

JURNAL KAJIAN WILAYAH

Volume 9

Nomor 2, Desember 2018

DAFTAR ISI

| | |
|--|---------|
| ANALISIS WACANA DIASPORA INDONESIA: TINJAUAN KONSEPTUAL DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL Hana Naufanita, Raden Maisa Yudono dan Ani Soetjipto | 90-108 |
| POTENSI DAN TANTANGAN <i>ONE BELT ONE ROAD</i> (OBOR) BAGI KEPENTINGAN NASIONAL INDONESIA DI BIDANG MARITIM Samti Wira Wibawati, Marina Ika Sari dan Yuli Ari Sulistyani | 109-123 |
| AKTIVITAS MENGISI WAKTU LUANG UNTUK LANSIA DI TIONGKOK: STUDI KASUS HONG KONG Wabilia Husnah | 124-137 |
| LANJUT USIA (LANSIA) DALAM KEBIJAKAN PARIWISATA DI HONG KONG (TIONGKOK): TAHUN 1978-2016 Erlita Tantri | 138-155 |
| IDENTITAS, <i>HARAJUKU STYLE</i> , PROVOKASI SENSIBILITAS GENDER Chintya Anggraini | 156-174 |
| RINGKASAN HASIL PENELITIAN: PERTUMBUHAN DAN PEMBANGUNAN DI SUB-SAHARA AFRIKA: PENGALAMAN ETHIOPIA Muzzar Kresna, Saiful Hakam, Ahmad Helmy Fuady dan Erwiza | 175-190 |
| TINJAUAN BUKU: PARIWISATA HALAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF MULTIDIMENSI Rita Pawestri Setyaningsih | 191-195 |

JURNAL KAJIAN WILAYAH

Volume 9

Nomor 2, Desember 2018

DDC: 327.101

Hana Naufanita, Raden Maisa Yudono dan Ani Soetjipto

ANALISIS WACANA DIASPORA INDONESIA: TINJAUAN KONSEPTUAL DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 90-108

ABSTRAK

Diaspora merupakan istilah yang umum digunakan. Sifatnya yang diskursif membuat diaspora dapat bermakna apa saja disesuaikan dengan siapa yang mengartikulasikan. Gagasan diaspora Indonesia marak diperbincangkan sejak 2012. Diaspora diartikulasikan oleh aktor non negara yang umumnya adalah ekspatriat. Kelompok ini mengubah persepsi negara terhadap ekspatriat yang awalnya pengkhianat menjadi aset negara. Aktor negara dan non negara memiliki motif memaksimalkan kapital melalui keahlian, remitansi dan investasi. Hal ini dikukuhkan dalam Peraturan Presiden No. 76 Tahun 2017 tentang Fasilitas Masyarakat Indonesia di Luar Negeri. Peneliti berargumen bahwa diaspora Indonesia merupakan wacana yang diartikulasikan oleh kelompok kepentingan dan didukung negara untuk meraup kapital. Padahal diaspora adalah metafora yang secara kontinu diciptakan, ditransformasikan dan dipertahankan untuk mendefinisikan kembali identitas suatu bangsa. Tulisan ini menganalisis relasi *power* dalam wacana diaspora Indonesia, serta meninjau konsep identitas nasional dalam HI yang umumnya berbasis negara sebagai aktor tunggal dan berdaulat.

***Kata kunci:** analisis wacana, diaspora Indonesia, identitas nasional, konstruktivisme, negara-bangsa*

DDC: 327.2

Samti Wira Wibawati, Marina Ika Sari dan Yuli Ari Sulistyani

POTENSI DAN TANTANGAN *ONE BELT ONE ROAD (OBOR)* BAGI KEPENTINGAN NASIONAL INDONESIA DI BIDANG MARITIM

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 109-123

ABSTRAK

OBOR adalah salah satu bentuk dari fenomena globalisasi yang menciptakan efek *borderless* bagi setiap negara yang dilaluinya. OBOR merupakan proyek konektivitas ambisius Tiongkok melalui pembangunan infrastruktur dan jalur transportasi darat dan laut yang menghubungkan negaranya dengan kawasan Asia, Eropa, dan Afrika. Konektivitas global sebagai tujuan OBOR telah menciptakan potensi dan tantangan tersendiri bagi Indonesia karena bersinggungan dengan kepentingan nasional. Untuk

menganalisis potensi dan tantangan OBOR bagi Indonesia, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan konsep kepentingan nasional dan keamanan maritim. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi OBOR bagi Indonesia yaitu OBOR dapat sejalan dengan kebijakan Poros Maritim Dunia terkait dengan konektivitas dan pembangunan infrastruktur maritim. Namun, di sisi lain, OBOR juga menjadi tantangan bagi Indonesia antara lain; di bidang ekonomi yakni persaingan produk lokal dengan produk asal Tiongkok dan tenaga kerja domestik dengan tenaga kerja asal Tiongkok; di bidang pertahanan maritim yaitu di Selat Malaka, Kepulauan Natuna, Laut Tiongkok Selatan, ancaman *transnational crime* bagi keamanan maritim.

Kata kunci: *potensi, tantangan, One Belt One Road, kepentingan nasional, maritim*

DDC: 305.26

Wabilia Husnah

AKTIVITAS MENGISI WAKTU LUANG UNTUK LANSIA DI TIONGKOK : STUDI KASUS HONG KONG

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 124-137

ABSTRAK

Masyarakat menua sedang menjadi masalah penting bagi berbagai negara di dunia, termasuk Tiongkok. Di Tiongkok sendiri, Hong Kong menjadi salah satu region yang jumlah penduduk lansianya paling banyak. Aktivitas mengisi waktu luang dibutuhkan oleh lansia untuk meningkatkan kualitas hidup dan kepuasan hidup, serta menjaga kesehatan fisik dan mental. Aktivitas yang dipilih untuk mengisi waktu luang ini dipengaruhi oleh budaya suatu daerah. Penelitian ini akan melihat pengaruh budaya terhadap jenis aktivitas yang dilakukan lansia Hong Kong dalam mengisi waktu luang. Di akhir, tulisan ini menyimpulkan bahwa Hong Kong memiliki budaya yang unik. Merupakan *Special Administrative Region* di Tiongkok dan pernah dikuasai Inggris telah membuatnya memiliki budaya dengan perpaduan budaya Tiongkok dan budaya Barat. Kekhasan budaya Hong Kong membuat aktivitas yang dipilih oleh lansia dalam mengisi waktu luang pun sangat unik. Ada nuansa ketenangan ala Tiongkok dan kesenangan ala Barat dalam setiap aktivitas yang dipilih oleh lansia Hong Kong untuk mengisi waktu luang. Semua kegiatan tersebut selalu memiliki ciri khas yang sama: perpaduan antara budaya Tiongkok dan Barat.

Kata kunci: *aktivitas mengisi waktu luang, budaya, lansia, masyarakat menua, waktu luang*

DDC: 305.2

Erlita Tantri

LANJUT USIA (LANSIA) DALAM KEBIJAKAN PARIWISATA DI HONG KONG (TIONGKOK): TAHUN 1978-2016

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 138-155

ABSTRAK

Hong Kong merupakan salah satu wilayah administrasi khusus Tiongkok yang sangat terkenal sebagai tujuan wisata. Seiring dengan meningkatnya jumlah lansia di sejumlah wilayah di Tiongkok serta berkembangnya minat lansia dalam berwisata, telah mendorong perkembangan pariwisata di Hong Kong yang menjadi salah satu destinasi wisata favorit bukan hanya bagi kaum muda, anak-anak dan dewasa, namun juga bagi lansia. Lalu, Bagaimana kebijakan pariwisata yang diambil oleh pemerintah Hong Kong dalam rangka menarik wisatawan dari berbagai segmen usia, wilayah, etnis, dan budaya? Bagaimana dengan pariwisata yang ditawarkan Hong Kong kepada wisatawan termasuk lansia? Melalui studi literatur dan wawancara mendalam, studi ini berusaha melihat kebijakan pariwisata di Tiongkok khususnya Hong Kong bagi wisatawan lansia. Tiongkok, khususnya Hong Kong memperlihatkan

bahwa pemerintah sangat peduli dengan kebijakan pariwisatanya sejak awal reformasi Tiongkok bahkan sejak di pegang oleh pemerintahan Inggris. Hal ini terkait dengan peran pariwisata sebagai salah satu mesin uang bagi pendapatan negara atau wilayah. Hong Kong sendiri menawarkan beragam hiburan menarik bagi wisatawan, baik muda maupun tua. Berbagai tawaran hiburan wisata telah memanjakan pengunjung termasuk lansia. Selain itu, telah banyak fasilitas, infrastruktur wisata, dan kemudahan untuk mendapatkan jenis hiburan yang ditujukan bagi wisatawan lansia. Hal ini yang mendorong bagi meningkatnya jumlah lansia mengunjungi pariwisata Hong Kong.

Kata kunci: lansia, pariwisata, kebijakan, sejarah

DDC: 391

Chintya Anggraini

IDENTITAS, HARAJUKU STYLE, PROVOKASI SENSIBILITAS GENDER

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 156-174

ABSTRAK

Gaya berpakaian (*fashion*) adalah salah satu cara yang biasa digunakan untuk membentuk identitas diri melalui pemakaian serangkaian tanda yang sengaja dipilih untuk menciptakan ‘narasi’ tertentu tentang pemakainya melalui sitasi dan pengulangan dari tanda lain yang dipahami oleh masyarakat. Dalam *fashion* maka tanda-tanda ini dipahami secara berbeda untuk membentuk identitas pekerjaan (misal, pekerja bengkel), posisi (pimpinan dan bawahan), asal daerah, dan sebagainya, atau dengan kata lain, menurut sumbu-sumbu kelas, ras, dan gender yang seringkali bersifat stereotip dan dipakai dan digunakan (*performed*) untuk menciptakan identitas pemakainya.

Harajuku style adalah salah satu *fashion* yang paling dikenal di dunia yang awalnya berkembang di daerah Harajuku di tengah kota Tokyo, Jepang, dan dikenal dengan pilihan gaya, warna, *brand*, dan komposisi pemakaiannya yang oleh beberapa pengamat kadang disebut sebagai *anti-fashion*. Dalam tulisan ini, *Harajuku style* yang berkembang sejak akhir 1980-an, dilihat sebagai satu gaya yang memberi ruang dan kebebasan yang sangat luas untuk meneguhkan, melebih-lebihkan, mempermainkan, atau bahkan menolak sama sekali tanda-tanda *fashion* yang lazim dipahami dalam gaya berpakaian yang konvensional (*mainstream*). Dengan menggunakan foto-foto yang ada di majalah *FRUiTS*, dan dengan analisa semiotik dan analisa gender, tulisan ini memfokuskan pada bagaimana *Harajuku style* membuka ruang bagi pemakainya untuk melebih-lebihkan citra feminitas atau maskulinitas dengan menggunakan gaya dan aksesoris tertentu, dan tidak kurang pemakai yang mencoba untuk mempermainkan sensibilitas gender, atau bahkan menciptakan anomali gender (*gender bending*) untuk mengacaukan stereotip yang ada.

Kata Kunci: *fashion, Harajuku, Jepang, gender bending*

RINGKASAN HASIL PENELITIAN

DDC: 330.9

Muzzar Kresna, Saiful Hakam, Ahmad Helmy Fuady dan Erwiza

**PERTUMBUHAN DAN PEMBANGUNAN DI SUB-SAHARA AFRIKA:
PENGALAMAN ETHIOPIA**

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 175-190

ABSTRAK

Ethiopia merupakan negara dengan basis perekonomian adalah sektor pertanian, terutama komoditas kopi. Tetapi, pesatnya tingkat pertumbuhan ekonomi sejak tahun 2004 lebih disebabkan oleh peningkatan sektor jasa dan industri (terutama konstruksi dan energi). Untuk menopang pertumbuhannya, Ethiopia menempuh beberapa strategi kebijakan antara lain: pengembangan industri manufaktur ringan

(garmen, produk kulit dan alas kaki) dengan memanfaatkan skema *Africa Growth & Opportunity Act* (AGOA), pengembangan maskapai Ethiopian Airlines, pemanfaatan skema *Africa Single Aviation Market*, dan pembangunan *Dry Port*. Pemahaman Meles Zenawi tentang model *developmental state* yang diwujudkan dalam pembangunan berbasis infrastruktur, tidak hanya didukung oleh lembaga internasional seperti World Bank dan African Development Bank, namun juga didorong dengan naiknya peran China di Afrika. Tidak mengherankan tingkat pembangunan infrastruktur di Ethiopia, seperti jalan raya, rel kereta, jembatan, pembangkit listrik, dan saluran irigasi meningkat tajam dengan pendanaan dari donor multilateral dan bilateral, terutama dengan keterlibatan China dalam pembangunannya. Dibandingkan dengan negara-negara lain, Ethiopia menjadi negara yang diuntungkan karena hubungannya dengan China, terutama dengan pergeseran kekuatan ekonomi global setelah adanya krisis finansial global. Penelitian ini berusaha menjelaskan bagaimana pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Ethiopia disebabkan oleh perubahan orientasi pembangunan di negeri tersebut.

Kata kunci: *Infrastruktur, pertumbuhan ekonomi, China*

TINJAUAN BUKU

DDC: 394

Rita Pawestri Setyaningsih

PARIWISATA HALAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF MULTIDIMENSI

Muhammad Djakfar. 2017. *Pariwisata Halal Ditinjau dari Perspektif Multidimensional*. UIN Maliki Press, 222 hlm.

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 191-195

JURNAL KAJIAN WILAYAH

Volume 9

Nomor 2, Desember 2018

DDC: 327.101

Hana Naufanita, Raden Maisa Yudono dan Ani Soetjipto

DISCOURSE ANALYSIS OF INDONESIAN DIASPORA: CONCEPTUAL REVIEW IN INTERNATIONAL RELATIONS

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 90-108

ABSTRACT

Diaspora is commonly used term. Its discursive nature makes diaspora means everything, adjusted to whoever articulates it. The idea of Indonesian diaspora has been spread since 2012. Diaspora is articulated by non-state actors, the expatriate group. This group change the perception of the state against expatriates from traitors to state assets. State and non-state actors aim to maximize capital through skills, remittance and investment. This is confirmed in The Presidential Decree No. 76 Year 2017 on Facilities for Indonesian Society Abroad. We argue that the Indonesian diaspora is a discourse articulated by interest groups and supported by the state to maximize capital. Whereas diaspora is a continuously created, transformed and maintained metaphor to redefine identity of a nation. This article analyzes power relations within Indonesian diaspora discourse and also review the concept of national identity in IR which commonly use state-centric perspective that seen state as unitary and sovereign entity.

Keywords: *constructivism, discourse analysis, diaspora Indonesia, nation-state, national identity*

DDC: 327.2

Samti Wira Wibawati, Marina Ika Sari dan Yuli Ari Sulistyani

THE POTENTIAL DAN CHALLENGES OF ONE BELT ONE ROAD (OBOR) FOR INDONESIA'S NATIONAL MARITIME INTERESTS

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 109-123

ABSTRACT

OBOR is one of the globalization phenomena which causes borderless effect for every country passed by it. OBOR is China's ambitious connectivity project through infrastructure development and also sea and land transportation route which connect China with Asia, Europe, and Africa. Global connectivity as a goal of OBOR has created opportunities and challenges for Indonesia because it intersects with Indonesia's national interests. In analyzing the opportunities and challenges of OBOR for Indonesia, the researchers used qualitative method with the concept of national interest and maritime security.

The results of this study show that the challenges of OBOR for Indonesia are that OBOR is in line with the Global Maritime Fulcrum related to maritime connectivity and development. On the other hand, OBOR has become a challenge for Indonesia such as in economic sector, in which there are competition between local product and China's product, and also competition between domestic labors and China's labors; in defense sector especially in maritime, the challenges are in Malacca Strait, Natuna Islands, South China Sea, and transnational crimes which becomes threats for maritime security.

Keywords: *Opportunity, Challenge, One Belt One Road, National Interest, Maritime*

DDC: 305.26

Wabilia Husnah

LEISURE ACTIVITIES FOR THE CHINESE ELDERLY: CASE STUDY HONG KONG

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 124-137

ABSTRACT

Ageing society has become a serious issue for many countries in the world, and China is no exception. Hong Kong is one of the regions that has the most elderly population in China. The elderly's preference of leisure activities is affected by the local culture. Through a qualitative approach, this study will discuss the cultural influences on the type of activities preferred by senior citizens of Hong Kong. This paper ends by concluding that Hong Kong has a unique culture. This region is a melting pot of Chinese and western cultures. The distinctive culture of Hong Kong leads to a unique preference of activities performed by the elderly. There is a mixture of Chinese tranquility and western pleasure in every activity. All of these activities have something in common, a mixture of Chinese and western cultures.

