 3.010.714 orang dan tahun 2016 sebanyak 3.076.761 orang wisatawan kawasan ASEAN, 2015 ke 2016 ada kenaikan namun terlihat menurun daripada tahun sebelumnya, hal itu disebabkan karena data valid yang diperoleh tidak lengkap dan tidak tercantum di Data Kemenpar maupun Badan Pusat Statistik, namun peneliti berasumsi bahwa kunjungan masih bertambah dari tahun sebelumnya, karena ada negara yang datanya belum tercantum secara resmi.

*Kelima,* masih terdapat hambatan dalam mempromosikan pariwisata Indonesia. Hambatan utama dalam mempromosikan pariwisata Wonderful Indonesia antara lain kurangnya Infrastruktur, contohnya yaitu bandara Internasional, transportasi darat dan laut, dan fasilitas umum yang masih kurang nyaman, promosi negara-negara ASEAN yang semakin gencar, dan SDM yang masih dinilai kurang handal. Hambatan tersebut sedikit demi sedikit diperbaiki oleh pemerintah Indonesia agar jumlah kunjungan wisatawan khususnya wisatawan dari kawasan ASEAN ke Indonesia terus meningkat setiap tahunya.

Jadi, minat wisatawan kawasan ASEAN meningkat seiring pelaksanaan promosi pariwisata Wonderful Indonesia yang berjalan cukup efektif. Terbukti dilihat dari data sumber badan pusat statistik dan Kementrian Pariwisata tentang kunjungan wisata, dengan jumlah total wisatawan pertahun rata-rata sebanyak 3 juta wisatawan, namun perlu diakui bahwa secara jumlah pada tahun 2015-2016 terlihat ada penurunan, namun hal itu disebabkan oleh data valid yang tidak terperoleh lengkap dari sumber yang kredibel, namun peneliti masih meyakini bahwa kunjungan wisatawan kawasan ASEAN terus meningkat dari tahun-Ketahun.

**2) Litelature Review : Jurnal Diplomasi indonesia melalui kampanye wonderful Indonesia dalam meningkatkan pariwisata indonesia di dunia internasional tahun 2011-2015 Oleh Gusti Idriasih** (Diakses pada 14 April 2019)

Penelitian ini menganalisis tentang Diplomasi Indonesia dengan Kampanye Wonderful Indonesia untuk meningkatkan sektor pariwisata Indonesia di dunia internasional, terutama selama 2011-2015. Satu dari Upaya Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan sektor pariwisata adalah dengan meluncurkan branding negara untuk mempromosikan potensi pariwisata Indonesia yang luar biasa. Pada Januari 2011, pemerintah di bawah Menteri Kebudayaan dan Pariwisata secara resmi meluncurkan branding negara pariwisata baru "Wonderful Indonesia" menggantikan branding sebelumnya "Visit Indonesia".

Penelitian ini menunjukkan bagaimana diplomasi Indonesia yang melibatkan banyak pihak mempromosikan sektor pariwisata Indonesia dengan kampanye Wonderful Indonesia. Sebagai dunia terbesar kepulauan dan negara dengan mega-keanekaragaman hayati, promosi adalah pemerintah Indonesia prioritas untuk menunjukkan kepada dunia bahwa Indonesia memiliki banyak tujuan yang mendukung sektor pariwisata dan untuk menciptakan citra Indonesia yang baik di dunia internasional.

**3) Litelature Review : Jurnal STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA TERHADAP RUSIA DALAM KERANGKA KONSEP TTI (TRADE, TOURISM, & INVESTMENT) TAHUN 201 Oleh Katerina Ridwan** (Diakses Pada 18 Februari 2019)

