

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia yang mempunyai potensi wisata yang beragam. Indonesia memiliki berbagai suku bangsa yang berbeda-beda terdiri dari 1.340 suku yang tersebar di 17.508 pulau, dimana setiap suku dan pulau yang berbeda memiliki kekhasannya masing-masing, seperti adat kebudayaan, kuliner dan keadaan alamnya. Indonesia sebagai Negara tropis memiliki pantai, hutan, gunung, keanekaragaman hayati dan keindahan alam yang tidak banyak dimiliki Negara lain. Sehingga dapat menciptakan dan mengembangkan potensi industri pariwisata. Bagi Indonesia, industri pariwisata merupakan peluang yang tidak dapat dilepaskan begitu saja. Pariwisata telah tumbuh menjadi sebuah industry yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang sangat cerah dikemudian hari bagi sebuah Pembangunan Nasional. Kunjungan wisatawan asing pun dari tahun selalu meningkat.¹

Pariwisata merupakan suatu industri yang unik, dimana tidak adanya batasan kepuasan individu untuk melakukan kegiatan wisata, serta tidak terbatasnya sumber pariwisata yang berbeda dengan industri-industri lain seperti pada umumnya.² Pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun belajar.

Adapun salah satu bentuk pariwisata berdasarkan objeknya yaitu *cultural tourism* yang memiliki arti jenis pariwisata yang disebabkan adanya daya tarik seni

¹ Joko Widodo, 2015 “Memaksimalkan Potensi Wisata Bahari Indonesia”, diakses dari <http://presidenri.go.id/program-prioritas2/maksimalikan-potensi-wisata-bahari-indonesia.html>

² Singapore Tourism Board. (2016, March 16). International Visitor Arrivals. Retrieved March 6, 2017, from Singapore Tourism Board: https://www.stb.gov.sg/statistics-and-marketinsights/marketstatistics/ivastat_dec_2015

dan budaya di suatu daerah/tempat, seperti peninggalan nenek moyang, benda-benda kuno dan sebagainya.³ Indonesia memiliki berbagai jenis-jenis objek wisatanya mulai dari wisata pantai, wisata etnik yang merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik, wisata cagar alam, olahraga, kuliner beragam rasa dan ciri khas yang dimiliki, religious, belanja hingga budaya.

Tingginya minat masyarakat yang ingin berkunjung di berbagai objek pariwisata, membuat industri pariwisata dapat mendatangkan manfaat dan keuntungan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia dan sebagai sumber devisa negara. Tidak sedikit wisatawan lokal maupun mancanegara datang untuk menikmati daya tarik wisata yang ada di Indonesia. Kondisi demikian menjadikan pariwisata sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang potensial. Pembangunan sektor pariwisata merupakan bagian yang sangat penting dari pembangunan nasional yang pelaksanaannya melibatkan pemerintah, swasta dan masyarakat. Sektor ini dilaksanakan secara bertahap di setiap daerah yang melibatkan banyak institusi baik tingkat lokal, regional, nasional bahkan internasional.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata pun telah menyiapkan beberapa strategi untuk memaksimalkan potensi pariwisata ini, salah satunya melalui promosi pariwisata ke masyarakat internasional. Peran Departemen Pariwisata dan Kebudayaan sangatlah penting, untuk menunjang keberhasilan dan pengembangan daerah tujuan wisata. Adanya pengelolaan yang baik dari pemerintah diharapkan dapat meningkatkan manajemen pariwisata dalam rangka menarik wisatawan, baik domestic maupun wisatawan asing, sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli dari sector pariwisata.⁴

Pada Surat Keputusan Presiden Nomor 121/P Tahun 2014 tentang Pembentukan Kementerian dan Pengangkatan Menteri Kabinet Kerja Periode

³ Muchlisin Riadi, "Pariwisata (Pengertian, unsur, bentuk dan jenis wisata), diakses melalui <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html>

⁴ Khoirudin Syahal, Thesis "Desa Wisata Buah Durian Diwsk Kaabupaten Semarang", diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/51898/>