Keywords: *ageing society, culture, elderly, leisure activity, leisure time*

DDC: 305.2

Erlita Tantri

ELDERLY IN THE HONG KONG (CHINA) TOURISM POLICY: 1978-2016

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 138-155

ABSTRACT

Hong Kong is one of the special administrative regions of China which is very well known as a tourist destination. The increasing number of elderly in some regions of China and the growth of elderly's interest in tourism have encouraged the development of tourism in Hong Kong as the popular tourist destinations for any ages including the elderly. Then, What was the tourism policy that had been taken by China, especially the Hong Kong administration in order to attract tourists from various ages, regions, ethnicities and cultures? What were tourism offers that supplied by Hong Kong administration to tourists including the elderly? Through literature studies and in-depth interviews, this study tries to look the tourism policies in China, especially Hong Kong for elderly tourists. China, especially Hong Kong were very concerned regarding to tourism policies since the beginning of China's reform or when Hong Kong was held by the British government. These were related to the role of tourism as one of the money machines for state or regional income. Hong Kong has offered a variety of interesting entertainment for tourists, both young and old. Various offers of tourist entertainment have spoiled visitors, including the elderly. In addition, there are many facilities, tourist infrastructures, and the convenience for getting any kinds of entertainment that intended for elderly tourists. These are that have led to the increasing number of elderly people to visit Hong Kong tourism.

Keywords: *elderly, tourism, policy, history*

DDC: 391

Chintya Anggraini

IDENTITY, HARAJUKU STYLE, PROVOCATION OF GENDER SENSIBILITY

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 156-174

ABSTRACT

Fashion is one the many ways that can be mobilized to form self-identity through the use of various signs which are deliberately chosen to create a particular narration of the self through citations and repetitions of other signs understood by the society at large. Through fashion, these signs are understood to distinguish one occupational identity (such as mechanical worker), position (superior, staff and others), origin, and others, or in other words through the axis of class, race and gender, usually stereotypically used and performed to create the identity of the fashion consumers.

Harajuku style is one of the most famous fashion style in the world originated and flourished in Harajuku in the center of Tokyo, Japan, and can be distinguished by their choice of styles, brands, colors and compositions which some observers call as anti-fashion. In this paper, Harajuku style that developed since the end of 1980s is seen as a style that provide space and freedom to conform, to exaggerate, to mock, or even completely to reject fashion signs commonly understood in mainstream fashion. By analyzing pictures from the FRUiTS magazine, and through semiotic and gender analyses, this paper is focused on how Harajuku style opens the space for their consumers to exaggerate feminine or masculine images through particular use of styles and accessories, and there a number of those who are aimed to mock or even create gender anomaly (gender bending) to challenge existing gender stereotypes.

Keywords: *fashion, Harajuku, Japan, gender bending*

RESEARCH SUMMARY

DDC: 330.9

Muzzar Kresna, Saiful Hakam, Ahmad Helmy Fuady dan Erwiza

GROWTH AND DEVELOPMENT IN SUB-SAHARA AFRICA: ETHIOPIA'S EVIDENCE

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 175-190

ABSTRACT

Ethiopia's economy heavily depending on agriculture sector, especially coffee. Though the rapid rate of economic growth since 2004 has been due to an increase in the service sector and industry (mainly construction and energy). To sustain its economic growth, Ethiopia adopted several policy strategies including: developing light manufacturing industries (garments, leather products and footwear) by utilizing the Africa Growth & Opportunity Act (AGOA) scheme, developing Ethiopian Airlines airlines, utilizing the Africa Single Aviation Market scheme, and the construction of a Dry Port. Meles Zenawi's understanding of the developmental state model embodied in infrastructure-based development is not only supported by international institutions such as the World Bank and African Development Bank but also encouraged by China's increasing role in Africa. Not surprisingly, the level of infrastructure development in Ethiopia, such as roads, railroads, bridges, power plants and irrigation channels, has risen sharply with funding from multilateral and bilateral donors, especially with China's involvement in its development. Compared to other countries, Ethiopia has benefited because of its relationship with China, especially with the shift in global economic power after the global financial crisis. This research seeks to explain how economic growth and development in Ethiopia is caused by changes in development orientation in the country.

Keywords: infrastructure, economic growth, China

BOOK REVIEW

DDC: 394

Rita Pawestri Setyaningsih

**HALAL TOURISM REVIEWED FROM MULTIDIMENSIONAL
PERSPECTIVE**

Muhammad Djakfar. 2017. Pariwisata Halal Ditinjau dari Perspektif Multidimensional. UIN Maliki Press, 222 hlm.

Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 191-195



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: [2087-2119](#)

e-ISSN: [2502-566x](#)

ANALISIS WACANA DIASPORA INDONESIA: TINJAUAN KONSEPTUAL DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL

DISCOURSE ANALYSIS OF INDONESIAN DIASPORA: CONCEPTUAL REVIEW IN INTERNATIONAL RELATIONS

Hana Naufanita¹, Raden Maisa Yudono², Ani Soetjipto³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

email: ¹naufanita@yahoo.com, ²radenmais@gmail.com, ³ani_soetjipto@yahoo.com

Diterima: 5-8-2018

Direvisi: 21-9-2018

Disetujui: 4-12-2018

ABSTRACT

Diaspora is commonly used term. Its discursive nature makes diaspora means everything, adjusted to whoever articulates it. The idea of Indonesian diaspora has been spread since 2012. Diaspora is articulated by non-state actors, the expatriate group. This group change the perception of the state against expatriates from traitors to state assets. State and non-state actors aim to maximize capital through skills, remittance and investment. This is confirmed in The Presidential Decree No. 76 Year 2017 on Facilities for Indonesian Society Abroad. We argue that the Indonesian diaspora is a discourse articulated by interest groups and supported by the state to maximize capital. Whereas diaspora is a continuously created, transformed and maintained metaphor to redefine identity of a nation. This article analyzes power relations within Indonesian diaspora discourse and also review the concept of national identity in IR which commonly use state-centric perspective that seen state as unitary and sovereign entity.

Keywords: *constructivism, discourse analysis, diaspora Indonesia, nation-state, national identity*

ABSTRAK

Diaspora merupakan istilah yang umum digunakan. Sifatnya yang diskursif membuat diaspora dapat bermakna apa saja disesuaikan dengan siapa yang mengartikulasikan. Gagasan diaspora Indonesia marak diperbincangkan sejak 2012. Diaspora diartikulasikan oleh aktor non negara yang umumnya adalah ekspatriat. Kelompok ini mengubah persepsi negara terhadap ekspatriat yang awalnya pengkhianat menjadi aset negara. Aktor negara dan non negara memiliki motif memaksimalkan kapital melalui keahlian, remitansi dan investasi. Hal ini dikukuhkan dalam Peraturan Presiden No. 76 Tahun 2017 tentang Fasilitas Masyarakat Indonesia di Luar Negeri. Peneliti berargumen bahwa diaspora Indonesia merupakan wacana yang diartikulasikan oleh kelompok kepentingan dan didukung negara untuk meraup kapital. Padahal diaspora adalah metafora yang secara kontinu diciptakan, ditransformasikan

<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i2.796>

2087-2119 / 2502-566X ©2018 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

dan dipertahankan untuk mendefinisikan kembali identitas suatu bangsa. Tulisan ini menganalisis relasi *power* dalam wacana diaspora Indonesia, serta meninjau konsep identitas nasional dalam HI yang umumnya berbasis negara sebagai aktor tunggal dan berdaulat.

Kata kunci: analisis wacana, diaspora Indonesia, identitas nasional, konstruktivisme, negara-bangsa

PENDAHULUAN

Globalisasi dan berakhirnya Perang Dingin merupakan fenomena yang mendorong berkembangnya kajian Transnasional dalam Hubungan Internasional (HI) dan memantik pertanyaan seputar transformasi negara sebagai komunitas politik yang tunggal. Masuknya kajian ini berimplikasi pada ragam unit analisis HI, salah satunya adalah aktor non negara yang disebut diaspora. Menurut Shain & Barth (2003), aktor ini memiliki dua sifat, destruktif dan konstruktif. Pada sifat yang pertama, diaspora acap kali dipandang sebagai aktor yang memantik kekerasan dan ketidakstabilan negara, mendukung separatisme, atau mengalami konflik identitas etnis di negara penerima. Loyalitas dari diaspora pun dipertanyakan oleh negara asalnya. Salah satunya dukungan diaspora Tamil berupa pendanaan terhadap *Liberation Tigers of Tamil Eelam* (LTTE) sebagai oposisi pemerintah Sri Lanka (Wayland, 2003). Sifat kedua adalah konstruktif, yakni ketika diaspora berperan sebagai mediator kepentingan, advokator kebijakan luar negeri dan multikultur negara asal di negara penerima yang demokratis, serta mendorong ekonomi global negara asal. Seperti diaspora Israel yang mampu berkontribusi pada hasil elektoral di tanah asalnya. Perlu dicatat bahwa signifikansi pengaruh diaspora terhadap kebijakan negara asal pada sifat kedua ini menurut Shan & Barth (2003) dipengaruhi oleh daya tawar ekonomi yang diberikan diaspora.

Di balik itu, makna dari diaspora masih dipedebatkan dari segi keilmuan maupun wacana politik internasional. Menurut van Amersfoort (2004), penggunaan istilah diaspora merupakan sebuah tren yang semakin sering digunakan maka semakin kabur maknanya. Sehingga,

diaspora dapat berarti apa saja. Sedangkan menurut Tololyan (1996), diaspora merupakan komunitas yang melintasi batas teritori negara pada momen tertentu atau yang secara sederhana dipahami sebagai istilah yang maknanya dapat berubah sesuai kondisi ideologi politik yang tengah berlangsung (*traveling term*). Dalam hal ini, faktor ideologis pewacana mempengaruhi penggunaan istilah ini sehingga membuatnya menjadi diskursif.

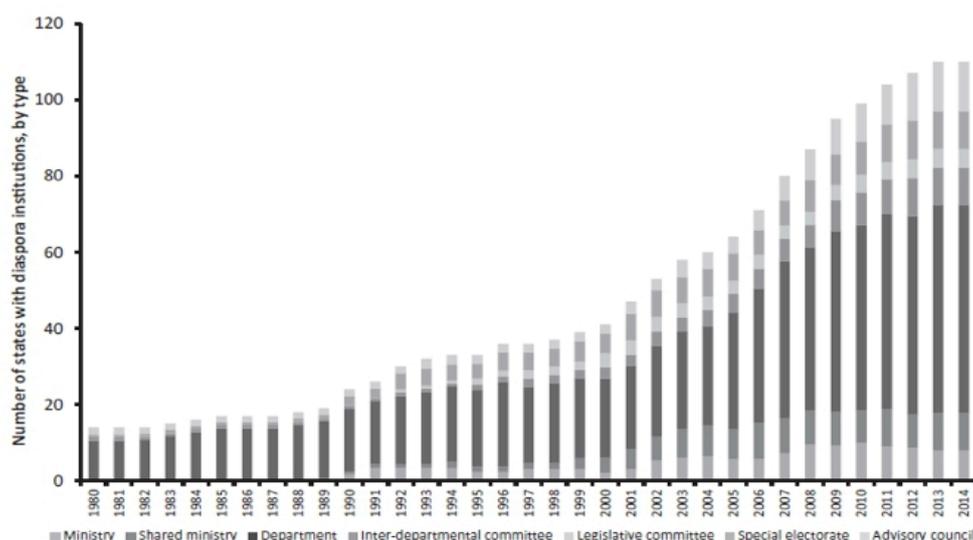
Pemaknaan diaspora utamanya terbagi ke dalam tiga periode: klasik (masa pre-historis dan abad Pertengahan), modern (pasca abad 17) dan kontemporer (di mulai sejak 1980-an). Pada periode klasik dan modern, perdebatan mengenai identitas diaspora menjadi unsur sentral untuk diperbincangkan. Secara semantik, diaspora berangkat dari kata *speiro* (*to sow*) dan *dia* (*over*) yang merupakan terjemahan bangsa Yunani terhadap kitab Injil Perjanjian Lama 28:25 dengan Yahudi sebagai bangsa eksil di wilayah penerima dan Yunani sebagai bangsa penakluk. Pada periode ini diaspora identik dengan kemalangan nasib akibat perang atau pun bencana alam. Pada periode modern, penggunaan istilah diaspora diaplikasikan pada unit bangsa yang lebih luas, tanpa menafikan Yahudi dan Yunani sebagai tipe ideal dengan menekankan fitur-fitur berada tersebar di luar tanah leluhur, mempertahankan memori kolektif, visi dan mitos terhadap daerah asalnya, merasa teralienasi di daerah barunya, menganggap daerah asal sebagai rumah ideal dan memiliki keinginan untuk kembali jika memungkinkan, secara kolektif percaya untuk membangun daerah asal dan memiliki kesadaran komunal, sehingga saling terkoneksi. Pada saat itu diaspora tak lagi selalu dipandang sebagai entitas pasif.

Memasuki pemaknaan kontemporer yang diasosiasikan dengan globalisasi, diaspora umumnya dimaknai dalam konteks ekonomi politik, ditandai dengan meningkatnya jumlah institusi diaspora. Wacana mengenai apa itu diaspora dan bangsa apa yang dapat disebut sebagai diaspora telah meluas menjadi bagaimana diaspora dapat berperan dalam agenda pembangunan sebagai bentuk revitalisasi relasi diaspora dan negara asalnya. Gambar 1 menunjukkan pertumbuhan institusi tersebut sejak 1980-an. Apabila pada 1970-an silam hanya terdapat 10 negara yang memilikinya, tahun 2000-an terdapat empat puluh negara yang memiliki institusi diaspora. Menurut Pellerine & Mullings (2013), meluasnya kajian mengenai diaspora yang awalnya bertumpu pada apa itu diaspora dan siapa yang dapat disebut diaspora telah bergeser pada praktik, proyek, klaim dan posisinya pada ekonomi. Sehingga dalam konteks kontemporer dapat dimaknai sebagai jaringan transnasional yang menghasilkan modal ekonomi, budaya dan sosial di negara asal maupun negara penerima.

Dengan melihat tren global tersebut,

di Indonesia, istilah diaspora mulai hangat diperbincangkan sejak diselenggarakan Kongres Diaspora Indonesia (KDI) 2012 yang mendorong berdirinya *Indonesian Diaspora Network* (IDN). IDN ini berangkat dari kepercayaan atas besarnya potensi bangsa Indonesia yang tersebar di seluruh dunia. Potensi ini berupa remitansi, peluang bisnis, transfer pengetahuan, hingga membangun negeri melalui keterampilan profesional. Sasaran potensi diaspora yang dimaksudkan mencakup berbagai bidang khususnya teknologi, informasi dan transportasi dipandang penting pada pembangunan negara.

Seiring dengan tren penggunaan istilah diaspora di Indonesia, diaspora dipandang hanya merepresentasikan orang-orang ‘sukses’ saja. Wahyu Susilo dari *Migrant Care* melihat sebagian besar jumlah diaspora Indonesia merupakan pekerja migran. Namun, orang-orang ini tak terepresentasikan. Bergulir pula perlunya rekognisi terhadap eksil sebagai bagian dari diaspora Indonesia. Mereka adalah diaspora pertama sejak Republik Indonesia terbentuk. Muncul pula representasi etnisitas dalam



Sumber: *Diaspora Engagement Policies Project, Oxford Diasporas Programme*

Gambar 1. Peningkatan Tata Kelola Diaspora di Negara-negara Anggota PBB dengan Perangkat Pemerintahan Formal terkait Emigran dan Keturunannya

wacana diaspora Indonesia yang umumnya menjadikan orang-orang Aceh, Maluku dan Papua sebagai fokus kajian. Hanya saja identitas etno-nasional dan gerakan separatis ditekankan dalam pembahasan ketiga etnis tersebut.

Dengan mengesampingkan perdebatan representasi dan konteks definisi diaspora, tahun 2012 pemerintah Indonesia membentuk *Desk* Diaspora Indonesia (DDI) dalam Kementerian Luar Negeri. Selain itu dikeluarkan pula Peraturan Presiden No.76/2017 tentang Kartu Masyarakat Indonesia di Luar Negeri (KMILN) sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat Indonesia di luar negeri guna mendorong potensi diaspora. Walau dalam peraturan tersebut tidak ada satu kata pun menyebut istilah diaspora, secara umum kartu ini dikenal sebagai kartu diaspora, kebijakan ini kemudian menjadi simbol yang mengukuhkan simplifikasi terhadap konsep diaspora di Indonesia yang berorientasi ekonomi.