Indonesia-Rusia telah memiliki hubungan diplomatik selama 68 tahun. Hubungan ini mengalami dinamika yang tak selamanya mudah. Indonesia dan Rusia pernah mengalami masa pasang dan surut yang membuat hubungan keduanya menjadi unik. Kedekatan kedua negara tak lepas dari beberapa kesamaan antar kedua negara. Baik Rusia maupun Indonesia merupakan negara multi- JOM FISIP Vol. 5: Edisi I Januari – Juni 2018 Page 8 etnis dan multi-kepercayaan yang menghargai tinggi harmoni serta toleransi. Kemudian, rakyat Rusia maupun Indonesia merasa bangga dengan sejarah dan kebangsaan negara masing-masing, dengan kedaulatan dan kebebasan politik luar negerinya. Rusia sangat menyukai hal-hal berkenaan dengan kebudayaan. Ketika kebanyakan orang di Indonesia di hari weekend menghabiskan waktunya dalam hal-hal metropolitan, orang-orang Rusia memilih untuk mengunjungi museum meskipun mesti mengantri13. Hal ini lah yang dijadikan point dalam pelaksanaan diplomasi budaya.

Indonesia sedang gencar melakukan promosi akan kebudayaannya lewat kerangka TTI (Trade, Tourism & Investment). Maka diplomasi budaya merupakan kerangka diplomasi yang tepat untuk negara dengan menggunakaan budaya sebagai upaya pendekatannya. Hal ini dilakukan oleh Indonesia-Rusia dalam kerangka kerjasama budaya yang sudah ada. Pelaksanaan Festival Indonesia tahun 2016 di Moskow merupakan langkah pemerintah dalam konsep TTI (Trade, Tourism, Investment). Melihat potensi Rusia sebagai pasar yang cukup mumpuni, pendekatan dalam berbagai bidang pun dilakukan, salah satunya melalui budaya. Upaya dalam Festival ini menekankan pada promosi kekayaan seni budaya dan mendorong interaksi ekonomi dan bisnis antar kedua negara. Dengan latar belakang masyarakat Rusia yang menyukai hal- 13 Wawancara dengan Wahid Supriyadi, tanggal 23 Februari 2018 di Plaza Senayan, Jakarta hal budaya, Festival ini menjadi momentum yang tepat untuk lebih mengharmoniskan dan memberikan mutual understanding antar kedua negara.

Setelah pelaksanaan Festival ini, terbukti efektivitasnya memuaskan dilihat dar kerangka TTI yang digencarkan. Dampak nyata dapat dilihat pada hubungan perdagangan meningkat terus setelah diadakannya Festival Indonesia tahun 2016 ini. Tahun 2017 perdagangan naik sekitar 25,5% menjadi USD 3,27 milyar. Kemudian wisatawan asal Rusia meningkat menjadi 37% menjadi sekitar 113.500 orang, atau kenaikkan tertinggi di dunia. Investasi Rusia naik menjadi 34,5% menjadi USD 7,4 juta. Kemudian untuk bidang sosial-budaya, Bahasa Indonesia semakin dikenal dilihat dari meningkatnya warga Rusia yang ingin belajar Bahasa Indonesia baik di KBRI maupun universitas-universitas di Rusia. Bahkan Kazan Federal University membuka jurusan Bahasa Indonesia untuk kampus mereka14 .

**2.2 Kerangka Teoritis**

Dalam suatu penulisan penelitian penulis memiliki suatu keharusan untuk dapt mempertanggung jawabkan hasil dari penelitian. Dibutuhkan suatu kerangka pemikiran yang membantu dalam menentukan jawaban sementara atas analisa dari permasalahan yang dibantu oleh teori-teori yang di kemukakan oleh pakar-pakar yang ada khususnya pakar-pakar Hubungan Internasional.

Studi hubungan internasional telah berkembang sejak masa Yunani Kuno melalui kajian-kajian mengenai starategi perang, salah satunya yakni **Sun Tzu** melalui buku ***the art of war***. Seiring berjalannya waktu, terjadi perkembangan dalam kajian hubungan internasional terutama di benua Eropa. Melalui perjanjian Westphalia, di mana disetujuinya pemisahan antara agama (gereja) dengan lingkup politik. Di tambah, perjanjian Westphalia yang terjadi pada tahun 1648 menjadi tonggak awal munculnya konsep negara berdaulat. Di lanjutkan dengan peristiwa perang dunia I, perang dunia II hingga perang dingin menjadikan kajian dalam hubungan internasional semakin berkembang.