Tahun 2014 – 2019 memuat tentang pembentukan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia atau yang biasa disebut Kemenpar RI adalah kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan kepariwisataan. Kementerian Pariwisata berada di bawah Presiden dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Kementerian Pariwisata dipimpin oleh seorang Menteri Pariwisata (Menpar) yang sejak tanggal 27 Oktober 2014 dijabat oleh Arief Yahya.⁵

Terlaksananya acara *The Amazing Race Asia* ini membuat Indonesia semakin dikenal karena penyiaran tayangannya berada di saluran televisi internasional. Hal tersebut menjadi salah satu bentuk diplomasi yang Indonesia lakukan. Diplomasi adalah sebuah sistem yaitu seni yang diangkat dari bahasa Yunani untuk mengatur hubungan internasional melalui proses negosiasi yang diselenggarakan oleh aktor-aktor negara, juga diasumsikan sebagai aktifitas yang menjaga, mengedepankan serta memajukan asas kepentingan nasional dalam hubungan antar negara lain dengan jalan damai.⁶ Sedangkan dalam kamus diplomatik, diplomasi didefinisikan sebagai seni dan praktek melakukan negosiasi serta mengadakan hubungan antarnegara dan juga kemampuan untuk mengelola urusan tanpa menimbulkan permasalahan.⁷

Salah satu bentuk diplomasi modern yang mengalami modifikasi dengan cara memanfaatkan nilai-nilai budaya adalah diplomasi publik. Diplomasi publik secara umum merupakan upaya untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara melalui *understanding, informing, and influencing foreign audiences*. Dengan jalan memberikan kontribusi interaksi yang sebelumnya *government to government relation* kini menjadi *government to people* atau bahkan *people to people relation*. Dimana tujuannya adalah agar masyarakat internasional mempunyai persepsi baik

⁵ Badan Kepegawaian Nasional, “Keppres Nomor 121 P Tahun 2014 – Pembentukan Kementerian Dan Pengangkatan Menteri Kabinet Kerja Periode Tahun 2014-2019”, diakses dari <https://www.bkn.go.id/28365/keppres-nomor-121-p-tahun-2014-pembentukan-kementerian-dan-pengangkatan-menteri-kabinet-kerja-periode-tahun-2014-2019>

⁶ S. L. Roy, “Diplomacy”. Rajawali Pers, 1991. diakses dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=481184>

⁷ State.gov “Diplomatic Dictionary”, diakses dari <https://diplomacy.state.gov/discoverdiplomacy/referenc es/169792.htm>

tentang suatu negara, sebagai landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan yang lebih luas.⁸

Multitrack diplomacy atau diplomasi publik mendeskripsikan adanya perubahan perilaku dari tingkah diplomasi yang sebelumnya dilakukan oleh petinggi negara kini telah menjadi bagian aktifitas publik pada umumnya. Perubahan ini didasarkan bahwa pemerintah saat ini tidak bisa lagi menjawab tantangan-tantangan dari isu global yang semakin kompleks, sedangkan pemerintah terkesan masih bersifat statis. Hal ini pemerintah juga berharap diplomasi publik bisa memberikan kontribusi yang tepat dan efektif untuk memberikan pengaruh yang lebih luas terhadap masyarakat internasional. Masalah-masalah perang beserta isu-isu kemanusiaan yang diakibatkan oleh peperangan merupakan tanggung jawab bersama masyarakat dari berbagai lapisan maupun profesi. Kesadaran inilah yang semakin semakin menguatkan munculnya ide "*citizen diplomacy*" atau diplomasi publik.⁹