Dari gejala di atas, dapat diindikasikan bagaimana pemaknaan diaspora mengalami perluasan dari kontestasi identitas ke arah perannya dalam agenda pembangunan. Makna semantik diaspora mengalami perluasan akibat perubahan diskursus politik yang berlangsung. Negara dalam fenomena ini berupaya mendefinisikan bangsanya yang berada di luar teritori dan administrasi negara sebagai sumber kapital. Di Indonesia, makna diaspora disimplifikasi dan cenderung diasosiasikan pada konteks pembangunan (Muhidin & Utomo, 2015; Wibowo, 2013; Charity, 2016). Terdapat dua kejanggalan dari pembahasan diaspora di Indonesia, pertama perdebatan mengenai representasi diaspora Indonesia yang masih berlangsung (Utami, 2016). Kedua, aktor non negara yang mengartikulasikan istilah diaspora belum dilihat sebagai kelompok kepentingan. Berangkat dari gejala tersebut muncul pertanyaan: Bagaimana konsep diaspora dipahami di Indonesia? Pertanyaan

ini ditujukan pada aktor negara dan non negara yang terlibat dalam wacana diaspora di Indonesia. Dengan memahami ragam pemahaman aktor dalam mengartikulasikan konsep ini, diharapkan dapat diidentifikasi kepentingan yang tersemat dari diangkatnya wacana diaspora Indonesia.

TINJAUAN TEORETIS DAN METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan konsep dari Missbach (2011, 2012) yang mendefinisikan diaspora sebagai proses formasi identitas sekumpulan orang —individu maupun komunitas— yang berada di luar tanah asalnya sebagai bentuk aspirasi dan rekognisi di tengah kondisi politik negara asal maupun negara penerima. Diaspora menjadi istilah yang memayungi kelompok lain seperti migran/eksil/pengungsi/ekspatriat. Status seseorang atau kelompok dapat disebut sebagai diaspora bukan perihal faktor pendorong migrasi atau seberapa lama mereka menetap, melainkan kondisi pasca migrasi dan bagaimana kelompok tersebut beradaptasi.

Peneliti juga menggunakan konsep identitas nasional gagasan Doty (1996) untuk memposisikan wacana diaspora ke dalam perdebatan relasi *power* negara-bangsa atau agen-struktur. Doty (1996) mengajukan argumentasi batasan identitas tidak semata-mata terbatas dalam bentuk teritori, begitu pula dengan otoritas politik yang dipahami dalam bentuk kebijakan dan peraturan. Narasi batasan kedaulatan negara sesungguhnya merupakan wacana pihak berwenang yang bersifat ambigu dan tidak pasti, serta berguna untuk membedakan siapa yang menjadi dan tidak menjadi bagian dari identitas nasional. Menurut Doty (1996), kedaulatan seharusnya dipandang melalui dua hal: 1) fokus pada bangsa sebagai unit analisis yang selama ini dilihat sebagai politik domestik; dan 2) memperluas konsep kedaulatan itu sendiri. Penelitian ini berupaya mengimplementasikan poin pertama dari gagasan tersebut.

Peneliti menggunakan strategi

penelitian analisis wacana dan metode pengumpulan data berupa telaah dokumen legal dan wawancara sebagai data primer, serta pemberitaan media, publikasi buku dan film sebagai data sekunder. Adapun analisis wacana yang dimaksud berangkat dari perspektif konstruktivisme dalam HI. Wacana secara umum dipahami sebagai media interpretasi realita sosial. Menurut Holzscheister (2010), wacana merupakan ruang di mana makna secara kolektif diciptakan, ditransformasikan, dipertahankan dan menjadi realitas sosial. Bahasa merupakan parameter sentral relasi *power* dan wacana menjadi dimensi fundamental dalam masyarakat. Dengan demikian, wacana secara spesifik bertujuan untuk menyoroti dimensi *power* dalam masyarakat. Pemilihan analisis wacana sebagai strategi penelitian dilatarbelakangi oleh istilah diaspora yang diskursif. Sebagai metode penelitian, analisis wacana dalam HI memiliki dua perspektif, konstruktivis yang berorientasi pada *deliberative power* Jurgen Habermas dan *post-structural/post-modern* yang berorientasi pada *productive power* Michel Foucault. Peneliti menggunakan *deliberative power* dengan menekankan ruang konsensus antar aktor untuk menghasilkan argumentasi terbaik (*the power of better argument*) dalam menciptakan pemahaman bersama. Secara spesifik penelitian ini menggunakan konstruktivisme tipe *thick* di mana wacana membentuk dan dibentuk oleh relasi intersubjektif antar aktor. Penggunaan perspektif konstruktivis dipandang tepat dalam kasus Indonesia sebab istilah diaspora mulai bergulir ke publik sejak diselenggarakan KDI di luar agenda negara. Walaupun digagas oleh Djalal selaku *Ambassador* Indonesia untuk AS, peneliti melihat bahwa upaya konstruksi wacana diaspora Indonesia tidak bersifat struktural layaknya yang dilakukan oleh Cina dan India sebagai negara panutan dalam mengeluarkan kebijakan tata kelola diaspora di era kontemporer.

Pada praktiknya, penelitian ini akan merujuk pada tahapan analisis wacana gagasan Neumann (2008). Terdapat empat tahapan yang terdiri dari satu pre-kondisi yaitu dengan kompetensi kultural dan tiga langkah untuk menggunakan analisis wacana sebagai metode penelitian, yakni pembatasan wacana, pemetaan representasi dan *layering* terhadap representasi tersebut. Dalam prosesnya, pengumpulan data terjadi pada tahap pembatasan wacana dan dilanjutkan dengan metode analisis data pada dua tahap setelahnya, yakni pemetaan representasi dan *layering*. Pada bagian akhir akan dianalisis bagaimana data temuan tersebut membangun ruang deliberasi untuk mendefinisikan diaspora Indonesia.

Penelitian ini menggunakan Peraturan Presiden No. 76/2017 dan transkrip wawancara sebagai data primer, serta tinjauan dokumen seperti pemberitaan di media, publikasi buku yang dirilis diaspora Indonesia sebagai data sekunder. Untuk menilik unsur formasi identitas dalam diaspora Indonesia, peneliti menggunakan *pop culture* berupa film berjudul Surat dari Praha yang menceritakan kisah eksil 1965. Pemilihan *pop culture* sebagai data sekunder disebabkan oleh hambatan akses terhadap kelompok eksil untuk diwawancarai. Terdapat tiga hal yang merepresentasikan wacana diaspora di Indonesia, yakni ekonomi, politik dan ikatan emosional.

KOMPETENSI KULTURAL: TINJAUAN KONTEKS INDONESIA SEBAGAI NEGARA EMIGRAN

Pergerakan manusia bukanlah fenomena baru dan telah dilakukan berabad-abad silam. Migrasi internasional merupakan pergerakan manusia melintasi batas teritori negara didorong oleh berbagai faktor, seperti konflik di daerah asal, memaksimalkan kapital hingga menuntut ilmu. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan konteks sosial, ekonomi dan politik migrasi internasional bangsa Indonesia. Definisi bangsa yang peneliti gunakan

adalah gagasan Anderson (2006) yang memaknainya sebagai komunitas politik imajiner. Imajiner dalam artian orang-orang ini tidak saling mengenal, bertemu dan mendengar satu sama lain namun memiliki imajinasi kebersamaan. Untuk memahami migrasi internasional bangsa Indonesia, tipologi migrasi internasional bangsa Indonesia berbasis kelompok. Namun perlu dihindari bahwa karena identitas bersifat cair, pengelompokan ini tak bersifat kaku, dalam artian seseorang dapat termasuk ke dalam beberapa kelompok tertentu.

Adapun tipologi kelompok yang dimaksud antara lain: 1) Suku perantau di era kolonial. Jawa, Bugis dan Minang menjadi suku-suku yang umum melakukan perantauan, baik itu sebagai pedagang maupun sebagai pekerja migran yang dikirim pemerintah Belanda ke berbagai wilayah di dunia. Mulai dari wilayah yang kini disebut Malaysia, Singapura, Filipina, Australia, Belanda, Suriname, Kaledonia Baru hingga Madagaskar. Di negara-negara tersebut berkembang komunitas perantau yang berkontribusi pada formasi kebudayaan setempat; 2) Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Institusionalisasi TKI di Indonesia berlangsung sejak Rencana Pembangunan Lima Tahun (Repelita) rezim Soeharto. TKI umumnya merupakan tenaga berkeahlian rendah, berangkat dari daerah pedesaan, secara dominan merupakan perempuan dan ditempatkan di sektor domestik. Terdapat dua karakteristik proses formasi ke-Indonesia-an kelompok ini, yaitu melalui kekerabatan atau jaringan advokasi keadilan dan kesejahteraan; 3) Kelompok elit¹ atau ekspatriat. Kelompok ini umumnya bermigrasi dengan alasan keilmuan, ekspansi karir dan pasar. Mereka bermigrasi atas dasar pilihan, dalam artian tidak ada kondisi politik domestik yang mendesak mereka untuk berpindah negara. Kelompok inilah yang nantinya aktif

dalam mempromosikan wacana diaspora Indonesia, seperti *Indonesian Diaspora Network* (IDN) dan pelajar Indonesia di luar negeri; 4) Kelompok eksil. Dalam kasus ini eksil ditujukan pada eksil 1965. Perlu ditekankan pula walau memiliki permasalahan politik yang menyebabkan kelompok ini sulit kembali ke Indonesia, eksil 1965 tidak sama dengan GAM, RMS dan OPM yang memiliki visi untuk mendirikan negara merdeka. Kelompok eksil 1965 merupakan orang-orang yang terdiri dari tiga sub kelompok, yakni pelajar peserta MAHID (Mahasiswa Ikatan Dinas), delegasi pemerintahan Soekarno dan pemuka Partai Komunis Indonesia (PKI) yang dicabut kewarganegaraannya; 5) Etnis pengungsi. Pengungsi di sini adalah mereka yang bermigrasi akibat konflik yang terjadi di empat peristiwa: tragedi 1998, konflik Aceh, Maluku dan Papua. Namun demikian, proses formasi identitas dalam tipologi ini bersifat kabur, dalam artian perlu ditinjau kembali apakah formasi identitas yang dibangun adalah berbasis kewarganegaraan atau etnisitas. Sebab gerakan separatis menjadi integral dalam tipologi ini (kecuali Tionghoa). Sehingga, apabila mereka mengakui formasi identitasnya sebagai bagian dari bangsa Indonesia, maka pengungsi ini dapat diidentifikasi sebagai diaspora Indonesia.

PEMETAAN REPRESENTASI: KONSTRUKSI WACANA DIASPORA INDONESIA

Tahun 2012 terdapat peristiwa yang berupaya membentuk identitas kolektif bangsa Indonesia yang tersebar di seluruh dunia, yaitu melalui Kongres Diaspora Indonesia. Kongres yang melahirkan institusi diaspora yang disebut IDN inilah yang umumnya diasosiasikan ketika membicarakan diaspora di Indonesia. Berangkat dari kehadiran kongres tersebut sebagai tonggak

¹Elit menurut KBBI (2008) adalah orang-orang terpendang seperti bangsawan, cendekiawan dan pebisnis.

konstruksi diaspora Indonesia, peneliti bermaksud menilik bagaimana para aktor terkait memahami dan mengkonstruksikan istilah tersebut.

Gagasan diaspora Indonesia dipionirkan oleh Dino Patti Djalal untuk mendefinisikan masyarakat Indonesia di luar negeri. Definisi ini kemudian mengalami perluasan dengan mencakup mereka yang keturunan Indonesia dan para Indonesianis. Menurutnya, diaspora Indonesia adalah orang-orang produktif, memiliki kecintaan namun berada di bawah radar pemerintah Indonesia dan dianggap menjadi pengkhianat. Orang-orang ini umumnya adalah pengusaha asal atau keturunan Indonesia yang memiliki keinginan untuk berinvestasi.

“Saya sih terinspirasi dari pertemuan dengan diaspora-diaspora itu sendiri. Waktu saya di Washington, saya keliling, ke Atlanta, Miami, New York, LA, San Francisco, Seattle, Houston, semuanya itu, ketemu diaspora. Ketemu masyarakat Indonesia di sana. Saya lihat ternyata mereka sangat produktif. Tapi mereka di bawah radar. Dari sana saya bilang, ini ada kelompok masyarakat yang perlu kita definisikan. Definisi apa, saya pilih diaspora.” (Wawancara dengan Dino Patti Djalal, *Board of Trustee IDN*, 12 April 2018).

Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 76 Tahun 2017 alih-alih menggunakan istilah diaspora, kebijakan ini menggunakan istilah masyarakat Indonesia di luar negeri. Masyarakat Indonesia di luar negeri kemudian didefinisikan sebagai WNI serta Orang Asing yang menetap dan/atau bekerja di luar negeri. Sedangkan Orang Asing di sini merujuk pada orang yang bukan warga negara Indonesia yang mencakup eks warga negara Indonesia, anak eks warga negara Indonesia, dan warga negara asing yang orang tua kandungnya warga negara Indonesia yang menetap dan/atau bekerja di luar negeri.

Dari representasi TKI, Wahyu

Susilo, Direktur Eksekutif *Migrant Care*, mendefinisikan diaspora dengan menekankan kewarganegaraan dan keturunan. Ia juga secara spesifik menyebutkan siapa saja yang dapat didefinisikan sebagai diaspora, seperti TKI, ekspatriat yang terikat kontrak kerja atau belajar, keturunan Indonesia, eksil dan migrasi akibat peristiwa Mei 1998. Dalam narasinya, Susilo menyatakan bahwa terdapat bias kelas dalam wacana diaspora Indonesia (Susilo, wawancara, 28 Maret 2018). Pekerja migran tidak direpresentasikan dalam Kongres Diaspora Indonesia I tahun 2012, hal ini mengindikasikan eksklusi TKI yang dari wacana tersebut.

Sedangkan representasi eksil juga mulai masuk ke dalam wacana diaspora Indonesia melalui gagasan peneliti Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang menyebutkan bahwa eksil 1965 merupakan diaspora generasi pertama sejak Republik Indonesia terbentuk. Diskusi mengenai diaspora mampu memberi ruang bagi eksil untuk masuk ke dalam wacana diaspora Indonesia dalam bentuk nasionalisme jarak jauh. Sebab mereka memiliki imajinasi kuat untuk kembali ke tanah air (Akmaliah, wawancara, 26 Maret 2018). Walau tak pernah menyinggung narasi eksil 1965 dalam wacana diaspora Indonesia, Djalal mengamini bahwa eksil masuk ke dalam kategorisasi diaspora yang ia gagas, hanya saja representasi ini tidak memiliki signifikansi untuk menopang wacana tersebut.

Orang-orang *Sugih*² Aset Negara

Tema pertama dalam wacana diaspora di Indonesia bergulat pada potensi yang dimiliki dan bagaimana pemerintah dan publik merekognisi mereka. Tema ini menunjukkan bagaimana konstruksi wacana diaspora berimplikasi pada rekognisi negara terhadap orang-orang di luar negeri dalam bentuk formal yaitu, kebijakan. Gesekan representasi makna diaspora antar aktor non negara yang sebelumnya telah dipaparkan

cenderung dinafikan dengan mengangkat potensi diaspora bagi ekonomi nasional.

Dari hasil wawancara langsung dengan Dino Patti Djalal selaku pihak yang mengarusutamakan gagasan diaspora, awal mula gagasan ini muncul dari pengalamannya bertemu masyarakat Indonesia yang produktif namun berada di bawah radar pemerintah Indonesia. Perangkulian diaspora dengan negara asal menurut Djalal tak lebih dari upaya mendorong kegiatan ekonomi dan tidak ada imajinasi untuk kembali.

“...kita harapkan mereka tetap saja mapan di luar; tapi mereka memberikan kail ke tanah air. Beasiswa, peluang kerja, peluang kerjasama, peluang riset, terus network-nya dibagi. Jadi menurut saya begitu. Kalau pun mau ada yang pulang, sepanjang dia pulang ga nyari kerjaan, sementara dia sudah kerja di luar; dan sepanjang dia mau nanam investasi dan bagus, itu lebih OK. Tapi to expect he wants to go back permanently ke Indonesia ga realistis. Ngapain? Dia sudah mapan, sudah jadi raja di sana, ngapain disuruh pulang?” (Wawancara dengan Dino Patti Djalal, *Board of Trustee* IDN, 12 April 2018).

Persepsi Djalal terhadap diaspora Indonesia dalam dimensi ekonomi kemudian bergulir dalam persepsi pemerintah Indonesia, publik, dan bahkan diaspora itu sendiri. Disadur dari *Republika.co.id* (2013), pada Kongres Diaspora Indonesia (KDI) II, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyatakan bahwa diaspora merupakan aset Indonesia yang perlu dirangkul oleh bangsa Indonesia. Begitu pula dengan Menteri Luar Negeri Marty Natalegawa maupun Retno Marsudirini yang memandang diaspora sebagai duta investasi dan aset negara. Natalegawa menyebutkan diaspora merupakan diplomasi Indonesia di luar negeri, sebagai bagian *soft power* dan duta investasi Indonesia (*Metro TV News*, 2017).

