

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Turki adalah negara yang memiliki keanekaragaman baik dalam sektor budaya, kekayaan alam dan geografis. Tidak hanya itu Turki terkenal dengan sejarah keislaman yang sangat kental ditandai dengan banyaknya peninggalan-peninggalan bersejarah dari kekhalifahan islam terakhir yaitu Turki Utsmani yang kini membawa nilai positif bagi masyarakat Turki. Secara geografis Turki memiliki area seluas 785.347 Km<sup>2</sup> dan terletak di antara dua benua yaitu benua Eropa dan Asia, daerah Turki yang berbatasan dengan Eropa ialah Trakia sedangkan yang berbatasan dengan Asia ialah Anatolia, sementara di sebelah utara Turki berbatasan dengan Laut Hitam, Laut Aegea di barat dan Laut Mediterania di selatan (Vanhove, 2017, p. 974).

UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*) mengklasifikasikan bahwa negara Turki menempati peringkat keenam sebagai destinasi wisata terfavorit pada tahun 2018 dengan pengunjung terbanyak di dunia karena memiliki nilai pariwisata yang menjual disusul oleh Meksiko, Inggris dan Thailand (Tourism Organization, 2021). Pariwisata sendiri merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya, biasanya jangka waktu perjalanan tersebut tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut dan perjalanan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk berlibur atau melakukan perjalanan bisnis dan tujuan lainnya yang tidak terikat dengan pelaksanaan suatu kegiatan yang disponsori oleh tempat yang dikunjungi (Gibson 2017).

Berdasarkan data dari *World Tourism Organization (UNWTO)*, tujuan wisatawan melakukan kunjungan wisata dibagi menjadi 3 alasan utama. Pertama ialah rekreasi dan liburan (*Leisure, recreation, holidays*) sebesar 56%, kedua yaitu kunjungan kerabat, kesehatan, keagamaan dan lainnya (*VFR, health, religion, other*) 27%, ketiga merupakan perjalanan bisnis (*Business and Professional*) 13% dan alasan lainnya sebesar 4% (UNWTO 2020). Menurut

data tersebut, banyak wisatawan yang mencari hiburan untuk sekedar melepas penat atau mengunjungi tempat-tempat yang baru bagi mereka yang mana berbeda dengan hal yang biasa mereka lihat di daerah tempat tinggalnya.

Karena letak geografis Turki yang dikelilingi oleh laut, Turki memiliki daerah pesisir pantai yang terbentang indah seluas 8.300 km, selain keindahannya Turki juga sangat menjaga kebersihan dan keamanannya sehingga pantai Mediterania Turki menjadi destinasi wisata dengan peringkat ketiga dunia dengan total 519 sertifikasi “*Blue Flag*” yang merupakan standarisasi kebersihan dan keamanan lingkungan pantai yang diberikan oleh FEE (*Foundation for Environmental Education*) (Go Turkiye n.d.). Selain dari keindahan pantainya, Turki memiliki keragaman pariwisata yang disuguhkan seperti budaya, destinasi wisata dan wisata kuliner. Banyak dari budaya Turki yang sudah diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya tak benda seperti, *The art of Meddah*, *Mevlevi Semah Ceremony*, *Âşıklık (Minstrelsy) Tradition*, *Traditional Sohbet Meetings*, *Karagöz*, *Turkish Coffee Culture and Tradition*, *Flatbread Making and Sharing Culture*, *Ceremonial Keşkek Tradition* (Elaine, 2021).

Turki juga memiliki 17 situs warisan dunia, beberapa destinasi tersebut sering didatangi oleh wisatawan asing maupun lokal, salah satunya adalah Desa *Cumalıkızık* yang merupakan perkampungan yang memiliki arsitektur sipil Ottoman yang berusia 700 tahun lebih, *Ulu Camii Mosque*, *Historical Areas of Istanbul* yang dahulu disebut kota Konstantinopel dengan *Blue Mosque*, *Topkapi Palace*, *Chora Church* dan Hagia Sophia yang sejak tahun 2020 telah dialih fungsikan dari Museum menjadi Masjid, Museum Maulana Jalaluddin Rumi di Konya dan menjadi destinasi favorit bagi wisatawan muslim dari berbagai negara (Turkish Airlines Blog, 2021). Banyak juga wisatawan asing maupun domestik yang tertarik pada wisata kuliner Turki yang khas seperti Simit, Baklava, Kunefe, Kebab, Kofte dan Dondurma yang merupakan es krim khas Turki yang memiliki keunikan tersendiri dari segi penyajiannya (Baysal, 2022).

Wisatawan umumnya mencari sebuah pengalaman yang belum pernah didapatkan di tempat asalnya salah satunya yang ditawarkan oleh pariwisata

Turki yaitu wisata terbang menggunakan balon udara yang berada di Cappadocia yang juga menjadi sasaran destinasi wisatawan lokal maupun internasional. Karena letak geografisnya yang strategis dan potensi keragaman budaya inilah yang menjadi alasan mengapa Turki banyak dikunjungi oleh wisatawan internasional termasuk wisatawan Indonesia (Aktas 2017).

