

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Jepang merupakan salah satu negara yang menjadi destinasi wisata favorit wisatawan mancanegara dengan keindahan dan budaya khasnya. Jepang memiliki berbagai daya tariknya tersendiri pada sektor pariwisata, dengan memiliki wisata kuliner, monumen – monumen bersejarah, pagelaran festival kebudayaan, serta perbelanjaan sehingga memikat wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke negara tersebut. Pariwisata merupakan salah satu sektor dengan peranan yang sangat strategis di suatu negara, yang berfungsi sebagai salah satu sektor yang berguna untuk meningkatkan ekonomi suatu negara. Dalam hal ini, upaya suatu negara tidak hanya memfokuskan pada kekuatan yang berbasis militer, tetapi saat ini negara semakin menaruh fokus pada kekuatan yang non-militer seperti pariwisata, kebudayaan, dan lain-lain. Pemerintah Jepang turut melaksanakan berbagai upaya guna mempromosikan sektor pariwisatanya sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke negaranya.

Namun, pada tahun 2019 mulai muncul fenomena pandemi COVID-19 sehingga sektor pariwisata Jepang secara perlahan menghadapi periode krusial akibat adanya fenomena tersebut yang turut menyerang sektor pariwisatanya secara fatal. Pemerintah Jepang menghadapi dampak akibat pandemi, sehingga memaksa pemerintah untuk melakukan kebijakan – kebijakan dan berbagai pembatasan guna menekan angka korban. Pemerintah Jepang beserta pelaku pariwisata di negara tersebut tentunya menghadapi berbagai efek yang sangat besar. Seiring berjalannya waktu, Pemerintah Jepang tentu tidak tinggal diam, setelah pandemi COVID-19 mulai mereda, Pemerintah melaksanakan serangkaian upaya untuk membangkitkan kembali sektor pariwisatanya dengan upaya diplomatik. Dalam penelitian skripsi ini, menganalisis bagaimana langkah diplomatik Pemerintah Jepang yang bekerjasama dengan berbagai pihak termasuk *Japan National Tourism Organization* (JNTO) guna menarik perhatian wisatawan mancanegara terutama wisatawan Indonesia, melalui dimensi diplomasi publik Mark Leonard yang terdiri dari *news management*, *strategic communication*, dan *relationship building*.

Pelaksanaan diplomasi publik merupakan salah satu langkah yang tepat dalam memulihkan sektor pariwisatanya, yang mana diplomasi publik melalui tahapan – tahapan seperti *news management* atau mempromosikan pemberitaan dan mempengaruhi aktor lain terhadap adanya suatu pemberitaan, tahapan *strategic communication* atau komunikasi strategis dengan melaksanakan kampanye maupun langkah komunikasi lainnya untuk mengubah pandangan publik, serta *relationship building* atau pembangunan hubungan yang berkepanjangan antar pihak. Oleh karena itu, langkah – langkah tersebut agar berjalan secara efektif dibutuhkan pengelolaan yang terorganisir dengan baik antar aktor yang berkepentingan dalam proses dimensi tersebut, sehingga menciptakan dampak positif dan berhasil mencapai kepentingan nasional suatu negara dengan baik.

Hal tersebut mendorong Pemerintah Jepang untuk memaksimalkan industri pariwisata halal di negaranya seperti penyediaan restoran dengan makanan dan minuman halal, tempat ibadah seperti Masjid maupun Mushola, fasilitas dan pelayanan ramah Muslim, penginapan Ramah Muslim, pusat perbelanjaan yang ramah Muslim, dan sebagainya. Industri pariwisata halal telah mulai diperhatikan oleh pemerintah Jepang sejak lama, tetapi pada penulisan skripsi ini penulis memfokuskan upaya yang dilakukan Pemerintah Jepang melalui diplomasi publiknya dengan memaksimalkan industri pariwisata halal tahun 2019 hingga 2023 dengan sasaran utama masyarakat Indonesia. Pertama, upaya diplomasi publik pada dimensi *news management* yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang bertujuan untuk mempromosikan industri pariwisata halalnya kepada masyarakat Indonesia melalui berbagai *platform*, seperti penggunaan situs resmi, penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, hingga Youtube, dan menyediakan situs khusus.

Selanjutnya, dimensi diplomasi publik yang kedua yaitu *strategic communication* yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang berguna sebagai langkah komunikasi strategis antara Pemerintah Jepang dengan berbagai pihak di Indonesia termasuk masyarakat Indonesia, yang dilakukan dengan memaksimalkan *platform* komunikasi seperti media sosial yang dianggap lebih efektif dikarenakan sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan internet. Serta dimensi diplomasi publik yang terakhir *relationship building* atau upaya pembangunan hubungan yang berkepanjangan antara kedua pihak dilakukan oleh Pemerintah Jepang dengan

membangun berbagai kerja sama bersama dengan pihak – pihak di Indonesia termasuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, akan tetapi menurut JNTO Jakarta program kolaborasi dirasa masih kurang. Berbagai rangkaian upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang bersama *Japan National Tourism Organization* (JNTO) kemudian akan mempengaruhi minat dan perhatian masyarakat Indonesia untuk berkunjung ke negara tersebut.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Praktis

Pemerintah Jepang telah melaksanakan serangkaian upaya diplomasi publiknya. Namun, informasi terkait penyediaan industri pariwisata halal dirasa masih kurang digencarkan di internet maupun media sosial, sehingga calon wisatawan dari Indonesia dan wisatawan Muslim lainnya akan mengalami sedikit kesulitan akibat kurangnya informasi tersebut, sehingga diperlukan adanya penyebaran informasi terkait industri pariwisata halal pada penggunaan internet dan media sosial yang semakin aktif untuk mempromosikan industri pariwisata halal Jepang.

Berdasarkan hasil wawancara secara tertulis bersama Manager JNTO Jakarta, bahwa kolaborasi pada pembangunan hubungan berkepanjangan antara Pemerintah Jepang dengan Indonesia dirasa masih kurang dilaksanakan secara aktif, oleh karena itu agar dapat meningkatkan perhatian masyarakat Indonesia untuk berkunjung ke negaranya, Pemerintah Jepang bersama dengan pihak di Indonesia baik itu Pemerintah, media, hingga bisnis perlu mengembangkan berbagai strategi dan program kolaborasi terkait industri pariwisata halalnya agar dapat terlaksana secara lebih efektif kedepannya, dan juga jumlah kunjungan wisatawan dapat terus meningkat

6.2.2 Saran Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang memiliki ketertarikan pada topik yang serupa dengan penelitian ini, diharapkan dapat mengulik secara lebih mendalam dengan pihak – pihak yang berkaitan dengan industri pariwisata Jepang dan upaya diplomasi publik Pemerintah Jepang seperti *Japan National Tourism Organization* (JNTO), terutama pada sek tor industri pariwisata halalnya.