Perkembangan isu dalam studi Hubungan internasional bersifat dinamis. Hal tersebut berdasarkan pada pendapat **Stephen Chen** ketika dunia berada di masa perang dingin, sehingga studi Hubungan internasional didefinisikan sebagai: [[1]](#footnote-1)

*“****Interaksi antar aktor dimana tindakan dan pengaruhnya menimbulkan dampak penting bagi aktor lain di luar jurisdiksi politiknya masing-masing”.***

**Karen Mingst** yang menyadari bahwa aktor Hubungan internasional tidak lagi berpusat pada negara, mendefinisikan studi Hubungan internasional dalam perspektif politik internasional melalui non-state aktor sebagai bagian dalam interaksi internasional:

***“Interaksi antar berbagai aktor yang berpartisipasi dalam politik internasional termasuk didalamnya adalah negara, organisasi internasional, organisasi non-pemerintah, entitas sub-nasional seperti birokrasi, pemerintahan lokal dan individu. Hubungan internasional adalah studi tentang perilaku aktor-aktor tersebut ketika mereka berpartisipasi baik secara individual maupun bersama-sama dalam proses politik internasional.”***(Karen A Mingst, 2004)

Secara umum studi Hubungan internasional diartikan sebagai proses interaksi antar aktor-aktor Hubungan internasional yang telah melewati lintas batas negara. Adapun interaksi tersebut dilakukan melalui kebijakan luar negeri sebagai respon negara terhadap suatu permasalahan. Biasanya, interaksi antar negara dapat terjadi ketika adanya perbedaan sumber daya alam, ekonomi, politik bahkan dengan cara diplomasi untuk mencapai kesepakatan bersama. Interaksi yang telah terjalin dapat berakhir dengan kerjasama atau menumbuhkan rasa persaingan antar negara.

Dalam Hubungan Internasional terdapat banyak faktor yang mempengaruhi serta menentukan arah dan kebijakan tingkah laku negara yang ditujukan pada negara lain. Politik luar negeri merupakan komponen kebijakan politik internasional, yang tidak dapat dipisahkan dari kondisi-kondisi wilayah dalam negeri.

Studi politik internasional adalah merupakan studi kebijakan politik luar negeri dimana kebjiakan ini didefinisikan sebagai keputusan-keputusan yang merumuskantujuan, menentukan presiden atau melakukan tindakan-tindakan tertentu dan tujuan-tujuanyang diambil untuk mengimplementasikan tujuan-tujuan tersebut. Studi ini memusatkan perhatian pada usaha-usaha yang menggambarkan kepentingan-kepentingan tindakan,elemen-elemen atau unsur-unsur kekuasaan negara-negara besar. Tetapi dalam hal apa yang ada di kebijakan luar negeri menjadi politik internasional menurut Frad E. Sondernpman dalam bukunya “*The Lintage Between For Policy and International Politic*s” dan James N. Rosenau dalam bukunya “*International Politics and Foreign Policy*”.

Sejak adanya peradaban manusia, sejak saat itu juga komunikasi selalu menjadi bagian yang sangat penting dalam perkembangan peradaban manusia. Pada awal pembahasan mengenai komunikasi, masih berada dalam lingkup yang sederhana. Seiring dengan perkembangan pola pikir manusia, maka para ilmuwan mulai menkaji dan mengarahkan perjatiaanya pada bidang komunikasi.Hal ini bermula di wilayah Anglo Saxon yang mengintroduksi komunikasi sebagaikajian baru yang berada dalam rumpun sosial. Ilmu yang menekuni kajian ini disebut *Science of communication* yang berkembang secara cepat pada perguruan-perguruan tinggi di Amerika Serikat. "ajian terhadap ilmu komunikasi tidak dapat mengisolasi dari pengaruhkajian ilmu sosial lainnya seperti, sosiologi, psikologi, antropologi, hukum dan ilmu politik. Menggabungkan dua kajian ilmu yang berbeda antara ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya bukan menjadi suatu hal yang tidak mungkin. disamping komunikasi sangat berdampingan dengan kehidupan manusia, pada hakikatnya setiap ilmu merupakan seperangkat simbol komunikasi yang ditransfer dari individu, kelompok atau masyarakat kepada individu lainnya.