The Amazing Race Asia adalah suatu acara reality show di televisi yang diadopsi dan telah dibeli hak siarnya oleh berbagai stasiun televisi di banyak Negara dari acara serupa yaitu *The Amazing Race* yang berasal dari Amerika Serikat. Penayangannya di Columbia Broadcasting System (CBS) dimulai sejak tahun 2001 yaitu musim pertama hingga saat ini memasuki musim ke-30. Berbagai macam versi pun diadopsi di berbagai Negara belahan dunia, salah satunya adalah versi Asia yang dalam beberapa episodenya melibatkan Indonesia sebagai "tuan rumah". Garis *start* dan *finish* semuanya ada di wilayah Indonesia, dan 5 dari 10 leg dalam kompetisi ini diadakan di Indonesia dan didukung penuh oleh arief Yahya selaku Menteri Pariwisata Indonesia ditahun itu.¹⁰

The Amazing Race Asia mulai ditayangkan secara premier pada musim kelima yang ditayangkan oleh televisi berbayar internasional yaitu AXN Asia di 19

⁸ Widiya Muningsar, Skripsi, "*Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Mempromosikan Pariwisata Indonesia Melalui Acara The Amazing Race Asia Season 5 Tahun 2016-2018*" diakses dari Repository.umy.ac.id

⁹ Sukawarsini Djelantik, "Diplomasi Publik dan Peran Epistemik Community" diakses dari <https://scholar.google.co.id/citations?user=ievOdE8AAAAJ&hl=en>

¹⁰ Fery Ardiansyah, "Recap: The Amazing Race Asia Season 5 Leg 1 (Jakarta-West Java)", 2016. Diakses dari <https://bit.ly/2OccxBy>

negara-negara Asia dari tanggal 13 Oktober hingga 15 Desember 2016. Di Indonesia sendiri, *The Amazing Race Asia* ditayangkan di *channel* nasional Globaltv. Adapun sponsor lokal utama dari acara ini adalah Wonderful Indonesia dan Garuda Indonesia, dimana hal ini menjadi kesempatan bagi pariwisata Indonesia untuk mempromosikan destinasi wisata, aneka kebudayaan serta keindahan alamnya.¹¹

Pada serial *The Amazing Race Asia* Season 5 ini bercerita tentang kompetisi dari 11 tim berbeda Negara, dimana dalam 1 tim terdiri dari dua orang yang berasal dari Negara yang sama. Setiap tim berkompetisi untuk menyelesaikan berbagai tantangan demi meraih gelar juara dan mendapatkan hadiah utama berupa sejumlah uang tunai sebesar USD\$100.000 atau sekitar 1 Milyar Rupiah lebih dan hadiah lainnya dalam setiap episode. Disetiap tantangan pada episodenya mereka akan diarahkan untuk berpergian ke kota bahkan Negara yang berbeda dan pada musim kelima inilah Indonesia menjadi tuan rumah dari acara reality show tersebut. Dimulai dari Jakarta, Yogyakarta, Singapura, Kuala Lumpur, Ho Chi Minh, Manila, Taipei, Bandung, Banyuwangi dan berakhir di Bali.¹²

Sebelum itu, *The Amazing Race* mengadakan audisi peserta dilakukan dari tanggal 23 Mei sampai 30 Juni 2016. Peserta terpilih mayoritas selebritis lokal dan dunia maya. Adapun sebelas tim yang berhasil lolos ikut audisi berasal dari negara-negara Asia Tenggara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Singapura. *The Amazing Race Asia* Musim Kelima ini akan dipandu oleh Allan Wu dan Co-Host Indonesia yakni Tara Basro untuk episode-episode yang tayang di Indonesia. Delapan tim lainnya adalah pasangan teman asal Malaysia, Yvonne dan Chloe; pasangan kakak dan adik asal Malaysia, Alex dan Will; teman sekolah, Brandon dan Alphaeus; pasangan suami istri asal Filipina, Eric dan Rona; pasangan kontestan kecantikan asal Filipina, Parul dan Maggie; pasangan DJ (disk jockey) radio asal Singapura, JK dan Mike; pasangan saudara kandung asal Singapura, Rei

¹¹ Fery Ardiansyah, "Recap: The Amazing Race Asia Season 5 Leg 1 (Jakarta-West Java)", 2016. Diakses dari <https://bit.ly/2OccxBy>