Sedangkan Marsudirini mengungkapkan bahwa negara perlu merespon keinginan kewarganegaraan ganda karena diaspora merupakan aset bangsa (*Kompas.com*, 2016). Kesadaran atas potensi diaspora tersebut kemudian melahirkan badan non struktural *Desk* Diaspora Indonesia (DDI). M. Wahid Supriyadi selaku Kepala DDI pertama menyatakan terdapat bergeseran dalam memandang diaspora. Dahulu berpindah kewarganegaraan dianggap sebagai pengkhianat. Kini diaspora dipandang memiliki potensi yang besar bagi Cina, India dan Meksiko (*SWA.co.id*, 2014). Hal ini serupa dengan norma awal yang ingin dibangun oleh Djalal. Lima tahun kemudian, DDI di bawah kepemimpinan Niniek K. Naryatie akhirnya mengeluarkan kebijakan KMILN. Selaras dengan persepsi terhadap diaspora pada umumnya, Naryatie memandang diaspora sebagai orang-orang ‘*sugih*’ yang perlu diberdayakan (*SWA.co.id*, 2017).

Politik Diaspora: Kewarganegaraan Ganda, Kursi Legislatif dan Politik Jarak Jauh

Topik kedua berkuat pada aspek gagasan di mana mereka yang disebut sebagai diaspora memiliki agenda politis di negara asal. Gagasan diaspora Indonesia yang dimotori oleh Dino Patti Djalal tak luput dari prasangka terhadap momentum pencalonan Djalal dalam konvensi Partai Demokrat tahun 2013 silam. Penilaian ini kemudian dielak Djalal yang tidak menginginkan diaspora untuk berpolitik. Namun, dalam perkembangannya, IDN mulai masuk ke ranah wacana politik domestik meskipun berada di luar negeri (politik jarak jauh). Terdapat dua agenda politis yang dituntut IDN, yaitu kewarganegaraan ganda dan representasi dalam daerah pemilihan (dapil) Jakarta II atas dasar keinginan mereka berkontribusi untuk Indonesia. Namun

²*Sugih* merupakan Bahasa Jawa dari kata kaya atau berada.

demikian, tuntutan kewarganegaraan ganda tersebut justru dinilai tak nasionalis, sebab hanya untuk menopang kepentingan ekonomi kelompok tertentu dan bias kelas terhadap TKI. Pun demikian, tuntutan representasi dalam kapal mampu justru menyatukan kepentingan IDN dengan lembaga advokasi hak-hak TKI, khususnya *Migrant Care*.

Sabda Rindu

Tema ketiga adalah ikatan emosional di mana nostalgia, keluarga dan budaya yang menjadi fitur dalam istilah diaspora. Hal-hal yang tak banyak disorot ini, peneliti temukan dari beberapa film Indonesia yang menarasikan dampak dari migrasi internasional dan bagaimana pihak yang dapat disebut diaspora tersebut mencoba tetap terikat dengan Indonesia. Salah satunya melalui film Surat dari Praha karya Angga Dwimas Sasongko. Film yang dirilis tahun 2016 ini terinspirasi dari kisah nyata Ronny Marton dan pelajar Indonesia peserta Mahasiswa Ikatan Dinas (MAHID) lain yang dicabut kewarganegaraannya oleh rezim Orba karena dicap sebagai komunis. Walau diwarnai drama percintaan di dalam narasinya, film ini mampu menggambarkan sejarah dan polemik politik domestik Indonesia akibat konstelasi ideologi politik dunia. Dalam konteks penelitian ini, film ini menyampaikan bagaimana eksil mencoba tetap terikat dengan Indonesia namun bukan untuk alasan-alasan politik atau ekonomi, melainkan karena hal-hal emosional seperti rasa rindu akan keluarga.

MENGUAK MAKNA DOMINAN DARI DIASPORA INDONESIA

Dari ketiga tema di atas, diaspora menjadi istilah payung untuk mengkategorisasikan bangsa Indonesia di luar negeri, dengan mengesampingkan variasi latar belakang dan tujuan migrasi. Identitas ini tak dibatasi oleh aspek legal kewarganegaraan maupun teritorial. Namun konsepsi diaspora

di Indonesia didistorsi dalam konteks memaksimalkan kapital, baik dalam pemahaman aktor negara maupun non negara yang aktif mengartikulasikannya. Padahal diaspora merupakan formasi identitas kolektif yang memiliki kompleksitas dari segi konsep maupun wacana politik.

Representasi Dominan: Diaspora yang Materialistis

Tema ekonomi menjadi tema dominan yang merepresentasikan diaspora Indonesia. Diaspora menjadi metafora yang digunakan untuk memobilisasi bangsa Indonesia di luar negeri. Adapun tokoh yang memobilisasinya adalah aktor non negara dan negara dengan tujuan mendapat dukungan ekonomi politik di tengah integrasi ekonomi global. Dalam kasus diaspora Indonesia, nama Djalal beserta IDN besutannya kerap kali disebutkan oleh responden. Alih-alih menjabat menjadi Duta Besar Indonesia untuk AS ketika mengartikulasikan istilah diaspora, Djalal secara independen mengusung istilah diaspora Indonesia di luar institusi negara. Hanya saja pemahamannya terhadap diaspora masih cenderung simplistik dengan mengasosiasikannya dengan konteks ekonomi politik semata. Gagasan dan kategorisasi Djalal mempengaruhi pemahaman dominan diaspora Indonesia.

Dari sisi negara, wacana diaspora Indonesia secara simbolik melahirkan kebijakan KMILN. Kartu ini dikeluarkan dengan pertimbangan ekonomi yang nampak dari tujuan, fasilitas dan badan yang mengkoordinasinya. Dengan tidak menggunakan istilah diaspora sama sekali dalam butir-butirnya, kartu yang umumnya disebut sebagai kartu diaspora ini menunjukkan kegagalan negara dalam memahami istilah diaspora. Diaspora hanya menjadi metafora identitas dari segi instrumental saja dalam kepentingan ekonomi, bukan atas dasar identitas kultural dan politik yang memberikan makna bagi bangsa yang sudah tak lagi berada dalam

administrasi legal maupun teritorial negara. Kegagalan lain juga nampak dari tata kelola diaspora yang belum menjadi prioritas untuk diinstitusionalisasikan secara formal.

Upaya mobilisasi dengan menggunakan istilah diaspora oleh aktor non negara juga nampak dalam tema politik berupa tuntutan kewarganegaraan ganda dan representasi dalam kursi legislatif. Mobilisasi massa oleh Djalal dalam politik domestik memang sempat merebak, namun prasangka tersebut nampaknya belum cukup kuat untuk dibuktikan. Mobilisasi massa justru berlangsung secara kontinu di dalam tubuh IDN itu sendiri. Isu kewarganegaraan ganda awalnya menjadi sorotan dalam konteks pernikahan campuran. Advokasi terhadap isu ini didasari oleh ketidakadilan dalam UU Kewarganegaraan No. 62 Tahun 1958 yang dinilai patriarkis dan menjadi sumber pelanggaran hak-hak perempuan sebagai warga negara. Walau UU tersebut kemudian telah disempurnakan menjadi UU No. 12 tahun 2006, tidak cukup bagi mereka yang masih menginginkan kewarganegaraan ganda.

Memiliki latar belakang perlindungan sosial bagi perempuan maupun anak hasil nikah campur, narasi yang dibangun ketika mengadvokasi kewarganegaraan ganda dalam ruang diaspora justru menitikberatkan apa yang negara dapatkan melalui kewarganegaraan ganda. *Human capital* berupa keahlian dan ilmu pengetahuan, remitansi dan investasi menjadi daya tawar IDN untuk merealisasikan tuntutan tersebut. Kewarganegaraan ganda, secara teoretis, merupakan gagasan yang terlahir dari cara pandang liberal. Apabila menilik dari sejarah sistem kewarganegaraan, tujuan utamanya adalah untuk menjaga kepentingan individu dalam komunitas yang dijamin oleh negara melalui hukum sebagai bentuk kontrak sosial. Menurut Mitchell (2016), kewarganegaraan merupakan sebuah formasi yang mengalami transformasi. Terlebih lagi dalam konteks globalisasi yang dibawa paham neoliberal

akhir 1970-an —di mana arus migrasi baru bersamaan dengan arus informasi dan keuangan internasional semakin masif— restriksi semacam kewarganegaraan yang membutuhkan rangkaian administrasi legal dapat menjadi hambatan tersendiri. Contohnya masa berlaku visa kunjungan ke Indonesia yang hanya berlaku 2 tahun. Keterbatasan masa berlaku ini merupakan bentuk hambatan bagi pemegang paspor Indonesia untuk mengakses proyek-proyek strategis dan bepergian ke luar negeri.

Tuntutan politik berikutnya adalah upaya konsolidasi IDN dengan advokator TKI untuk memiliki representasi masing-masing di Dapil Jakarta II. Pada tahun 2017 lalu, Panitia Khusus (Pansus) Revisi Undang-Undang (RUU) Pemilu berencana penambahan jumlah kursi legislatif. Mengisi kesempatan ini, IDN dan *Migrant Care* mengajukan aspirasi mereka. Walau dalam satu kepentingan yang sama, motif dibalik hal tersebut tentunya berbeda. Apabila *Migrant Care* konsisten dengan advokasi perlindungan migran di luar negeri, IDN menginginkan kewarganegaraan ganda. Dengan memiliki representasi di legislatif pada Pemilu 2019 harapannya RUU Kewarganegaraan No. 12 Tahun 2006 yang kini tertahan dalam daftar Program Legislasi Nasional (Prolegnas) bisa diupayakan pada periode berikutnya. Hal ini berarti mempermudah mobilitas dan mengurangi restriksi ekonomi yang menjadi motif utama diaspora Indonesia dalam IDN —setidaknya bagi mereka yang memang memiliki kepentingan dalam bisnis.

Representasi Marjinal: Kewarganegaraan Ganda sebagai Aspirasi Perlindungan Sosial

Ruang aspirasi pertama yang muncul dalam wacana diaspora Indonesia adalah perlindungan sosial. Dari aspek legal, Charity (2016) memandang kewarganegaraan ganda tidak hanya sebagai bentuk adaptasi pada laju perkembangan global, tapi juga menjadi aspirasi perlindungan bagi bangsa

Indonesia di luar negeri. Hanya saja Charity secara spesifik menyebutkan kebanyakan dari diaspora adalah tenaga profesional dan terdidik. Aspek perlindungan lagi-lagi ditujukan pada kelompok elit. Padahal, perlindungan sosial ini juga dibutuhkan bagi pekerja migran, apalagi banyak dari mereka yang bermigrasi tak terdokumentasi. Alih-alih merangkul TKI dalam upaya mendapat kursi di legislatif, perlindungan bagi mereka tak pernah dibahas. Menurut peneliti, advokasi kewarganegaraan ganda dapat dibangun dalam upaya proteksi sosial bagi mereka yang acap kali mengalami kekerasan atau terjerat hukuman di negara tempat bertugas atau sebagai bentuk penghargaan bagi eksil yang dulu tercerabut kewarganegaraannya. Sehingga wacana diaspora Indonesia dapat membawa sisi humanis yang tak melulu materialistis.

Diaspora sebagai ruang aspirasi perlindungan sosial juga dapat dimunculkan dari IDN itu sendiri dalam kasus pernikahan antarbangsa yang didominasi oleh perempuan WNI dengan WNA. Pada posisi ini pemahaman diaspora sebagai ruang aspirasi dapat menggunakan kacamata feminis terhadap wacana diaspora Indonesia yang integral dengan kewarganegaraan ganda. Alasan-alasan globalisasi dan pemutakhiran yang dimunculkan masih berorientasi pada ekonomi, padahal globalisasi dan pemutakhiran teknologi juga berkontribusi pada meningkatnya angka nikah campur akibat migrasi internasional. Namun, advokasi ini justru ditunggangi oleh kewarganegaraan ganda sebagai upaya memaksimalkan kapital. Di sisi lain, perlindungan sosial bagi pemegang kewarganegaraan ganda dikhawatirkan dapat memicu kesenjangan sosial dengan pemegang kewarganegaraan tunggal. Kewarganegaraan ganda secara normatif dan politis cukup sah untuk mengintegrasikan atau melindungi diaspora di negara penerima. Hanya saja, kewarganegaraan ganda yang diberikan kepada diaspora dapat berkontribusi pada tendensi nasionalis dan

kulturalis yang dapat menggugat prinsip dasar kesetaraan, dan terkadang memantik tensi internasional.

Tak hanya berbicara mengenai hak dan kewajiban, kewarganegaraan juga pada esensinya membawa nilai moral. Bila ditarik ke konteks global, kewarganegaraan ganda bersinggungan dengan transnasionalisme yang menghubungkan masyarakat sipil, negara asal dan negara penerima. Dalam konteks ini, diaspora merupakan identitas masyarakat sipil yang tak hanya menggugat otonomi daerah, tapi juga membawa nilai moral bagi negara asal yang tengah dilanda konflik. Contohnya adalah peran diaspora Aceh yang turut memediasi perdamaian (sebagian ada juga mempertahankan konflik) atau bantuan sosial bagi pekerja migran atau sesama pengungsi asal Aceh.

Representasi yang Hilang: Rekognisi terhadap Kelompok Etnis dan Eksil

Representasi lain yang luput dari konstruksi diaspora Indonesia adalah nasionalisme jarak jauh dari eksil 1965 dan orang-orang Aceh dan Maluku di luar negeri —yang selanjutnya akan peneliti sebut sebagai diaspora Aceh dan diaspora Maluku. Menurut Missbach (2011, 2012), berbeda dengan narasi protagonis terkait diaspora sebagai aset negara yang dibangun IDN dan pemerintah Indonesia, diaspora Aceh, Maluku dan eksil 1965 justru memiliki imajinasi antagonis terhadap pemerintah Indonesia akibat kontelasi politik dan ideologi yang sedikit banyak bertentangan. Sehingga kedua tipologi bangsa Indonesia di luar negeri inilah yang menurut peneliti mendekati premis ideal diaspora. Merujuk pada Missbach (2012), terdapat tiga komponen umum yang melekat pada proses formasi identitas diaspora, yaitu politik jarak jauh, kesamaan nasib, nostalgia atas tanah leluhur. Ketiga komponen ini akan membantu peneliti menguak representasi yang hilang dalam konstruksi wacana diaspora Indonesia.

Komponen pertama adalah politik

jarak jauh yang berarti upaya diaspora untuk tetap terhubung dengan tanah air dan masyarakat mereka melalui berbagai media telekomunikasi untuk merumuskan aspirasi dari tempat mereka berada. Politik jarak jauh umumnya dieksekusi melalui aksi massal, persebaran gagasan, bantuan material maupun sosial, hingga pada bentuk ekstremnya adalah keikutsertaan dalam konflik bersenjata atau aksi teror. Politik jarak jauh ini mampu berkembang menjadi nasionalisme jarak jauh, yaitu hasrat nostalgia untuk menciptakan kembali sebuah rumah yang hilang.

Dalam konteks diaspora di Indonesia, khususnya asal Aceh dan Maluku, politik jarak jauh ini nampak dari berbagai upaya melepaskan diri maupun rekonsiliasi konflik. Perlu diingatkan kembali bahwa diaspora Aceh dan Maluku tak selalu anggota separatis, namun peran gerakan separatis tersebut cukup signifikan dalam formasi diaspora. Begitupun sebaliknya, diaspora menjadi ruang aspirasi dari agenda yang dibangun gerakan separatis. Dalam kondisi ini keberadaan konflik menjadi pengikat tersendiri bagi orang-orang Aceh maupun Maluku untuk berinteraksi satu sama lain melintasi batas wilayah negara asal maupun penerima. Pun status migrasi mereka beragam, istilah diaspora mampu memayungi ragam status dan latar belakang orang-orang tersebut. Hanya saja identitas kolektif yang terbangun adalah identitas etnis.