Melihat hal tersebut, salah satu kajian yang menarik para ilmuwan adalah ilmu komunikasi yang lebih khususnya pada kajian terhadap ilmu komunikasi politik. Hal ini serupa dengan yang dilakukan di Amerika Serikat bahwa telah banyak teoritisi dan ilmuwan yang menghasilkan tulisan-tulisan ilmiah yang membahas tentang komunikasi politik ini, antara lain Dan Nimmo dalam judul “*Political Communication and Public Opinion in America”*, Stven H.Jaffe dalam judul buku “*Political Communication Issues and Strategies for Research”*, Michael H. Prosser dalam judul *“Intercommunication Among Nations and People”*, William L. Rivers dan rekan-rekan dalam judul “*Responsibility in Mass Communication*”, dan banyak lagi kajian-kajian para ilmuwan lainnya.

Kajian dalam ilmu komunikasi politik tidak hanya sebatas mengenai proseskomunikasi yang didalamnya termuat pesan-pesan politik, tetapi juga pada bagaimana komunikasi dapat berlangsung dengan ideal dalam sistem politik pemerintahan. Proses komunikasi yang ideal adalah dimana dalam prosesnya senantiasa berlangsung timbale balik diantar para partisipan sehingga terdapat pergantian peran diantara partisipan. Bahasan komunikasi politik tidak hanya sebatas dalam suatu sistem dalam negara,tetapi juga pada batas wilayah sistem luar negara, sehingga akan bertemu berbagai sistem danakan saling mempegaruhi antara satu dengan lainnya. Hal ini sebagai akibat temuan teknologicanggih di bidang komunikasi. "ondisi ini yang kita kenal dengan sebutan era globalisasi.

Menurut Gerhard maletzke dalam bukunya “*intercultural and internasional communications”* menyatakan bahwa :

***“komunikasi internasional adalah proses komunikasi antara berbagai negara atau bangsa yang melintasi batas-batas negara.”***

Dalam prespektif diplomatik, komunikasi internasional adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah atau negara dengan pemerintah atau negara lain melalui saluran diplomatic. Komunikasi internasional dalam prespektif diplomatic merupakan kegiatan atau upaya untuk membina rasa saling percaya atau memperteguh keyakinan terhadap suatu gagasan. Dengan menggunakan saluran-saluran diplomatic, komunikasi internasional lebih banyak digunakan untuk memperluas pengaruh, meningkatkan komitmen dan solidaritas, menanggulangi perbedaan pendapat dan salah paham, sampai menghindari pertentangan dalam masalah tujuan dan kepentingan yang dikehendaki sebuah negara.

Selain untuk menghindari konflik, tujuan komunikasi internasional sering digunakan untuk mengembangkan kerja sama, baik dalam hubungan bilateral maupun multilateral, memperkuat posisi tawar (bargaining position) serta meningkatkan citra dan reputasi suatu negara. Disini, betapa pentingnya teknik komunikasi diplomatic serta perlunya tradisi komunikasi diplomatic di antara negara berdaulat dalam meletakkan jalur utama komunikasi internasional untuk tujuan memelihara perdamaian dunia dan mengembangkan pembangunan internasional.

Komunikasi internasional dalam perspektif diplomatik lazim digolongkan ke dalam *first track diplomacy*, dan *second track diplomacy*. Kunjungan presiden Putin ke Jakarta untuk berbicara dengan presiden Yudhoyono dan menggolkan transaksi jual-beli pesawat sukhoi buatan rusia disebut *first track diplomacy*. Kunjungan dubes AS ke kampus dan pesantren tergolong *second track diplomacy* bila komunikasi berhubungan langsung dengan penduduk atau masyarakat setempat. Bila komunikasi dilakukan oleh dan ditunjukan kepada pemerintah negara dan juga masyarakat, disebut *total diplomacy* atau *multi track diplomacy*.