Pariwisata juga merupakan sektor penting bagi sebagian besar negara yang ada di dunia dan menjadi agen ganda ekonomi, karena pariwisata juga menjadi salah satu sektor penyumbang utama pendapatan negara sebagian negara mengutamakan upaya-upaya untuk menarik wisatawan asing agar dapat meningkatkan cadangan devisa negara mereka, selain mendorong pembangunan ekonomi, pariwisata juga memiliki pengaruh dalam bidang sosial karena dapat menciptakan lapangan kerja dan meumpuk toleransi serta perdamaian melalui pertukaran budaya (UNWTO, 2020).

Sektor pariwisata bagi Negara Turki merupakan salah satu penyumbang pendapatan negara terbesar, pendapatan pariwisata Turki pada tahun 2018 mencapai 29.51 Miliar USD, di tahun 2019 pendapatannya naik hingga 34.52 Miliar USD (Statista, 2022). Dengan total *inbound tourism* Turki pada tahun 2018 mencapai 52.485 juta wisatawan dan pada tahun 2019 total kunjungan wisatawan asing ke Turki meningkat sebanyak 61.154 juta wisatawan. Sedangkan, pada tahun 2020 kunjungan wisatawan asing yang berkunjung ke Turki menurun drastis hampir sebanyak 70% dari total *Inbound tourism* di tahun 2019 menjadi 20.204 juta wisatawan asing, hal tersebut berpengaruh pada penurunan pendapatan pariwisata negara Turki yang semula pada tahun 2019 ada 34.52 Miliar USD menurun menjadi 12.06 Miliar USD (Turkish Airlines Blog, 2021).

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan asing yang berkunjung ke Turki termasuk wisatawan yang berasal dari Indonesia berdampak pada jumlah pendapatan negara Turki salah satunya disebabkan karena adanya pandemi virus corona (COVID-19) yang mempengaruhi kebijakan pemerintah Turki untuk melakukan *Lock down* dan *Social distancing* kemudian Turki menutup akses penerbangan internasional untuk memutus adanya penyebaran COVID-19, kebijakan tersebut telah dilakukan Turki dari bulan april hingga bulan juni

tahun 2020. Karena kebijakan tersebut wisatawan mancanegara tidak bisa memasuki negara Turki dan berdampak secara signifikan pada penurunan wisatawan mancanegara, hal ini sangat berdampak juga pada roda ekonomi pemerintah Turki karena sektor pariwisata merupakan penyumbang pendapatan negara terbesar dalam total ekspor jasa Turki (Ministry of Trade, 2018). Maka dari itu upaya apa yang dilakukan oleh pemerintah Turki dalam mengatasi masalah penurunan wisatawan yang terjadi pada masa pandemi COVID-19 ini agar wisatawan asing dapat kembali melakukan perjalanan pariwisata dengan aman di tengah adanya pandemi yang terjadi dan untuk meningkatkan kembali kunjungan wisatawan asing ke Turki.

Turki sendiri memiliki strategi pariwisata yang telah direncanakan hingga tahun 2023 yang bertujuan untuk mengembangkan pembangunan sektor pariwisata jangka panjang, salah satu targetnya ialah menekan strategi promosi, pemasaran dan informasi menggunakan teknologi komunikasi baru dan akan direalisasikan dalam sebuah *platform* yang dijadikan sebagai *national branding* Turki sekaligus media informasi pariwisata Turki untuk menarik wisatawan asing termasuk wisatawan Indonesia (Türkiye turizm stratejüsü 2023 eylem planı 2007 - 2013 2013).

Indonesia merupakan salah satu pasar utama pariwisata Turki di antara beberapa negara kawasan Asia Tenggara. Tercatat pada tahun 2017, Indonesia menjadi penyumbang wisatawan sebesar 85.000 orang, disusul oleh Filipina dan Malaysia dengan rata-rata 60.000 orang, lalu Thailand dengan pengunjung sebesar 30.700 orang, terakhir, Singapura dengan 17.500 orang (BBC, 2018). Dilansir dari portal berita Sindonews, Menteri Pariwisata Turki menyampaikan target wisatawan asing sebanyak 25 juta pengunjung dan pendapatan pariwisata sebesar 20 miliar USD pada tahun 2021 (Susanti, 2021) .

Dilansir dari portal berita Kabar Banten, baru-baru ini di Indonesia sendiri pariwisata negara Turki menjadi sorotan masyarakat dikarenakan adanya serial film Indonesia yang mengangkat Turki khususnya Cappadocia yang melahirkan FOMO atau *fear of missing out* dari masyarakat Indonesia sehingga menimbulkan rasa ketertarikan dari masyarakat Indonesia untuk mengunjungi tempat tersebut. oleh karena adanya reaksi dan antusiasme masyarakat

Indonesia terhadap pariwisata Turki dengan diplomasi pariwisata apa pemerintah Turki dapat memanfaatkan antusiasme tersebut dalam mempromosikan pariwisatanya kepada masyarakat Indonesia untuk menambah daya tarik dari keanekaragaman pariwisata yang dimiliki oleh Turki agar ketertarikan wisatawan Indonesia untuk melakukan perjalanan wisatawan ke Turki dapat meningkat setelah adanya penurunan yang dikarenakan adanya pandemi COVID-19.