Hal ini mungkin berbeda dengan eksil 1965 yang masih mempertahankan identitas sebagai bangsa Indonesia walau kewarganegaraan mereka telah tercerabut akibat kontestasi ideologi. Politik jarak jauh nampak ketika Soekarno yang kehilangan kewarganegaraan maupun pelajar Indonesia lain yang masih memegang paspor saling berinteraksi mendiskusikan kondisi politik di Indonesia. Sebagian dari pelajar Indonesia aktif dalam menyalurkan ide-ide kritis untuk menegakan demokrasi di Indonesia khususnya melalui media cetak. Seperti

yang dinarasikan dalam sebuah adegan dalam film Surat Dari Praha ketika gerakan-gerakan anti pemerintahan Orba yang terus mekar. Lambat laun, layaknya diaspora Aceh dan Maluku yang aktivismenya bergantung pada kondisi konflik, aktivisme eksil 1965 dan pelajar Indonesia di luar negeri juga tak semarak era Orba. Politik jarak jauh nampaknya sekarang berada pada gagasan ketimbang tindakan. Seperti adegan di mana Jaya bertemu dengan pelajar asal Indonesia pasca runtuhnya Orba,

*“...terus ya udah, kita ngobrol-ngobrol sampai pagi. Ngobrol soal politik...soal musik, buku.”
Atau dalam dunia nyata, seperti yang dikatakan Intan Irani selaku mantan Koordinator Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Dunia, aktivisme PPI juga tak lagi seperti dahulu, PPI kini mencoba netral dengan pembuatan rancangan rekomendasi kepada pemerintah, lembaga terkait atau media massa. Tak lagi melalui cara-cara seperti propaganda (Irani, wawancara, 31 Maret 2018).*

Dari kedua kelompok yang tak direkognisi ketika membangun wacana diaspora Indonesia di atas, dapat dipahami bahwa untuk membangun identitas atas nama diaspora Indonesia yang bersifat politis dibutuhkan suatu kondisi yang menjadi ‘ancaman’ bersama atau kesamaan nasib. Upaya mobilisasi masyarakat Indonesia di luar negeri pada masa kini yang didasari alasan pragmatis nampaknya belum bisa menjadi pengikat yang kuat dalam membangun identitas kolektif baru, sebab belum ada kesempatan untuk mengaktivasi politik jarak jauh mereka. Hal ini berbeda ketika diaspora dipahami sebagai identitas kultural yang dimanifestasikan dalam kehidupan sehari-hari melalui kesadaran atas kebersamaan seperti etnis, sejarah (kekalahan, resistensi atau kemenangan), bahasa, keluarga dan bahkan kuliner.

Komponen berikutnya adalah kesamaan nasib, dalam artian migran/pengungsi/eksil/ekspatriat mengalami

alienasi atau sulit berasimilasi dengan masyarakat di negara penerima. Missbach (2012) menyebut ikatan yang didasari oleh kesamaan nasib ini sebagai *community of suffering* yang kemudian berperan penting dalam formasi diaspora. Mengutip Nauja Kleist (2008), Missbach (2011,2012) menyatakan bahwa kesamaan nasib ini menjadi dasar bagi tuntutan atas pengakuan dan perlindungan. Dalam konteks diaspora Aceh misalnya, kesamaan nasib mampu mengikat pengalaman pekerja migran atau pengungsi yang tak dilindungi, pelajar, para saudagar hingga pemimpin GAM. Sebagian besar dari mereka mengalami penganiayaan, penangkapan, penahanan dan deportasi. Sedangkan bagi mereka yang hidup layak dan mengalami hal-hal tersebut, mereka merasa berkewajiban untuk saling membantu dengan alasan kesamaan asal-usul. Selaras dengan diaspora Maluku yang membangun relasi kekerabatan melalui gereja. Gereja berfungsi sebagai sumber keuangan dan penghubung relasi antar warga Maluku di Belanda.

Komponen terakhir adalah ikatan emosional berupa nostalgia. Nostalgia ini kemudian menjadi pembenaran atas penolakan diaspora untuk kembali ke tanah air. Biasanya nostalgia dipahami sebagai satu aspek pengalaman diaspora yang terkurung dan terkucil dari informasi kekinian tentang bekas tanah air mereka. Meskipun negara penerima sudah menjadi kehidupan baru bagi diaspora, tanah air tetap menjadi elemen terpenting dalam kesadaran sehari-hari. Dan dalam kondisi ini, diaspora sering meromantisir dan memuja-muja sejarah. Di tingkat individu, nostalgia dibangun atas dasar kenangan masa muda. Sedangkan pada tingkat kolektif ditandai dengan idealisasi atas tanah air dan pahlawannya.

Diaspora dalam Tinjauan Hubungan Internasional

Permasalahan ketika gagasan diaspora Indonesia bergulir merupakan manifestasi dari kompleksitas diaspora sebagai sebuah

istilah yang acap kali disesuaikan dengan kepentingan pewacana. Gagasan Djalal—yang walaupun mampu mengubah persepsi dan menarik ‘perhatian’ negara—menunjukkan simplifikasi terhadap masyarakat Indonesia di luar negeri. Dari keseluruhan perdebatan mengenai makna diaspora yang dinarasikan responden dan media massa, terdapat permasalahan dominan yang muncul, yakni ketika diaspora diidentifikasi sebagai sebuah identitas baru yang sarat akan bias kelas dan tidak merepresentasikan proses formasi identitas kultural yang tersemat dalam istilah diaspora itu sendiri.

Perdebatan representasi mengenai diaspora Indonesia bergulir antara beberapa kelompok emigran asal Indonesia telah peneliti bahas sebelumnya. Alih-alih mencoba menciptakan identitas baru bagi bangsa Indonesia di luar negeri yang mencakup pelbagai latar belakang migrasi, permasalahan representasi justru muncul dan memicu pertentangan berbasis kepentingan. Pemaknaan terhadapnya pun tak lepas dari siapa yang memahaminya dan dalam konteks apa pemahaman itu ditujukan. Bagi kelompok elit dan negara, diaspora diasosiasikan kepada mereka yang memiliki jiwa *entrepreneurship*, produktif, sukses dalam karir dan materi. Perilaku ini yang menjadi kepentingan untuk merespon ekonomi politik global. Berbeda apabila diaspora Indonesia digagas oleh pekerja migran. Diaspora Indonesia bisa saja diasosiasikan kepada perlindungan sosial sebagai imbalan remitansi. Atau ketika diaspora diasosiasikan kepada orang-orang Aceh dan Maluku, pemaknaan terhadap diaspora akan kembali pada makna korban atau ancaman akibat kepentingan etnis tersebut untuk lepas dari Indonesia. Begitu pula dengan eksil dan pelajar Indonesia di luar negeri yang cenderung menekankan keterikatan nasionalisme yang lebih pada ikatan emosional—walau pada praktiknya pelajar dari Indonesia dalam Perhimpunan Pelajar Indonesia bermitra dengan IDN.

Variasi artikulasi dari diaspora Indonesia yang telah disebutkan di atas menunjukkan kompleksitas dari istilah diaspora apabila dimaknai sebagai identitas. Perlu dicatat bahwa identitas pada dasarnya bersifat cair, sehingga beranggapan bahwa hanya kelompok elit yang memiliki kepentingan ekonomi dan hanya kelompok pekerja migran yang memiliki kepentingan perlindungan sosial menjadi kurang tepat. Sebab diaspora merupakan metafora yang menggambarkan produksi dan reproduksi atas identitas kultural yang *hybrid* di tengah relasi *power* yang berlangsung antar pihak yang terlibat (Hall, 1990). Hanya saja dalam kasus ini, upaya pendefinisian atas diaspora Indonesia dimenangkan oleh kelompok elit yang memiliki kapital. Kelompok inilah yang mampu dengan vokal mengartikulasikan pengalaman mereka sebagai bangsa Indonesia di luar negeri sehingga diaspora Indonesia menimbulkan kesan bias kelas.

Di balik pemahaman diaspora Indonesia sebagai kelompok elit yang ingin berkontribusi dalam pembangunan ekonomi Indonesia, wacana diaspora Indonesia mampu membuka ruang untuk mendefinisikan kembali identitas keindonesiaan bangsa Indonesia dan keturunannya di luar negeri. Indonesia memiliki beragam identitas kultural yang berimplikasi pada keberagaman representasi kelompok masyarakat maupun individu. Migrasi internasional kemudian memicu reproduksi identitas kultural bangsa Indonesia di negara penerima. Bentuknya berbagai macam, dapat berupa identitas etnis, kegamaan, profesi hingga sesuatu yang anekdotal seperti kuliner. Contohnya pekerja migran di Arab Saudi dan Hong Kong, identitas kultural dari paguyuban desa asalnya lebih dominan untuk diaktivasi ketimbang identitas nasionalnya sebagai WNI. Barangkali hanya momentum lebaran atau 17 Agustus ke-Indonesia-an mereka diaktivasi kembali. Contoh lain yang lebih kompleks adalah diaspora asal Aceh dan

Maluku. Walaupun menjadi bagian dari Indonesia, imajinasi mereka atas tanah air merujuk pada Aceh sebagai daerah yang memiliki otonomi sendiri. Perkembangan formasi identitas kultural yang dibangun pun tak lepas dari aktivitas separatis.

Dalam dimensi relasi *power* negara dan diaspora, jika ditilik dari sudut pandang rasionalis, diaspora diposisikan dalam *multitrack diplomacy* Indonesia. Pernyataan-pernyataan pemangku kepentingan yang menyebut diaspora sebagai duta investasi, bagian dari *soft power* yang perlu diberdayakan menunjukkan bahwa diaspora Indonesia belum dipahami sebagai formasi identitas. Sama halnya dengan diaspora yang diartikulasikan oleh kelompok elit dalam rangka sekadar maksimalkan kapital dalam kerangka berpikir neoliberal terhadap sistem internasional. Ketika membangun wacana tersebut, pemahaman diaspora sebagai aset negara dalam ekonomi politik juga masih tersandung keacuhan IDN maupun negara yang tidak memposisikan negara penerima dalam wacana diaspora Indonesia. Posisi negara penerima menjadi cukup penting untuk memantik formasi identitas kultural bagi diaspora sebagai komunitas maupun individu dan untuk meningkatkan relasi bilateral dengan negara asal. Teorisasi HI memiliki kelebihan tersendiri dalam mengidentifikasi pentingnya negara penerima dalam relasi diaspora dengan negara asal. Diaspora Aceh yang aktif dalam memobilisasi massa untuk berpolitik di negara penerima maupun di Indonesia. Fungsinya adalah untuk mengadvokasi kepentingan politik mereka. Selain itu, formasi identitas kolektif cukup kentara ketika mereka beroperasi di negara penerima. Sebab, karakteristik khusus diaspora adalah memiliki tiga dimensi politik, politik nasional, hubungan internasional, dan politik diaspora. Karakteristik inilah yang membuat diaspora kemudian berkaitan erat dengan formasi identitas kultural maupun nasional dalam konteks sosial-politik. Diaspora Indonesia

belum menampakan karakteristik tersebut.

Alih-alih membuka fenomena empiris terkait transnasionalisme berbasis identitas, dominasi pemahaman diaspora Indonesia yang berangkat dari aspek ekonomi selaras dengan pola pikir transnasionalisme dalam HI tahun 1970-an silam. Hal ini menunjukkan marjinalnya aspek identitas dari transnasionalisme yang tersemat dalam istilah diaspora. Transnasionalisme awalnya merujuk pada aspek ekonomi, khususnya peran perusahaan multinasional ke dalam hubungan internasional. Transnasionalisme ini kemudian membuka ruang bagi persebaran ide dan norma yang dibawa oleh konstruktivisme. Dua dekade belakangan, aktor non negara tak selalu dikaitkan dengan ekonomi saja, negara disandingkan dengan aktor non negara dalam menentukan tindakan negara terhadap beragam isu seperti Hak Asasi Manusia (HAM), lingkungan hingga kejahatan transnasional. Munculnya wacana diaspora Indonesia, menurut peneliti, membawa narasi yang kurang lebih sama dengan perkembangan transnasionalisme dalam HI. Representasi dominan atas pemahaman diaspora Indonesia telah membuka ruang bagi gagasan lain seperti perlindungan sosial bagi TKI atau perempuan dan anak nikah campur, maupun identitas nasional yang dibawa oleh nasionalisme jarak jauh.

Apabila membicarakan relasi diaspora dengan negara, konsep identitas nasional tak luput didalam bahasan. Seperti yang telah disebutkan bahwa diaspora merupakan proses formasi identitas kolektif atas suatu bangsa yang masih terikat dengan tanah leluhurnya. Walau relasi dan konsepsi keduanya tak selalu harmonis, diaspora dan negara asalnya acap kali membagi makna yang sama atas imajinasi mereka terhadap tanah asalnya walau tak saling mengenal dan keberadaannya di luar batas wilayah masing-masing. Atau yang Anderson sebut sebagai komunitas politik imajiner. Maka tak ayal apabila identitas nasional menjadi sumber *power* yang mampu memobilisasi

massa. Dalam HI, identitas kolektif memiliki kecenderungan negara-sentris, yakni dengan melihat negara sebagai suatu yang natural, tunggal dan tindakannya selalu berangkat dari pandangannya terhadap sistem internasional. Pandangan ini menurut peneliti menunjukkan kegagalan negara dalam mengkategorisasikan diaspora sebagai bagian dari identitas nasional yang berbasis aspek legal dan teritorial di tengah globalisasi. Sebab diaspora memiliki dua dimensi identitas yang bersifat konstitutif, yakni kultural (berbasis kebangsaan) dan nasional (kewarganegaraan).

Doty (1996) menyatakan variabel identitas dalam konstruktivisme seharusnya bukan berpaku pada negara sebagai sesuatu yang natural, melainkan melalui unit bangsa yang memiliki kesadaran atas identitas yang mengikat pada dirinya di luar batasan teritorial atau otoritas yang disebut negara sebagai unit analisis. Sebab formasi identitas adalah proses yang terus berlanjut dan kerap ditantang oleh tatanan dunia dinamika politik global. Kedaulatan negara yang disamaartikan sebagai identitas nasional menjadi ringkih terhadap transformasi batas tersebut, khususnya dalam dominasi arsitektur neoliberal saat ini di mana batasan legal maupun sosial mulai kabur. Istilah diaspora dalam praktiknya dapat menjelaskan bagaimana identitas nasional dalam HI yang menitik beratkan unit negara memiliki keterbatasan dalam merespon fenomena diaspora yang tak terbatas oleh teritori negara. Sedangkan secara konseptual, diaspora menjadi metafora yang mengukuhkan pentingnya identitas nasional berbasis kebangsaan. Sebab kebangsaan merupakan proses dan realita formasi identitas diaspora itu sendiri yang terus dikonstruksikan, direkonstruksi dan dipertahankan secara natural akibat kesadaran atas identitas yang mengikat pada dirinya di luar batasan teritorial atau otoritas yang disebut negara.

Istilah diaspora yang memanasifestasikan unsur-unsur kekerabatan

menjadi relevan untuk memobilisasi massa dan membentuk identitas nasional yang tak terbatas oleh ruang dan waktu, baik itu untuk kepentingan politik atau sekadar memberikan makna pada kehidupan pribadi diaspora itu sendiri. Gagasan Doty (1996) yang menekankan pada unit bangsa sebagai aktor yang memiliki agensi untuk memformasikan identitasnya relevan dengan gejala formasi identitas kolektif bertajuk diaspora Indonesia yang pada tataran ide diproduksi dan direproduksi terus menerus. Sehingga secara konseptual, identitas nasional Doty (1996) mampu menjelaskan posisi diaspora di dalam hubungan internasional dengan menekankan unit bangsa.

Dengan demikian, makna diaspora Indonesia merupakan metafora yang disimplifikasi dari level agen yang mengartikulasikannya baik itu negara dan aktor non negara yang memenangkan deliberasi dalam merespon sistem kapitalis global. Diaspora seakan menjadi status yang *given* bagi mereka yang memiliki keterikatan legal maupun kultural yang secara sempit merujuk pada konteks ekonomi. Padahal diaspora bermakna proses formasi identitas nasional yang secara kontinu diciptakan, ditransformasikan, dipertahankan oleh bangsa Indonesia di luar negeri untuk memberi makna bagi kehidupan mereka, bukan sekadar untuk menjadi instrumen mobilisasi massa dalam rangka memaksimalkan kapital pribadi maupun negara seperti yang selama ini dipahami di Indonesia.

PENUTUP

Diaspora menjadi istilah yang kini semakin umum digunakan dalam berbagai multidisiplin ilmu, wacana politik praktis hingga kehidupan sehari-hari melalui media. Apabila diartikulasikan sebagai aktor non negara, mampu menjadi metafora yang dapat dimobilisasi dalam berbagai konteks. Namun di balik itu, diaspora merupakan istilah yang kompleks dan acap kali disimplifikasi sesuai dengan pemahaman

atau kepentingan dari pihak yang mengartikulasikan. Makna diaspora sendiri secara simultan diciptakan, ditransformasi dan dipertahankan melampaui tiga periode secara paralel—klasik, modern dan kontemporer. Proses ini tak lepas dari konteks sistem internasional yang tengah bermain saat itu.