Dalam prespektif diplomatik, komunikasi internasional adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah atau negara dengan pemerintah atau negara lain melalui saluran diplomatik. Komunikasi internasional dalam prespektif diplomatik merupakan kegiatan atau upaya untuk membina rasa saling percaya atau memperteguh keyakinan terhadap suatu gagasan. Dengan menggunakan saluran-saluran diplomatik, komunikasi internasional lebih banyak digunakan untuk memperluas pengaruh, meningkatkan komitmen dan solidaritas, menanggulangi perbedaan pendapat dan salah paham, sampai menghindari pertentangan dalam masalah tujuan dan kepentingan yang dikehendaki sebuah negara.

Selain untuk menghindari konflik, tujuan komunikasi internasional sering digunakan untuk mengembangkan kerja sama, baik dalam hubungan bilateral maupun multilateral, memperkuat posisi tawar (*bargaining position*) serta meningkatkan citra dan reputasi suatu negara. Disini, betapa pentingnya teknik komunikasi diplomatik serta perlunya tradisi komunikasi diplomatik di antara negara berdaulat dalam meletakkan jalur utama komunikasi internasional untuk tujuan memelihara perdamaian dunia dan mengembangkan pembangunan internasional.

Berdasarkan definisi-definisi di atas tersebut bahwa dalam mencapai tujuannya suatu negara membutuhkan sarana, rencana yang matang, dan seperangkat instrument politik luar negari, yaitu dalam bentuk kebijakan-kebijakan sebagai alat interaksi yang bertujuan mencapai kepentingan baik yang bersifat nasional maupun internasional. Instrument politik tersebut berupa diplomasi, baik itu bersifat koorperatif, akomodatif, maupun kepentingan yang di pengaruhi oleh hubungan diplomatik yang berpengaruh terhadap penentuan sikap negara. S**.I. Roy** dalam buku *Diplomacy* mempunyai definisi tentang diplomasi yaitu:

***“Diplomasi yang sangat erat hubungannya dengan hubungan antar negara, adalah seni mengedepankan kepentingan suatu negara melalui negosiasi dengan cara-cara damai apabila mungkin dalam berhubungan dengan negara lain. Apabila cara-cara damai gagal dalam memperoleh tujuan yang di inginkan, diplomasi menginzinkan penggunaan ancaman atau kekuatan nyata sebagai cara untuk mencapai tujuannya. Sehingga diplomasi biasanya didefinisikan sebagai praktek pelaksanaan politik luar negeri suatu negara dengan cara negosiasi dengan negara lain.”***(Roy, 1998)

Menurut **WW kulski** (1968:624) dalam bukunya International Politics in a Revolutionary Age memberikan dua pengertian tentang diplomasi karena penggunaan diplomasi sinonim dengan *foreign policy* ( kebijakan atau politik luar negri). Kebijakan atau politik luar negri itu mempunyai dua sisi utama yaitu : perumusan politik luar negeri, dan para pejabat yang menerapkanya. Dengan demikian, menurut kulski, dalam diplomasi tersirat dua aspek dari politik luar negri, yaitu perumusan politik luar negri dan penerapanya.

Menurut **Harold Nicolson** (1985) memberikan definisi diplomasi secara lebih terperinci. Diplomasi termasuk pengelolaan hubungan internasional melalui sarana negosiasi; diplomasi merupakan keterampilan untuk mengutarakan gagasan dalam pelaksanaan interaksi dan perundingan antarbangsa; diplomasi adalah cara dengan mana hubungan antarbangsa diatur dan dikelola oleh para duta besar dan utusan khusus negara; diplomasi adalah bisnis atau seni para diplomat untuk membujuk diplomat lain dari luar negeri. (Shoelhi, 2011)