Turki memiliki mayoritas penduduk yang beragama Islam begitu pula dengan negara Indonesia, hal tersebut yang menjadikan tujuan dan kebijakan politik negara di antara Turki dan Indonesia memiliki kesamaan dan menjadikan hal itu sebagai landasan kedua negara tersebut dalam menjalani hubungan yang baik sejak tahun 1945 melalui organisasi internasional seperti PBB, OKI, G-20, D-8 dan KTT. Pada tahun 2011 Turki membangun hubungan bilateral dengan Indonesia dan kemitraan yang lebih kuat dengan meluncurkan *“Joint Declaration Indonesia-Turkey: Towards an Enhanced Partnership in a New World Setting”* yang diluncurkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Presiden Turki Abdullah Gül pada tanggal 5 April 2011 di Jakarta. Pernyataan tersebut menumbuhkan komitmen di antara kedua negara untuk saling bekerja sama di bidang ekonomi, politik-keamanan, kebudayaan, pendidikan, ilmu pengetahuan dan teknologi (Ministry of Trade, 2018).

Pada tahun 2020, KBRI memajukan beberapa kerjasama guna mendukung program strategis dan pemulihan ekonomi nasional akibat pandemi COVID-19. Salah satunya akselerasi *Indonesia-Turkey Comprehensive Economic Partnership Agreement (IT-CEPA)* yang merupakan upaya kerjasama Turki dengan Indonesia untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dalam kerjasamanya kedua negara mempromosikan pariwisata melalui program *Famtrip* dengan memanfaatkan dukungan para pemangku kepentingan nasional dan internasional. Kerjasama tersebut dibuat karena Indonesia merupakan salah satu target pemasaran pariwisata Turki dikawasan Asia Tenggara, begitu pula dengan Turki yang merupakan partner strategis bagi Indonesia (Kedutaan Besar Republik Indonesia, 2020). Kemudian, bagaimana diplomasi pariwisata Turki yang dilakukan ke Indonesia dapat berpengaruh terhadap perkembangan

tingkat kunjungan wisatawan Indonesia ke Turki dengan strategi promosi melalui beberapa program yang telah diusung oleh pemerintah Turki seperti Go-Turkiye dan open visa untuk wisatawan Indonesia.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai upaya diplomasi pariwisata pemerintah Turki dimana tujuan dari upaya tersebut dimaksudkan untuk memulihkan pariwisata Turki dan meningkatkan wisatawan dari Indonesia dengan judul, yaitu: **“STRATEGI DIPLOMASI PARIWISATA PEMERINTAH TURKI DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN INDONESIA”**.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Bagaimana diplomasi pariwisata Turki dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Turki?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini tugas akhir ini penulis akan memfokuskan kepada strategi diplomasi pariwisata Turki ke Indonesia yang dilakukan pada masa pandemi COVID-19 dengan periode 2020-2021, dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan Indonesia setelah adanya penurunan wisatawan yang diakibatkan oleh pandemi virus corona melalui program Safe Tourism Turkey dan serangkaian program promosi pariwisata serta kebijakan bebas visa bagi wisatawan Indonesia yang akan berkunjung ke Turki.

### **1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Dari pemaparan pada pembatasan masalah diatas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Penulisan tugas akhir ini memiliki tujuan yang akan dicapai, di antaranya yaitu:

- a) Untuk mengetahui Bagaimana strategi diplomasi pariwisata Turki ke Indonesia.
- b) Untuk mengetahui kebijakan Kementerian Pariwisata Turki dalam memaksimalkan sektor pariwisatanya.

- c) Untuk mengetahui program promosi yang dilakukan oleh pemerintahan Turki dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia.

#### **1.4.2 Kegunaan Penelitian**

##### **a. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teori potensi pariwisata Turki bagi wisatawan Indonesia yang dihasilkan dari penelitian ini adalah berguna untuk mengukur sejauh mana kemampuan serta pemahaman penulis dalam mengatasi suatu fenomena kontemporer dalam Studi Ilmu Hubungan Internasional mengenai penurunan kunjungan wisatawan yang terjadi pada negara Turki salah satunya yang terjadi pada wisatawan asal Indonesia dan bagaimana kebijakan pemerintah Turki dalam menangani penurunan kunjungan wisatawan Indonesia.

##### **b. Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dari penelitian ini di antaranya diharapkan dapat dijadikan sumber literatur untuk pembaca yang akan melakukan penelitian selanjutnya khususnya penelitian Studi Hubungan Internasional di masa yang akan datang. Potensi pariwisata Turki bagi wisatawan Indonesia menjadi informasi kepada pembaca yang akan mengkaji suatu isu internasional terkait sifat suatu negara dalam menentukan sebuah kebijakan khususnya Turki mengenai penurunan kunjungan wisatawan. Terakhir penelitian ini merupakan salah satu kewajiban dan tanggung jawab untuk menyelesaikan program studi Strata 1 (S-1) dengan membuat suatu karya ilmiah berupa skripsi yang menjadi salah satu syarat kelulusan program studi Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan.