

# **DIPLOMASI INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA INDONESIA DI JEPANG PERIODE 2015– 2019**

## **ABSTRAK**

Pariwisata merupakan sector yang potensial untuk meningkatkan perekonomian bagi sebuah Negara. Seperti halnya Indonesia memanfaatkan potensi pariwisatanya untuk menambah sumber devisa negaranya, dengan mendatangkan wisatawan asing ke Indonesia. Wisatawan Jepang merupakan salah satu wisatawan terbanyak ke Indonesia yang menempati posisi keempat terbanyak ke Indonesia. Namun, jumlah wisatawan Jepang yang datang ke Indonesia terus menurun sejak tahun 2018 hingga 2019 padahal pemerintah Indonesia selalu mengadakan promosi dan penjualan paket wisata di Jepang. Karakteristik wisatawan Jepang adalah menyukai wisata bahari seperti Diving yang umumnya berada di Bali. Bali merupakan destinasi wisata kegemaran wisatawan Jepang karena Bali memiliki daya tarik tersendiri, namun Jepang belum menjadikan Indonesia sebagai Negara tujuan utamanya untuk berlibur. Indonesia berada di peringkat 11 sebagai Negara tujuan wisatawan Jepang. Oleh karena itu dalam tulisan ini penulis menggunakan teori multitrack diplomacy, konsep kerjasama bilateral, dan konsep pariwisata. Multitrack diplomacy yang akan penulis gunakan untuk menganalisis upaya – upaya diplomacy yang dilakukan Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia di Jepang. Konsep kerjasama bilateral penulis gunakan untuk menganalisis keaktifan Indonesia dan Jepang dalam hubungan kerjasama bilateral kedua Negara tersebut dan melihat bagaimana keuntungan dari adanya kerjasama bilateral tersebut baik di bidang ekonomi, maupun pariwisata.

Dalam tulisan ini penulis menggunakan metode kualitatif studi kasus yang mana agar dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai diplomasi yang dilakukan Indonesia untuk meningkatkan jumlah wisatawan Jepang. Diplomasi yang dilakukan Indonesia pada tulisan ini terbagi menjadi tiga yaitu diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah penulis menjelaskan 4 kegiatan yang diadakannya yaitu Wonderfull Indonesia week, Indonesia Japan fiesta, Familitraztion trip (Famtrip), dan Festival Daidogei. Di sector bisnis penulis menjelaskan 3 kegiatan yang diadakan yaitu Sales mission, consumer selling, dan Japan tourism expo. Di sector media penulis menggunakan media melalui website dan Instagram. Adapun hasilnya adalah upaya diplomasi yang dilakukan belum berhasil karena tidak adanya peningkatan wisatawan Jepang yaitu karena adanya hambatan yaitu masih jarangya penerbangan langsung dari kedua Negara tersebut, pelayanan kurang baik terhadap wisatawan wisatawan asing.

Kata kunci : Multitrack diplomacy, Kerjasama Bilateral, Pariwisata, Jepang, Bali.

## **INDONESIAN DIPLOMACY IN PROMOTING INDONESIAN TOURISM TO JAPAN FOR THE PERIOD 2015-2019 PERIOD**

### **ABSTRACT**

Tourism is a sector that has the potential to improve the economy of a country. Just as Indonesia uses its tourism potential to increase its country's foreign exchange sources, by bringing in foreign tourists to Indonesia. Japanese tourists are one of the most tourists to Indonesia, which occupies the fourth highest position to Indonesia. However, the number of Japanese tourists who came to Indonesia continued to decline from 2018 to 2019 even though the Indonesian government always held promotions and sales of tour packages in Japan. The characteristic of Japanese tourists is that they like marine tourism such as Diving, which is generally located in Bali. Bali is a favorite tourist destination for Japanese tourists because Bali has its own charm, but Japan has not made Indonesia its main destination for vacations. Indonesia is ranked 11th as a Japanese tourist destination.

Therefore, in this paper the author uses the theory of multitrack diplomacy, the concept of bilateral cooperation, and the concept of tourism. The multitrack diplomacy that the author will use to analyze the diplomacy efforts made by Indonesia in promoting Indonesian tourism in Japan. The author uses the concept of bilateral cooperation to analyze the activities of Indonesia and Japan in the bilateral cooperation between the two countries and see how the benefits of bilateral cooperation are both in the economic and tourism fields.

In this paper the author uses a qualitative case study method which in order to provide a deep understanding of the diplomacy used by Indonesia to increase the number of Japanese tourists. The diplomacy analyzed in this paper is divided into three, namely the diplomacy carried out by the government, the author explains the 4 activities it holds, namely Wonderful Indonesia week, Indonesia Japan fiesta, Familirazion trip (Famtrip), and the Daidogei Festival. In the business sector, the author describes 3 activities held, namely Sales mission, consumer selling, and Japan tourism expo. In the media sector, the writer uses media through the website and Instagram. The result is that the diplomatic efforts that have been carried out have not been successful because there is no increase in Japanese tourists, namely because of obstacles, namely the lack of direct flights from the two countries, poor service to foreign tourists.

**Keywords:** Multitrack diplomacy, Bilateral Cooperation, Tourism, Japan, Bali.