Kebudayaan berasal dari bahasa sansakerta budhayah yaitu bentuk jamak dari kata buddhi (budi atau akal). Dan ada kalanya juga ditafsirkan bahwa kata budaya merupakan perkembangan dari kata majemuk ‘budi-daya’ yang berarti daya dari budi, yaitu berupa citra, karsa, dan rasa.(Hari Poerwanto, 2000)

Kuntjaraningrat merumuskan budaya sebagai keseluruhan system gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik manusia itu dengan belajar. (Kuntjaraningrat, n.d.)Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa diplomasi kebudayaan dapat diartikan sebagai usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentigan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik itu secara mikro seperti pendidikan, olahraga, ilmu pengetahuan dan juga kesenian, ataupun secara makro seperto propaganda dan lain lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi ataupun militer(Kartikasari, n.d.)

Proses diplomasi melalui jalur kebudayaan ini menjadi sangat penting, mengingat diplomasi kebudayaan pada hakikatnya adalah suatu fenomena yang tidak bebas nilai, kebudayaan berperan sangat mendasar guna memberi identitas pada suatu bangsa dalam mengembangkan diplomasi. Selain itu kebudayaan juga dapat berperan sebagai media yang efektif bagi kegiatan promosi pariwisata. Meski diplomasi kebudayaan dapat diartikan sebagai pelaksanaan diplomasi dengan menggunakan pendekatan kebudayaan seperti sarana bantu untuk mencapai tujuanya. pemilihan unsur budaya dalam melakukan diplomasi ini tetap harus diperhatikan, sebab manusia dimanapun di dunia sudah pasti memiliki unsur-unsur budaya yang berbeda-beda.

Diplomasi kebudayaan menjadi salah satu tipe *soft diplomacy* yang mengedepankan pada asas asas yang bernilai kultural untuk memberikan pencitraan serta kesan baik dalam mempengaruhi negara tertentu. Diplomasi memiliki banyak konsep salah satunya yang di bahas dalam penelitian ini adalah *Multi Track Diplomacy.*

“***Multi Track Diplomacy dimana merupakan sebuah kerangka kerja konseptual dalam memandang proses perwujudan perdamaian internasional sebagai sebuah sistem kehidupan. Semuanya tercakup dalam sebuah model jaring-jaring yang saling terkait antara kegiatan individual, institusi, dan komunitas yang bekerja bersama-sama untuk satu tujuan, yaitu perdamaian dunia”.*** (Wehrenfennig, 2008)

Konsep mengenai *Multi Track Diplomacy* sebenarnya merupakan sebuah ekspansi dari paradigma track-one (government) dan track-two (nongovernment) yang telah membentuk kajian bidang ini dalam beberapa dekade terakhir.(“What is Multi-track Diplomacy?,” n.d.) Louise Diamond dam John W. McDonald mengkategorikan tingkatan-tingkatan dalam *Multi-Track Diplomacy* menjadi 9 (sembilan) jalur/track, yaitu: Government (Pemerintah), Non-Government (Non-Pemerintah), Business (Perdagangan), Private Citizen (Warga Negara), Research/Training/Education, (Pendidikan/Penelitian/Pengembangan), Peace Activism (Advokasi), Religion (Agama), Funding (Pendanaan), dan Media.(Luhulima., n.d.)

Pariwisata dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang sangat besar baik bagi negara, bagi wilayah setempat yang bersangkutan, maupun bagi negara asal dari para wisatawan yang datang berkunjung. Promosi merupakan suatu yang sangat penting dan diperlukan untuk mempromosikan suatu produk untuk dipasarkan kepada konsumen. **Prof. DR. Winardi, SE** mendefinisikan bahwa yang dimaksud dengan promosi:

***“Promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberi informasi, membujuk atau mengingatkan pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang di tawarkan olehnya.”*** (Prof. DR. Winardi, n.d.)