¹² Mardiana Makmun, Berita Satu, "The Amazing Race Asia Season 5 Promosikan Pariwisata Indonesia", diakses dari <https://www.beritasatu.com/archive/376863/the-amazing-race-asia-season-5-promosikan-pariwisata-indonesia>

dan Kenji; pasangan asal Thailand, Tom dan Anita; serta pasangan asal Vietnam, Lisa dan Nicole.¹³

Melihat kesuksesan acara *The Amazing Race Asia*, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata menggandeng acara *The Amazing Race Asia* season 5 sebagai salah satu bentuk upaya mempromosikan destinasi-destinasi wisata yang ada di Indonesia. Selain kesuksesan acara tersebut ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan kementerian pariwisata menggandeng *The Amazing Race Asia* season 5, diantaranya adalah: Pertama, *The Amazing Race* ditayangkan pada saluran hiburan terkemuka Asia AXN Chanel. Selain itu kemenpar juga akan mengupayakan acara tersebut tayang pada televisi-televisi free to air, sehingga masyarakat Indonesia dapat menonton acara tersebut. Kedua, pemandu acara yakni Alan Wu merupakan aktor dan presenter berpengalaman dalam setiap acara yang dibawakannya. Ketiga, dalam penayangannya *the amazing race asia* season 5, akan menampilkan wajah Indonesia melalui 5 destinasi wisata yang ada di Indonesia. Keempat, nilai investasi yang dikeluarkan oleh kementerian pariwisata sebagai sponsor utama acara *the amazing race asia* season 5 sebesar USD\$25.000.000 atau sekitar 327 Milyar rupiah, nilai investasi pada sebuah acara yang cukup besar namun pihak Kemenpar optimis akan menarik wisatawan untuk datang berwisata di Indonesia.¹⁴

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi daya tarik program *The Amazing Race Asia* Season 5 tahun 2016 di Indonesia?
2. Faktor apa yang mendorong program *The Amazing Race Asia* Season 5 tahun 2016 di Indonesia memilih kota tertentu sebagai fokusnya?

¹³ Wahyu Adityo Prodjo, Kompas, "Inilah Wakil Indonesia di Acara *The Amazing Race Asia* Season 5", diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2016/07/28/220200627/Inilah.Wakil.Indonesia.di.Acara.The.Amazing.Race.Asia.Season.5>.

¹⁴ Widiya Muninggar, Skripsi, "*Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Mempromosikan Pariwisata Indonesia Melalui Acara The Amazing Race Asia Season 5 Tahun 2016-2018*" diakses dari Repository.umy.ac.id

3. Apa dampak dari program program *The Amazing Race Asia Season 5* tahun 2016 di Indonesia dalam bidang pariwisata?
4. Apa peran program *the Amazing Race Asia Season 5* tahun 2016 dalam diplomasi pariwisata Indonesia?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan Program *The Amazing Race Asia Season 5* Tahun 2016 Dalam Peran dan Diplomasi Pariwisata Indonesia.

1.4. Rumusan Masalah

Persoalan yang akan penulis bahas pada penelitian ini adalah bagaimana Peran Program *The Amazing Race Asia Season 5* Tahun 2016 Dalam Diplomasi Pariwisata Indonesia

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat ditetapkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa program *The Amazing Race Asia Season 5* tahun 2016
2. Untuk mengetahui pemilihan kota-kota destinasi wisata dalam di Indonesia *The Amazing Race Asia Season 5* tahun 2016.
3. Untuk mengkaji apa peran Program *The Amazing Race Asia Season 5* tahun 2016 dalam diplomasi pariwisata Indonesia.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan atau sumber kajian dalam pengembangan hubungan internasional khususnya dalam teori diplomasi budaya.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian yang lain.

3. Sebagai bekal untuk penulis agar bisa berpikir sistematis dalam menganalisis suatu permasalahan yang relevan

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Sebagai masukan bagi para pengambilan kebijakan terkait diplomasi di bidang pariwisata Indonesia.
2. Terpenuhinya salah satu syarat dalam menyelesaikan studi penulis di Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta yaitu dengan membuat Skripsi guna memperoleh gelar Strata 1