Dalam kasus diaspora Indonesia, istilah diaspora datang dari kelompok kepentingan yang umumnya terdiri atas kelompok elit atau dalam konteks migrasi internasional disebut sebagai ekspatriat. Mereka ini kemudian ingin mengubah norma yang menyatakan bahwa orang-orang yang berpindah kewarganegaraan adalah pengkhianat menjadi aset bagi negara. Motif kolektif dari wacana diaspora Indonesia yang diartikulasikan oleh kelompok ini adalah kepentingan ekonomi. Tindakan-tindakan yang dilakukan seperti sosialisasi norma diaspora aset negara, advokasi kewarganegaraan ganda dan tuntutan representasi legislatif secara dominan direpresentasikan atas dasar ekonomi. Hal ini berdampak pada pemahaman diaspora di Indonesia yang diasosiasikan kepada ekspatriat, orang-orang sugih atau elit.

Pembentukan persepsi terhadap makna tak lepas dari intersubjektivitas antar aktor dalam tindakan komunikatif yang diciptakan melalui ruang publik yang disebut diaspora. Dari proses delimitasi wacana melalui diaspora dimaknai secara beragam. Hal ini menunjukkan sifat diaspora sebagai istilah yang kompleks dan diskursif. Pihak-pihak tersebut mengamini bahwa diaspora Indonesia adalah orang-orang Indonesia di luar negeri tidak terikat pada status kewarganegaraan saja, tapi juga keturunan dan Indonesianis. Definisi ini yang kemudian bergulir sesuai dengan intersubjektivitas masing-masing pihak. Pertentangan intersubjektivitas ini dapat dipetakan menjadi tiga tema utama, yaitu: 1) Ekonomi, di mana diaspora diasosiasikan kepada Dino Patti Djalal, IDN, dan sebagian kecil menyebut TKI. Sedangkan isu-isu

yang diangkat antara lain aset negara, human capital, remitansi dan investasi; 2) Politik diaspora: tema ini menarasikan upaya IDN selaku pihak yang mengaku sebagai representasi diaspora untuk mengadvokasi kewarganegaraan ganda dan representasi masyarakat luar negeri dalam kursi legislatif. Sub tema ini merupakan kepentingan yang dituntut setelah memberikan dayar tawar pada narasi pertama; 3) Ikatan emosional: tema ini secara berfokus pada nostalgia atas Indonesia dan bagaimana mereka menjaga komunikasi dengan sesama bangsa Indonesia sebagai bentuk pelestarian keindonesiaan mereka.

Setelah ditemukan representasi apa saja yang muncul dari wacana diaspora Indonesia, peneliti dapat mengidentifikasi mana saja representasi yang dominan, marjinal atau hilang sama sekali. Pembagian identifikasi ini menunjukkan *the power of better argument* yang menggambarkan keseluruhan hasil penelitian. Pertama, pemaknaan diaspora Indonesia dalam aspek ekonomi menjadi satu-satunya makna yang mampu mempengaruhi persepsi negara terhadap relasinya dengan diaspora. Daya tawar investasi, remitansi dan human capital menjadi pemikat negara yang akhirnya merekognisi orang-orang produktif yang *'under the radar'* ini.

Di sisi lain, istilah diaspora yang diskursif ini kemudian justru membuka ruang bagi bangsa Indonesia untuk mendefinisikan kembali identitas keindonesiaannya di tengah globalisasi. Argumentasi ini didasari oleh gagasan Missbach (2011, 2012) yang memandang diaspora sebagai proses formasi identitas kolektif yang bertujuan untuk membuka ruang aspirasi dan rekognisi. Masuknya pekerja migran dalam wacana diaspora Indonesia memicu permasalahan representasi. Pun TKI kemudian mulai mulai dirangkul oleh IDN, alih-alih mengadvokasi perlindungan sosial bagi TKI, IDN justru mengadvokasikan kewarganegaraan ganda. Tak hanya bagi TKI, bagi pengurus IDN yang menikahi WNA pun perlindungan

sosial tidak dinarasikan. Sedangkan variabel rekognisi dalam gagasan Missbach (2011,2012) muncul pada representasi yang hilang, yaitu ketika eksil 1965 dan orang-orang Aceh dan Maluku absen dalam pembahasan diaspora Indonesia. Mereka-mereka ini yang dalam perkembangan makna diaspora dianggap menjadi korban dan pengkhianat negara, sebab mereka dapat dikatakan sebagai oposisi negara baik dari segi ideologi maupun otonomi. Padahal masing-masing memiliki ikatan emosional dalam bentuk kegiatan non politis dan aktivitas politik jarak jauh guna menjaga keindonesiaan mereka. Dan bahkan sebagian besar diaspora asal Aceh dan Maluku justru lebih menekankan identitas etnis mereka. Representasi ini menambah catatan kompleksitas diaspora Indonesia sebagai sebuah istilah yang berusaha memayungi variasi-variasi latarbelakang dan tujuan migrasi internasional bangsa Indonesia.

Apabila dikonseptualisasikan dalam perspektif HI, kasus diaspora mampu memperkuat pandangan bahwa identitas nasional yang didasari pada kedaulatan negara problematis sebab memiliki kecondongan simplistik, politis dan utilitarian dalam memaknai identitas. Identitas tidak dipahami sebagai sebuah proses yang bersifat organik dan terus diproduksi dan direproduksi untuk memberikan makna dalam kehidupan, melainkan untuk kepentingan fungsional terkait kekuasaan dan kapital. Posisinya yang memadukan identitas dan keberadaannya di luar batas teritori dan legal negara asal membuat diaspora dapat menantang konsepsi identitas nasional berbasis negara sebagai aktor tunggal dan berdaulat. Diaspora dalam kasus ini menjadi metafora bagi proses formasi identitas berbasis kebangsaan yang mampu memperlihatkan problematika identitas nasional dalam HI yang diformasikan secara sempit dan digerakan untuk kepentingan memaksimalkan kapital.

Dari narasi perdebatan mengenai

makna diaspora yang berlangsung di Indonesia, peneliti menyadari bahwa diaspora merupakan konsep yang tak memiliki definisi secara pasti, kompleks dan tak familiar di dalam masyarakat Indonesia secara umum. Terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan: diaspora mampu dijadikan wacana untuk memformasi identitas nasional di tengah globalisasi untuk dijadikan ruang aspirasi dan rekognisi bagi bangsa Indonesia di luar negeri, khususnya mereka yang tidak mendapat perlindungan sosial di negara penerima. Dari segi ilmu pengetahuan, kajian diaspora di Indonesia dan dalam ilmu Hubungan Internasional juga perlu dikembangkan dengan menggunakan unit bangsa sebagai pihak yang menginisiasi tata kelola diaspora, serta memperdalam unit analisis berbasis kebangsaan sehingga mampu memahami formasi identitas dalam merespon fenomena globalisasi seperti kewarganegaraan global yang menjunjung moralitas.

PUSTAKA ACUAN

- Akmaliah, W. (2018, 26 Maret). Wawancara langsung.
- Amersfoort, H. (2007). The Waxing and Waning of a Diaspora: Moluccans in the Netherlands, 1950-2002. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 30 (1), 151–174.
- Anderson, B. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Revised Edition. London: Verso.
- Charity, M. L. (2016). Urgensi Pengaturan Kewarganegaraan Ganda Bagi Diaspora Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, 13, (4), 809-810.
- Djalal, D. P. (2018, 12 April). Wawancara langsung.
- Doty, R. (1996). Sovereignty and the Nation: Constructing the Boundaries of National Identity. Dalam Thomas J. Bierstecker dan Cynthia Weber (Ed.). *State Sovereignty as Social Construct*, 121-147. New York: Cambridge University Press.
- Hall, S. (1990). Cultural Identity and Diaspora. Dalam Jonathan Rutherford. *Identity: Community, Culture and Difference*, 222-237. London: Lawrence & Wishart.
- Holzscheister, A. (2010). Between Communicative Interaction and Structures of Signification: Discourse Theory and Analysis in International Relations. *International Studies Perspectives*, 15 (2), 142–162.
- Irani, I. (2018, 30 Maret). Wawancara langsung.
- Kementerian Luar Negeri. *Pemberdayaan Masyarakat Indonesia di Luar Negeri*. Diunduh dari: <https://www.kemlu.go.id/id/lembar-informasi/Documents/Paparan%20Sahli%20SosbudPMILN%20-%20Forum%20Bakohumas%20Tematik%20Kemlu%202017.pdf> tanggal 1 November 2017.
- _____. Visa Tinggal Terbatas. Diunduh dari: <https://www.kemlu.go.id/newdelhi/id/layanan-visa/Pages/Visa-Tinggal-Terbatas.aspx> tanggal 5 Mei 2018.
- Marsudirini, R. (2015). Sekapur Sirih.” Dalam Imelda Bachtiar (Ed.). *Diaspora Indonesia: Bakti untuk Negeriku*, ix-xv. Jakarta: Kompas.
- Missbach, A. (2012). *Politik Jarak Jauh Diaspora Aceh*. Yogyakarta: Penerbit Om-bak.
- _____. (2011). The Acehnese Diaspora after the Helsinki Memorandum of Understanding: Return Challenges and Diasporic Post-Conflict Transformations. *Asian Ethnicity*, 12 (2), 170-201.
- Missbach, A. & Myrntinen, H. (2014). Imagining Indonesia From Afar: Exploratory Thoughts on Utopian, Nostalgic, and Embodied Longing for the Homeland. *ASEAS*, 7 (2), 143-145.

- Mitchell, K. (2016). Neoliberalism and Citizenship. Dalam Simon Springer, et.al (Ed.). *The Handbook of Neoliberalism*, 118-129. Oxon: Routledge.
- Muhidin, S. & Utomo, A. (2015). Global Indonesian Diaspora: How Many are There and Where They are?. *Journal of ASEAN Studies*, Vol. 3, No. 2, 93-101.
- Neumann, I. B. (2008). Discourse Analysis. Dalam Audie Klotz dan Deepak Prakash (Ed.). *Qualitative Methods in International Relations: A Pluralist Guide*, 61-77. New York: Palgrave Macmillan, 2008.
- Pellerin, H & Mullings, B. (2013). The 'Diaspora option', migration and the changing political economy of development. *Review on International Political Economy*, 20 (1), 89-120.
- Shain, Y. & Barth, A. (2003). Diasporas and International Relations Theory. *International Organization*, 57 (3) 449-479.
- Sasongko, A. D. (Produser dan Sutradara). (2016). *Surat Dari Praha*. Jakarta: Visinema Pictures.
- Susilo, W. (2017, 1 Juli). Mencari Aspirasi Politik Diaspora Indonesia. Diunduh dari: <http://migrantcare.net/mencari-aspirasi-politik-diaspora-indonesia/> tanggal 9 Oktober 2017.
- _____. (2018, 28 Maret). Wawancara langsung.
- Tololyan, K. (1996). Rethinking Diaspora(s): Stateless Power in the Transnational Moment. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 5, (1), 3-36.
- Utami, W. A. (2016). *Diaspora dan Relasi dengan Negara: Studi Kasus Diaspora Indonesia*. Universitas Indonesia.
- Wayland, S. (2003). Ethnonationalist Networks and Transnational Opportunities: the Sri Lanka Tamil Diaspora. *Review of International Studies*, Vol. 30 (2004): 405-426.



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: [2087-2119](#)

e-ISSN: [2502-566x](#)

POTENSI DAN TANTANGAN *ONE BELT ONE ROAD* (OBOR) BAGI KEPENTINGAN NASIONAL INDONESIA DI BIDANG MARITIM

THE POTENTIAL AND CHALLENGES OF ONE BELT ONE ROAD (OBOR) FOR INDONESIA'S NATIONAL MARITIME INTERESTS

Samti Wira Wibawati¹, Marina Ika Sari², Yuli Ari Sulistyani³

Fakultas Strategi Pertahanan, Universitas Pertahanan

email: ¹samtiwira@gmail.com, ²marinaika14@gmail.com, ³yuliari08@gmail.com

Diterima: 7-11-2018

Direvisi: 26-12-2018

Disetujui: 30-12-2018

ABSTRACT

OBOR is one of the globalization phenomena which causes borderless effect for every country passed by it. OBOR is China's ambitious connectivity project through infrastructure development and also sea and land transportation route which connect China with Asia, Europe, and Africa. Global connectivity as a goal of OBOR has created opportunities and challenges for Indonesia because it intersects with Indonesia's national interests. In analyzing the opportunities and challenges of OBOR for Indonesia, the researchers used qualitative method with the concept of national interest and maritime security. The results of this study show that the challenges of OBOR for Indonesia are that OBOR is in line with the Global Maritime Fulcrum related to maritime connectivity and development. On the other hand, OBOR has become a challenge for Indonesia such as in economic sector, in which there are competition between local product and China's product, and also competition between domestic labors and China's labors; in defense sector especially in maritime, the challenges are in Malacca Strait, Natuna Islands, South China Sea, and transnational crimes which becomes threats for maritime security.

Keywords: *opportunity, challenge, One Belt One Road, national interest, maritime*

ABSTRAK

OBOR adalah salah satu bentuk dari fenomena globalisasi yang menciptakan efek *borderless* bagi setiap negara yang dilaluinya. OBOR merupakan proyek konektivitas ambisius Tiongkok melalui pembangunan infrastruktur dan jalur transportasi darat dan laut yang menghubungkan negaranya dengan kawasan Asia, Eropa, dan Afrika. Konektivitas global sebagai tujuan OBOR telah menciptakan potensi dan tantangan tersendiri bagi Indonesia karena bersinggungan dengan kepentingan nasional. Untuk menganalisis potensi dan tantangan OBOR bagi Indonesia, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan konsep kepentingan nasional dan keamanan maritim. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi OBOR bagi Indonesia yaitu OBOR dapat sejalan dengan kebijakan Poros Maritim Dunia terkait dengan konektivitas dan pembangunan infrastruktur maritim. Namun, di sisi lain, OBOR juga menjadi

<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i2.801>

2087-2119 / 2502-566X ©2018 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

tantangan bagi Indonesia antara lain; di bidang ekonomi yakni persaingan produk lokal dengan produk asal Tiongkok dan tenaga kerja domestik dengan tenaga kerja asal Tiongkok; di bidang pertahanan maritim yaitu di Selat Malaka, Kepulauan Natuna, Laut Tiongkok Selatan, ancaman transnasional *crime* bagi keamanan maritim.

Kata kunci: *potensi, tantangan, One Belt One Road, kepentingan nasional, maritim*

PENDAHULUAN

Dalam sejarahnya, jalur perdagangan antar-benua yang dikenal sebagai jalur sutra telah dibuat oleh Tiongkok sejak ribuan tahun yang lalu. Jalur sutra kuno ini merupakan jalur perdagangan yang menghubungkan Tiongkok dengan negara-negara di Eropa, Asia, dan Afrika melalui semangat perdamaian, kerjasama, keterbukaan dan inklusivitas, saling belajar dan saling menguntungkan dengan komoditas utama sutra. Mengikuti konsep jalur sutra kuno tersebut, pada tahun 2013 Presiden Tiongkok, Xi Jinping menghidupkan kembali konsep jalur sutra versi modern dengan nama *One Belt One Road* (OBOR) atau disebut juga Jalur Sutra Abad ke-21 (Sari, 2017). Presiden Xi Jinping menyatakan bahwa OBOR akan menjadi fokus kebijakan luar negeri pada masa pemerintahannya dan menjadi diplomasi ekonomi bagi Tiongkok (Wei, 2016). Hal ini berarti OBOR akan dijadikan alat diplomasi dari setiap kebijakan luar negeri Tiongkok dengan negara di kawasan Asia dalam kurun dekade ke depan.

Sejak diresmikan pada tahun 2013, OBOR telah menjadi strategi nasional Tiongkok. Awalnya, inisiasi OBOR dipahami oleh Kementerian Perdagangan Tiongkok sebagai solusi ekspor bagi sektor manufaktur baja ke wilayah barat Tiongkok, namun kemudian berhasil menjadi kebijakan luar negeri Tiongkok untuk menciptakan suatu koridor ekonomi dengan memadukan kekuatan geopolitik dan geoekonomi negara-negara *middle power* di Eropa, Asia, dan Afrika, dengan Tiongkok sebagai pusatnya (Sari, 2017). Selanjutnya, OBOR akan berkembang untuk tidak hanya berfokus pada sektor ekonomi perdagangan,

melainkan juga kerjasama pembangunan terpadu dari darat dan laut.

Pada 28 Maret 2015, *National Development and Reform Commission*, Kementerian Luar Negeri, dan Kementerian Perdagangan Tiongkok menerbitkan dokumen “*Vision and Actions on Jointly Building Silk Road Economic Belt and 21st Century Maritime Silk Road.*” Berdasarkan dokumen tersebut, OBOR bertujuan untuk mempromosikan kerjasama regional, mempertahankan sistem perdagangan bebas dan ekonomi yang terbuka, mempromosikan dan meningkatkan konektivitas, memperkuat mutual understanding dan stabilitas regional (Binhong, 2016).