Sedangkan yang dimaksud dengan strategi promosi memusatkan perhatian pada upaya mengharuskan produk melalui saluran-saluran pemasaran ke pasar yang menjadi tujuan.[[2]](#footnote-2) Sesuai perkembangan, pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatwan maupun warga setempat. Pariwisata merupakan aktivitas dan interaksi manusia dengan lingkungannya melalui penghayatan dan penghargaan terhadap lingkungan tersebut dengan cara dan keinginan masing-masing, serta keparawisataan merupakan kebutuhan yang melekat pada manusia. Pariwisata juga memberikan kehidupan kepada warga setempat memlalui keuntungan ekonomi yang di dapat dari tempat tujuan wisata. Oka A. Yoeti memberikan batasan sebagai berikut:

***“Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang di selnggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi. Tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasyaan dan rekreasi untuk memenuhi keinginan beranekaragam.”***(Yoeti, 1998)

Berdasarkan data Kementrian Pariwisata, Statistik wisatawan Rusia ke Indonesia Pada 2011 sampai 2014 wisatawan Rusia ke Indonesia memiliki jumlah yang relatif normal yaitu 92.716 ribu sampai dengan 96.041 ribu wisatawan Rusia. namun pada Tahun 2015 terjadi penurunan jumlah wisatawan Rusia ke Indonesia yang besar yaitu hanya 65.705 ribu Wisatawan.[[3]](#footnote-3)

Dalam menghadapi masalah ini pemerintah Indonesia melalui KBRI di Rusia menjalankan Promosi Pariwisata yang ada di Indonesia guna Menaikan wisatawan Asing dari Rusia yaitu dengan mengadakan Festival Indonesia di Moskow guna menaikan *Awarness* di kalangan masyarakat Rusia bahwa Indonesia mempunyai tempat-tempat pariwisata yang indah dan bagus dan akhirnya dapat menarik wisatawan-wisatawan Rusia untuk datang ke Indonesia. Dari sini dapat dilihat bahwa promosi pariwisata sangatlah penting dalam peranya untuk menarik wisatawan-wisatawan asing mendatangi Indonesia, bila tidak dilakukanya promosi pariwisata, wisatawan asing akan banyak yang tidak mengetahui betapa indahnya Indonesia yang menghasilkan banyak wisatawan yang tidak akan tertarik untuk datang ke Indonesia.

Namun dalam pelaksanaan Festival Indonesia di Moskow terdapat beberapa kendala yaitu biaya untuk membuat acara ini karna itulah KBRI membutuhkan *Stockholder* yang ikut membantu bertanggung jawab dalam pelaksanaan program Festival Indonesia di Moskow ini, selain itu juga untuk mengembangkan kerjasama pariwisata, termasuk budaya perlu didorong penyelenggaraan Working Group on Cultural and Tourist Exchanges.

Berdasarkan dari data dan teori di atas, dapat ditarik beberapa asumsi yang sesuai dengan pokok bahasan yang akan di kaji oleh seorang penulis adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Indonesia melalui lembaga Kedutaan Besar Indonesia di Moskow membuat dan menetapakan program Festival Indonesia di Moskow dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan para wisatawan dari Rusia ke Indonesia.
2. Dalam merealisasikan program Festival Indonesia di Moskow, tidak lepas dari beberapa kendala yang di hadapi, oleh karena itu pemerintah perlu memikirkan upaya-upaya yang harus di lakukan untuk mendukung adanya program tersebut agar program-program tersebut dapat diselenggarakan secara baik.

**2.3 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relefan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Dari uraian di atas dan sebagai asumsi dasar, maka dapat disusun hipotesis yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**“Jika festival Indonesia di Moskow berjalan efektif dengan menaikan animo warga Rusia terhadap festival Indonesia, maka Implementasi diplomasi kebudayaan berhasil dan wisatawan Rusia di Indonesia akan Meningkat.”**

**2.4 Opresionalisasi Variabel Dan Indikator**

Berikut adalah tabel dari operasionalisasi variabel dan indikator :