OBOR merupakan proyek konektivitas ambisius melalui pembangunan infrastruktur dan jalur transportasi yang menghubungkan Tiongkok dengan kawasan Asia, Eropa, dan Afrika. Prinsip dasar OBOR adalah untuk memperluas konektivitas melalui jalur darat dan jalur laut yang mengarah pada integrasi ekonomi melalui kerjasama kebijakan, infrastruktur, perdagangan bebas (barang dan jasa), mata uang, dan mempromosikan hubungan *people-to-people* (Lovina, Jiajia, & Chen, 2017). Dengan memadukan jalur laut dan darat tersebut, Tiongkok berambisi ingin mengintegrasikan seluruh potensi ekonomi negara di sepanjang jalur OBOR menjadi suatu sistem ekonomi terpadu, dengan Tiongkok sebagai episentrum (Suropati, Sulaiman, & Montratama, 2016). Inisiatif kerjasama dalam OBOR mencakup 65% populasi dunia dan sepertiga GDP global (Xing, 2018). Dengan lebih dari 60 negara mitra yang tergabung di dalam OBOR, jalur sutra ini diimplementasikan melalui mekanisme bilateral dan multilat-

eral antara Tiongkok dengan negara-negara mitra tersebut untuk mencapai kepentingan bersama (Lovina, Jiajia, & Chen, 2017). Kondisi tersebut menjadi alasan yang kuat bagi Tiongkok agar menjadikan OBOR sebagai satu-satunya kebijakan luar negerinya saat ini.

OBOR terdiri atas dua jalur perdagangan yaitu jalur perdagangan darat yang disebut *New Silk Road Economic Belt* dan jalur perdagangan laut yang disebut *21st Century Maritime Silk Road*. Konsep *New Silk Road Economic Belt* dicetuskan oleh Presiden Xi Jinping pada saat kunjungan pertamanya ke Kazakhstan tahun 2013. Jalur perdagangan darat ini dimulai dari wilayah Xi'An di Tiongkok, daratan Asia Tengah, Rusia, hingga mencapai Jerman. Jalur lainnya akan menghubungkan Tiongkok bagian Selatan ke Singapura melintasi daratan ASEAN dan jalur lainnya lagi dimulai dari Asia Tengah hingga Asia Barat. Jadi, jalur darat ini akan menghubungkan Tiongkok dengan Asia Tengah, Asia Barat, Timur Tengah, dan Eropa (Jetin, 2017).

Sementara itu, konsep *21st Century Maritime Silk Road* atau Jalur Sutra Maritim abad ke-21 diumumkan Presiden Xi Jinping pada saat melakukan kunjungan ke

Indonesia pada Oktober 2013 (Lei, 2018). Jalur laut ini dibangun sebagai upaya untuk mempererat hubungan Tiongkok dengan Asia Selatan dan Asia Tenggara yang berfokus pada perdagangan maritim (Kartini, 2015). *21st Century Maritime Silk Road* akan menghubungkan kawasan pesisir tenggara Tiongkok - Fuzhou dan Quanzhou di provinsi Fujian, Guangzhou dan Zhanjiang di Guangdong, Beihai di Guangxi dan Haikou di Hainan - ke Eropa melalui Laut Tiongkok Selatan dan Samudra Hindia dalam satu jalur, dan Pasifik Selatan di jalur yang lain. Dari Hanoi, Vietnam, jalur laut menuju Laut Tiongkok Selatan dan kemudian Selat Malaka untuk mencapai Kuala Lumpur. Kemudian bergabung dengan Jakarta, Indonesia, sebelum menyeberangi Kolombo, Sri Lanka, dan Kolkata, India. Kemudian, jalur laut mengarah ke Nairobi, Kenya, dan terus ke utara ke Laut Merah dan Laut Mediterania untuk mencapai Athena, Yunani, sebelum akhirnya di Venesia (Mingjiang, 2015). Jadi, *21st Century Maritime Silk Road* ini menghubungkan pelabuhan-pelabuhan penting di Tiongkok dengan Laut Tiongkok Selatan, Laut Mediterania, Samudera Hindia, Afrika dan Eropa (Sharma & Kundu, 2016). Berikut ini adalah gambar peta OBOR.



Sumber: Reuters, 2017

Gambar 1. Peta *One Belt One Road* (OBOR)

Dari segi ekonomi dapat dikatakan bahwa Tiongkok saat ini melihat OBOR sebagai satu bentuk *grand strategy* yang akan mengurangi jurang ekonomi antara kawasan Timur dan Barat, hal ini dianggap sebagai langkah agresif Tiongkok untuk melakukan ekspansi kebijakan yang diharapkan mampu menjadi celah pembangunan ekonomi dengan turut membuka jalur perdagangan bagi setiap negara yang dilalui OBOR.

Tiongkok menaruh beberapa prioritas ketika menginisiasi OBOR yakni; mengkoordinasikan seluruh strategi dan kebijakan pembangunan ekonomi dari setiap kawasan yang dilewati oleh OBOR dengan membangun rencana kerjasama yang terukur dan terpadu dalam satu regulasi bersama; meningkatkan konektivitas global melalui pembangunan jaringan infrastruktur yang terintegrasi dalam satu kerangka sistem kerja yang berstandar teknis sama; memperluas lahan investasi dengan menyediakan fasilitas perdagangan yang bebas hambatan; memperdalam kerjasama finansial dengan membangun satu sistem mata uang yang stabil termasuk di dalamnya kebijakan kredit, *currency swap*, *settlement system* dan pasar obligasi; membangun lembaga keuangan yakni *Asian Infrastructure Investment Bank* (AIIB), *The BRICS New Development Bank*, *Shanghai Cooperation Organization* serta *Silk Road Fund*; mempromosikan nilai budaya melalui pertukaran tenaga ahli, media dan pemuda serta aktivis sosial yang akan meningkatkan dukungan publik terhadap kebijakan OBOR. Seluruh prioritas tersebut diharapkan mampu membentuk satu lingkungan ekonomi yang kondusif bagi Tiongkok dan negara yang dilalui oleh OBOR di dalam melakukan kerjasama (Yunling, 2015)

Pertanyaan Penelitian

Sebagai salah satu negara yang dilalui oleh jalur OBOR, maka dalam praktiknya OBOR dapat menciptakan potensi dan tantangan bagi Indonesia. Hal itu karena kepentingan nasional Indonesia dapat bers-

inggungan dengan kepentingan nasional Tiongkok dalam OBOR. Dengan demikian, pertanyaan penelitian dalam studi ini adalah “Bagaimana Potensi dan Tantangan *One Belt One Road* (OBOR) bagi Kepentingan Nasional Indonesia di Bidang Maritim?”

Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini dapat dilihat melalui buku dan jurnal. Dalam buku “Arungi Samudra Bersama Naga: Sinergi Poros Maritim Dunia dan Jalur Sutra Maritim Abad ke-21” yang ditulis oleh Untung Suropati, Yohanes Sulaiman, dan Ian Montatama berisi penjelasan mengenai evolusi konsep jalur sutra maritim abad ke-21 dan sinergi poros maritim dunia dan jalur sutra maritim abad ke-21. Buku ini kemudian mengkonfirmasi kajian sebelumnya yang dibuat oleh Xing, L. pada 2018 berjudul *China’s Pursuit of the One Belt One Road Initiative: a New World Order with Chinese Characteristic*. In L. X. (ed.), *Mapping China’s ‘One Belt One Road’ Initiative* yang menjabarkan pemetaan kepentingan Tiongkok dalam mega proyek *One Belt One Road*. Selanjutnya jurnal yang berjudul “Kebijakan Jalur Sutra Baru China dan Implikasinya bagi Amerika Serikat” yang ditulis oleh Indiana Kartini berisi tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mendorong pemerintah Cina mengeluarkan kebijakan tersebut. Selanjutnya artikel ini menganalisis implementasi kebijakan Jalur Sutra Baru Cina dan implikasinya terhadap hegemoni Amerika Serikat di dunia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Bodgan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2002). Pemilihan metode kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengeksplora-

si fenomena yang diteliti, dalam hal ini potensi dan tantangan OBOR bagi kepentingan nasional Indonesia di bidang maritim. Dalam penelitian ini, sumber pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur yang diperoleh dari buku, jurnal, majalah, dan website resmi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan konsep kepentingan nasional dan keamanan maritim, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai jawaban penelitian yang diajukan.

PEMBAHASAN

Konfigurasi Kepentingan Indonesia dalam Potensi Mega Proyek OBOR 21st Century Maritime Silk Road

Secara umum, jalur OBOR 21st Century Maritime Silk Road yang diusung oleh Tiongkok baru menciptakan potensi bagi Indonesia di bidang ekonomi maritim, khususnya investasi untuk pembangunan infrastruktur maritim. Melalui OBOR, pemerintah Indonesia berpotensi mendapatkan sumber investasi untuk pendanaan dan pembangunan infrastruktur maritim yang berasal dari AIIB. Bahkan khusus untuk Indonesia, Tiongkok memberikan penawaran yang sangat menggiurkan untuk mendanai sejumlah proyek infrastruktur hingga sekitar 90% dari kebutuhan biayanya (Suropati, Sulaiman, & Montratama, 2016). Besarnya investasi yang datang dari OBOR tentunya akan membantu visi Presiden Jokowi dalam mewujudkan Poros Maritim Dunia.

Pemerintah Indonesia membutuhkan dana sebesar Rp. 4.796 triliun untuk mendanai pembangunan infrastruktur selama tahun 2015-2019. Namun, dari jumlah tersebut, hanya 40% yang dapat disokong oleh APBN dan APBD (Ramadhan, 2017), sehingga skema pembangunan yang ditawarkan oleh OBOR melalui AIIB dapat menjadi salah satu sumber pendanaan bagi pemerintah Indonesia. Jadi, melalui AIIB pemerintah Indonesia dapat memperoleh dana yang dibutuhkan dari bantuan Tiongkok dan *share budget* di antara negara-nega-

ra mitra lainnya dengan misi yang sama yaitu pembangunan infrastruktur yang selaras dengan jalur sutra maritim (Tinni, 2016).

Pembangunan infrastruktur dalam rangka meningkatkan konektivitas laut dapat dilakukan dengan membangun pelabuhan-pelabuhan dan tol laut. Pelabuhan utama di sepanjang 21st Century Maritime Silk Road akan berperan sebagai *sea post* yang menangani kargo dan kapal, serta memasok kebutuhan sumber daya manusia (Suropati, Sulaiman, & Montratama, 2016). Salah satu proyek pembangunan infrastruktur yang ditawarkan oleh jalur sutra maritim untuk Indonesia yaitu pembangunan Pelabuhan Kuala Tanjung di Sumatera Utara dan Pelabuhan Bitung di Sulawesi Utara. Pembangunan kedua pelabuhan tersebut bertujuan untuk menciptakan pemerataan ekonomi antardaerah, khususnya di luar Pulau Jawa (Sari, 2017).

Selain pembangunan pelabuhan, proyek investasi lainnya yang dapat digalang melalui OBOR yaitu pembangunan tol laut. Gagasan tol laut diharapkan dapat memangkas biaya logistik perdagangan domestik ke seluruh pelosok nusantara, sehingga kebutuhan pokok di seluruh negeri juga dapat terpenuhi secara merata. Pada saat yang sama, perekonomian di luar pulau Jawa ini akan terus tumbuh dan berkembang, sehingga kesenjangan antarwilayah dapat terus ditekan (Suropati, Sulaiman, & Montratama, 2016). Jadi, dengan adanya infrastruktur yang memadai, hal tersebut dapat mempermudah pemasaran dan perdagangan produk ekspor Indonesia di sepanjang jalur OBOR, serta mengurangi tingkat kesenjangan ekonomi antardaerah.

Selain itu, kerjasama dengan Tiongkok untuk pembangunan infrastruktur maritim di Indonesia dapat dimanfaatkan oleh pemerintah untuk mengembangkan dan memajukan sektor pariwisata bahari Indonesia. Sektor pariwisata bahari khususnya di wilayah Indonesia timur membutuhkan ketersediaan prasarana dan sarana akomodasi, konsumsi, transportasi, sanitasi, kesehatan,

pusat informasi, keamanan, jasa pemandu, fasilitas perdagangan. Dengan adanya pembangunan infrastruktur yang memadai, maka hal tersebut dapat menarik wisatawan lokal dan mancanegara sehingga dapat meningkatkan devisa negara, memberdayakan masyarakat lokal sehingga dapat mengurangi kesenjangan pendapatan daerah di wilayah timur Indonesia (Suropati, Sulaiman, & Montratama, 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dianalisis bahwa potensi OBOR dapat digunakan untuk mencapai kepentingan nasional Indonesia karena OBOR sejalan dengan visi Poros Maritim Dunia. Hal ini berkaitan dengan tiga dari lima pilar yang terdapat pada visi Poros Maritim Dunia, yaitu konektivitas maritim, ekonomi maritim, dan budaya maritim. Pembangunan infrastruktur maritim tersebut diharapkan dapat meningkatkan konektivitas jalur-jalur maritim di seluruh pelosok nusantara, yang kemudian berdampak terhadap kegiatan ekonomi maritim Indonesia. Jalur inilah yang kelak digunakan untuk lebih mempercepat proses pembangunan, sekaligus memmeratakan hasil pembangunan. Sehingga, hal ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia (Suropati, Sulaiman, & Montratama, 2016). Kemudian, pemanfaatan ekonomi berbasis maritim melalui sektor pariwisata bahari dapat mewujudkan budaya maritim bagi masyarakat Indonesia.

Konfigurasi Kepentingan Indonesia dalam Tantangan Mega Proyek OBOR 21st Century Maritime Silk Road

Pada dasarnya mega proyek OBOR 21st Century Maritime Silk Road akan dijadikan sebagai salah satu upaya Tiongkok untuk *rebalancing* kekuatan ekonomi dan politik AS di Asia, meskipun hingga saat ini diperkirakan bahwa Tiongkok sendiri masih belum mampu bersaing secara komprehensif dengan AS hingga pada tahun 2040-an (walaupun dengan perolehan PDB Tiongkok yang terus melonjak hingga saat ini). Namun, memaksakan kehendak untuk

menandingi pengaruh AS terlebih dalam hal dominasi struktur politik keamanan kawasan, merupakan tindakan yang berakibat fatal bagi Tiongkok (Zhu, 2006). Kenyataan tersebut tidak menurunkan sifat Tiongkok yang ekspansif dalam melakukan upaya pengembangan kemampuan kekuatan pembangunan dari sisi ekonomi dan pertahanan di wilayah Asia. Selanjutnya, Presiden Xi Jinping mengemukakan bahwa OBOR akan menjadi satu-satunya kebijakan luar negeri Tiongkok saat ini. Kebijakan luar negeri Tiongkok yang terdapat pada OBOR adalah bentuk manifestasi dari intensi Tiongkok di kawasan Asia, sebuah kawasan yang berhasil menunjukkan pertumbuhan ekonomi secara pesat disertai dengan geliat kerjasama regionalisme yang menjanjikan.

Hal ini tentu menjadi dasar bagi Indonesia dalam melihat tantangan yang hadir dari Tiongkok dalam OBOR, mengingat bahwa kunci konstelasi kawasan ialah kebijakan luar negeri yang dimiliki oleh great powers yang sejak awal membawa pengaruh sangat besar terhadap pola hubungan kawasan dan membentuk politik internasional kawasan. Saat ini AS, Rusia, Tiongkok, dan Jepang pada dasarnya memegang peranan penting. Setiap kebijakan luar negeri yang dihasilkan oleh negara tersebut akan membawa dampak besar bagi kawasan (Yahuda, 2004). Berangkat dari kondisi tersebut maka akan ada beberapa bidang yang menjadi tantangan bagi Indonesia dalam melakukan konfigurasi kepentingan nasional Indonesia dalam mega proyek OBOR 21st Century Maritime Silk Road, yakni; tantangan dalam bidang ekonomi, pertahanan dan tata kelola laut internasional dalam ALKI.

1. Tantangan dalam Bidang Ekonomi

Dalam sektor ekonomi, tantangan yang harus dihadapi oleh Indonesia dengan adanya OBOR adalah mudahnya akses terhadap arus produk-produk dan tenaga kerja asal Tiongkok yang masuk ke Indonesia (Wei, 2016). Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi Indonesia baik secara do-

mestik maupun daya saing secara global. Permasalahan biaya logistik antarpulau di Indonesia yang masih tinggi menyebabkan produk Indonesia kalah bersaing di pasar internasional jika dibandingkan dengan produk luar negeri yang lebih murah karena biaya logistiknya lebih rendah. Bahkan, di dalam negeri pun, produk Indonesia belum tentu dapat bersaing dengan produk impor, akibat biaya pengiriman antar pulau di Indonesia yang masih lebih tinggi daripada biaya impor. Sehingga terkait dengan produk konsumsi, dapat dikatakan kedaulatan ekonomi Indonesia dalam posisi terancam oleh banjirnya produk impor yang lebih murah namun berkualitas (Suropati, Sulaiman, & Montratama, 2016).