**Tabel 2.4**

**Operasionalisasi Variabel dan Indikator**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator | Verifikasi Data |
| Variabel bebas : Festival Indonesia di Moskow | 1. Pengunjung yang datang ke festival Indonesia di Moskow | Diselengarakanya festival Indonesia di moskow dari tahun 2016-2018 pengunjung yang datang selalu menaik tiap tahun diadakanya festival Indonesia di Moskow.  - Pada tahun 2016 dihadiri 68.297 pengunjung yang datang ke festival Indonesia di Moskow .  - Pada tahun 2017 dihadiri 91.600 pengunjung yang datang ke festival Indonesia di Moskow .  - Pada tahun 2018 dihadiri 120.000 pengunjung yang datang ke festival Indonesia di Moskow.  **Sumber :** Catatan singkat perkembangan Festival Indonesia Di Moskow, Federasi Rusia. (Kementrian Luar Negri Indonesia) |
| 2. Pengaruh Festival Indonesia di Moskow terhadap peningkatan hubungan bilateral Indonesia-Rusia | Penyelenggaraan Festival Indonesia di Moskow telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi peningkatan hubungan bilateral Indonesia-Rusia. Khususnya di bidang *Trade, Tourism, and Investment* (TTI). Menurut data pabean Rusia, neraca perdagangan Indonesia-Rusia tahun 2016 mencapai US$ 2,614 miliyar (naik 33,4% dibanding 2015 dengan surplus untuk Indonesia US$ 1,8 miliyar) dan tahun 2017 US$ 3,27 miliyar, naik 25,2% dibanding 2016. Untuk angka kunjungan wisata tahun 2016 mencapai 80.514 orang (naik 22,54% dibanding 2015 yang mencapai 65.012 orang) dan tahun 2017 berjumlah 110.529 atau naik 37,28% dibanding tahun 2016. Di bidang investasi, realisasi investasi Rusia tahun 2016 berjumlah US$ 5,493 juta dan pada tahun 2017 naik 34,5% dibanding tahun 2016.  **Sumber :** Catatan singkat perkembangan Festival Indonesia Di Moskow, Federasi Rusia. (Kementrian Luar Negri Indonesia) |
| Variabel terikat :  Peningkatan wisatawan Asing dari Rusia yang datang ke Indonesia. | 1. Peningkatan wisatawan Rusia ke Indonesia | Rusia merupakan salah satu negara potensial bagi wisatawan asing Indonesia. Jumlah wisatawan rusia ke Indonesia menempati urutan ke-5 di Eropa setelah Ingris,perancis, jerman dan belanda. berdasarkan data kementrian pariwisata, statistic wisatawan Rusia ke Indonesia dari semejak tahun 2015 sampai 2018 secara konstan menaik. Pada tahun 2015 dimana jumlah wisatawan Rusia sangatlah menurun yaitu hanya 65.705 wisatawan yang datang ke Indonesia. namun pada tahun 2016 mulai menaik yaitu menjadi 80.514 wisatawan yang datang, pada tahun 2017 96.594 wisatawan yang datang ke Indonesia dan pada tahun 2018 tercatat 100.378 wisatawan yang datang.  **Sumber : -** Catatan singkat perkembangan Festival Indonesia Di Moskow, Federasi Rusia. (Kementrian Luar Negri Indonesia)   * Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2018 (http://www.kemenpar.go.id) |
|

* 1. **Skema dan Alur Penelitian**

Diplomasi Kebudayaan

(*Multi Track Diplomacy*)

Kebijakan Pembangunan Kepariwisataan (Promosi pariwisata)

Kedutaan Besar Republik Indonesia di Rusia

Event Stockholder

Festival Indonesia di Moskow

Peningkatan Kehadiran Wisatawan Rusia di Indonesia

- Kemenpar

- Kemenlu

- BKPM

- Pemprov

-Pemkab

-Pemkot

**Gambar 1. Skema dan Alur Penelitian**

1. Stephen Chen. 1984. *International Relations in Perspective: The Persuit of Security, Welfare and Justice*. London : Macmillan Publishing Company. hal 5 [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. Data statistic wisatawan Rusia ke Indonesia (data kementrian pariwisata). [↑](#footnote-ref-3)