Oleh karena itu, jika Indonesia tidak dapat memanfaatkan jalur perdagangan internasional melalui OBOR untuk memasarkan produknya, maka Indonesia hanya akan dijadikan sebagai pasar bagi produk ekspor asal Tiongkok. Hal yang dapat dilakukan adalah Indonesia harus dapat memanfaatkan jalur sutra modern ini untuk meningkatkan nilai perdagangan ekspor melalui komoditas unggulan dan komoditas potensial yang berdaya saing global. Berdasarkan Kementerian Perdagangan, komoditas ekspor non-migas unggulan Indonesia antara lain udang, kopi, sawit, dan kakao, sedangkan produk potensial Indonesia antara lain handicraft, ikan dan turunan produk ikan, medical herbs, serta kulit dan produk kulit (Sari, 2017).

Selain mudahnya akses bagi produk-produk Tiongkok yang masuk ke Indonesia, tantangan lainnya adalah mudahnya akses bagi tenaga kerja asal Tiongkok untuk bekerja di Indonesia melalui syarat kerjasama yang diajukan Tiongkok. Pembangunan infrastruktur di Indonesia yang didanai oleh Tiongkok, menyarakatkan bahwa proyek-proyek tersebut dirancang, dijalankan, dan dibangun dengan menggunakan teknologi, material, dan tenaga kerja Tiongkok (Ellis, 2017). Salah satu contohnya yaitu *Turnkey Project Management*.

Turnkey Project Management merupakan sebuah model investasi yang ditawarkan oleh Tiongkok dengan sistem satu paket, mulai dari top management, pendanaan dengan sistem *Preferential Buyer's Credit*, materil dan mesin, tenaga ahli, bahkan metode dan jutaan tenaga (kuli), baik legal maupun ilegal didatangkan dari Tiongkok (Mahesa, 2018). Persyaratan investasi tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja Indonesia. Selanjutnya, permasalahan ini akan menyebabkan tingkat pengangguran di Indonesia semakin tinggi karena tidak mampu bersaing dengan tenaga kerja asing asal Tiongkok.

2. Tantangan dalam Bidang Pertahanan

Berdasarkan pada peta jalur sutra maritim yang sudah digambarkan pada bagian pendahuluan, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa wilayah di Indonesia yang dilewati oleh titik-titik OBOR, hal ini berarti akan ada beberapa titik krusial yang besar kemungkinan berdampak langsung pada aspek pertahanan dan keamanan maritim Indonesia yaitu; kedaulatan Wilayah Kepulauan Natuna, alur pelayaran kepulauan Indonesia khususnya Selat Malaka dan dinamika keamanan di Laut Tiongkok Selatan.

Daratan dan perairan dari Kepulauan Natuna diketahui mengandung sumber daya alam yang melimpah berupa barang tambang seperti pasir kuarsa, gas alam dan minyak bumi. Sumber daya menjadi andalan ialah perikanan laut yang mencapai lebih dari 1 juta ton per tahun dengan total pemanfaatan hanya 36%, yang hanya sekitar 4,3% oleh Kabupaten Natuna dan keberadaan ladang gas D-Alpha yang terletak 225 km di sebelah utara Pulau Natuna (di ZEEI) dengan total cadangan 222 trillion cubic feet (TCT) dan gas hidrokarbon yang bisa didapat sebesar 46 TCT merupakan salah satu sumber terbesar di Asia (Natuna, 2017).

Letak Kepulauan Natuna juga sangat strategis di dekat Laut Tiongkok Sela-

tan menjadikan kawasan Kepulauan Natuna selain menjadi pintu terluar NKRI juga menjadi salah satu *bumper zone* bagi Indonesia dengan negara sekitar seperti Tiongkok, Vietnam, Malaysia, Filipina, dan Brunei. Kondisi geografis tersebut berdekatan dengan sengketa wilayah Laut Tiongkok Selatan yang hingga saat ini masih menjadi kendala utama dalam upaya pemeliharaan perdamaian di kawasan Asia Tenggara.

Indonesia dengan Tiongkok pada dasarnya tidak berbenturan atas Kepulauan Natuna karena kepemilikan Indonesia atas Kepulauan Natuna sudah sangat jelas diatur dalam *United Nations Convention on the Law of Sea (UNCLOS) 1982*. Namun pengakuan hukum internasional atas kepemilikan Indonesia terhadap Kepulauan Natuna termasuk dengan wilayah perairan Natuna, belum juga mampu menutup kegiatan ilegal yang dilakukan oleh negara lain, contohnya yang baru ini terjadi ialah Tiongkok yang menghalangi petugas Indonesia untuk mengamankan kapal Kway Fee 10078 asal Tiongkok yang diduga melakukan illegal

fishing di Perairan Natuna (Kompas, 2016). Berdasar pada kejadian itu Menteri Luar Negeri Indonesia melayangkan nota protes kepada pemerintah Tiongkok yang kemudian menghasilkan kesepakatan kedua belah pihak.

Permasalahan *illegal, unreported, unregulated (IUU) fishing* menjadi masalah yang sering dihadapi oleh Indonesia di Perairan Natuna, *Destructive Fishing Watch (DFW)* Indonesia menyatakan bahwa, walaupun KKP mengklaim telah berhasil menurunkan aktivitas IUU fishing di Laut Natuna, pada kenyataannya sepanjang 2017 terdapat setidaknya 94 pelanggaran pidana perikanan oleh kapal ikan asing. Jumlah itu merupakan angka tertinggi dibanding tahun-tahun sebelumnya. Jenis pelanggaran yang umumnya terjadi adalah memasuki laut teritorial Indonesia dan anak buah kapal asing (Sari S. M., 2018). Dengan adanya OBOR dikhawatirkan kegiatan IUU *fishing* meningkat, dikarenakan semakin meningkat pula aktivitas pelayaran.



Sumber: Dokumen TNI AL

Gambar 2. Peta Wilayah Kepulauan Natuna

Terkait dengan Perairan Natuna, baru-baru ini pemerintah Indonesia juga melakukan pembaharuan terhadap peta wilayah Indonesia yang salah satunya ialah, Penamaan Laut Natuna Utara yang berada di sisi utara Kabupaten Natuna dan berbatasan langsung dengan Laut Tiongkok Selatan. Penamaan itu diklaim oleh pemerintah Indonesia tidak berkaitan dengan sengketa kawasan akibat klaim Tiongkok tentang wilayah perikanan tradisional (Utama, 2017). Namun Tiongkok melalui Kementerian Luar Negeri mengirim sebuah catatan resmi ke Kedutaan Besar Indonesia di Beijing untuk menyatakan penolakannya terhadap langkah yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui Deputi Kementerian Koordinator Bidang Maritim Arif Havas Oegroseno, yang secara resmi mengeluarkan peta Republik Indonesia yang baru dan menekankan bahwa Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) Natuna telah diberi nama “Laut Natuna Utara” tanggal 14 Juli 2017 di Jakarta (Berlianto, 2017). Tindakan yang dilakukan Tiongkok ini menunjukkan tuntutan Tiongkok terhadap Indonesia agar membatalkan keputusan pergantian nama tersebut. Namun pemerintah Indonesia enggan menarik keputusan tersebut.

Kondisi yang kini terjadi di wilayah Natuna tentu menjadi perhatian pemerintah, sehingga pada tahun 2016 lalu kekuatan pertahanan dan keamanan di wilayah Natuna secara resmi akan diperkuat. Upaya itu terus berlanjut hingga saat ini dimana Kementerian Pertahanan sejak tahun 2016 terus melaksanakan pembangunan kekuatan pertahanan diantaranya dengan melakukan pelebaran runway Lanud R. Sajad sepanjang 2300 meter, melakukan pembangunan Apron dan Sarpras Lanud R. Sajad, melakukan pembangunan Dermaga Penagi Pulau Natuna, perpanjangan dan pelebaran Dermaga Sebang Mawang Pulau Natuna, serta melakukan pembangunan akomodasi prajurit TNI berupa barak dengan kapasitas 200 orang yang disertai dengan pembangunan Mako dan Batalyon Raider Raider

(Rohman, 2017). Pembangunan kekuatan pertahanan ini juga didukung dengan adanya patroli keamanan di sekitar kawasan Laut Natuna Utara. Menurut Komandan Lantamal IV Tanjungpinang Laksamana Pertama TNI R Eko Suyatno, saat ini di Natuna telah dibangun Pusat Komando TNI AL (Puskodal) yang dapat memantau situasi Laut Natuna Utara. Ditambah Pangkalan Utama TNI AL (Lantamal) IV Tanjung Pinang juga memiliki empat KRI untuk meningkatkan pengawasan dan keamanan laut (Ashab, 2018). Pembangunan kekuatan pertahanan dan keamanan yang dilakukan oleh Indonesia di wilayah Natuna menjadi sangat beralasan mengingat Kepulauan Natuna akan berhadapan dengan jalur sutra maritim yang menciptakan tantangan baru bagi pemerintah Indonesia dalam mengamankan kondisi di Kepulauan Natuna. Peningkatan aktivitas pelayaran yang disertai dengan intensi terhadap pengeksploasian sumber daya alam di sekitar Natuna dapat menjadi masalah bagi Indonesia.

Kekhawatiran ini menjadi semakin beralasan mengingat perairan Natuna juga menjadi salah satu jalur perdagangan maritim dengan Alur Laut Kepulauan Indonesia (ALKI) yakni ALKI 1 yang dalam jalur sutra maritim juga termasuk pada jalur yang menjadikan Vietnam - Laut Tiongkok Selatan – Selat Malaka – Kuala Lumpur dan berlanjut ke Jakarta sebagai salah satu alur. Kondisi ini merupakan hal yang patut diperhatikan oleh Indonesia karena Indonesia merupakan wilayah perairan yang sudah menyepakati zona pelayaran internasional atau disebut dengan ALKI.

Dalam jalur sutra maritim, ALKI I yang didalamnya terdapat Selat Malaka ini memiliki peranan yang sangat strategis. Selat Malaka menghubungkan Samudera Hindia dengan Laut Tiongkok Selatan dan Samudra Pasifik. Selat Malaka dan Singapura menyediakan rute laut terpendek dari Teluk Persia ke Asia Timur atau Pasifik Barat. Selat Malaka menjadi *choke point* strategis di kawasan Samudera Hindia kare-

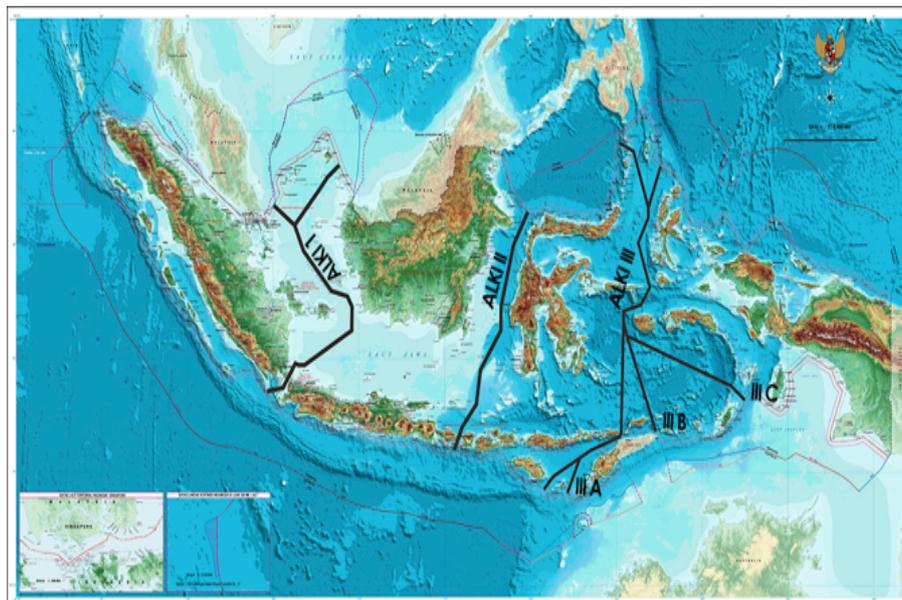
na menjadi jalur pelayaran yang padat dimana lebih dari 70.000 kapal transit setiap tahunnya. Dengan adanya empat *choke point* tersebut, ini menjadikan posisi Indonesia sangat strategis dalam rute pelayaran dan perdagangan internasional (Roza, 2015).

Kegiatan ekonomi dan perdagangan di laut ini berkaitan dengan akses bagi kapal-kapal yang melintas di perairan Indonesia untuk masuk ke perairan Samudera Hindia. Hal ini tentunya berkaitan dengan sektor pertahanan yaitu untuk menjamin dan melindungi kapal yang melintas agar merasa aman saat berlayar. Dengan demikian, Indonesia juga bertanggung jawab atas keselamatan dan keamanan pelayaran agar kapal-kapal Indonesia maupun kapal-kapal dari negara lain dapat aman melintasi jalur tersebut. Sehingga, tidak mengganggu aktivitas perekonomian, perdagangan, dan jaringan distribusi barang dan jasa.

Perdagangan di jalur maritim merupakan bagian penting dalam perekonomian global saat ini. Sekitar 90-95% barang

dagang mulai dari minyak dan gas bumi, bahan pangan, barang mentah, dan barang jadi dikirim melalui jalur maritim (Guoxing, 2002). Hal ini adalah dampak langsung dari globalisasi yang membawa peningkatan dalam jalur laut yang menjadi jalur lintas manusia dan barang, seiring dengan kondisi tersebut maka pengamanan dan penguatan pertahanan perlu dilakukan.

Pertahanan dan keamanan maritim tidak lepas dari masalah kerawanan di laut. Dari kompleksitas permasalahan keamanan maritim di Indo-Pasifik, sinergi Poros Maritim Dunia dan OBOR sebaiknya dibangun untuk membentuk sistem keamanan maritim bersama dalam menghadapi ancaman aktor non-tradisional seperti perompakan, penyelundupan, *illegal fishing*, dan bencana di laut. Sistem keamanan bersama ini idealnya bersifat inklusif, yang melibatkan seluruh negara yang berkepentingan dengan *leading sector*-nya negara yang menguasai wilayah laut yang diawasi.



Sumber: Dokumen Kementerian Pertahanan RI

Gambar 3. Peta Alur Laut Kepulauan Indonesia (ALKI)

Misalnya tindakan pemerintah Indonesia membentuk satuan tugas (satgas) pengamanan Selat Malaka untuk menguasai perairan teritorial Indonesia di Selat Malaka. Satgas inilah yang dijadikan platform bagi pelibatan kekuatan militer asing, seperti Angkatan Laut Tiongkok, untuk membantu pengamanan wilayah laut di Selat Malaka di bawah kendali satgas Indonesia. Pelibatan militer asing dalam masalah keamanan di perairan Indonesia akan menuntut keberadaan protokol dan instrumen *interoperability* yang memadai. Dalam hal ini, Indonesia harus mampu menetapkan protokol keamanan dan instrumen interoperability yang modern. Hal ini akan memberi tantangan tersendiri bagi militer Indonesia untuk dapat memiliki sistem dan sumber daya manusia yang terampil menangani teknologi tinggi (Suropati, Sulaiman, & Montratama, 2016).

Dengan adanya jalur sutra maritim berarti akan ada peningkatan aktivitas lalu lintas kapal di Selat Malaka setiap tahunnya. Hal ini diperkuat dengan pernyataan bahwa keberadaan jalur sutra maritim akan meningkatkan permintaan dalam perdagangan barang dan jasa yang diperdagangkan dalam jalur laut (Hand, 2017). Konsekuensi logis dari kondisi di atas adalah melalui OBOR, Tiongkok harus bekerja sama dengan negara-negara mitra untuk membangun dan mengembangkan pelabuhan-pelabuhan dan pangkalan-pangkalan yang dianggap penting di sepanjang jalur transportasi laut. Lokasi-lokasi tersebut kemudian dijadikan pos-pos pertahanan Tiongkok dalam memproyeksikan kekuatan angkatan lautnya, hal ini yang kemudian menjadi benturan kepentingan.

Intensi Tiongkok berikutnya yang kemudian dapat menjadi kepentingan dan tantangan bagi pertahanan Indonesia adalah keberadaan Tiongkok di sengketa Laut Tiongkok Selatan. Dimana, Tiongkok secara signifikan melakukan klaim wilayah perairan yang disebut dengan *nine dash line* dan tumpang tindih dengan wilayah kedau-

latan yang diklaim oleh negara lainnya yakni Filipina, Brunei, Vietnam, dan Malaysia. Publikasi Tiongkok terhadap peta *nine dash line* tersebut tentu sangat bersifat konfrontatif. Persaingan strategis dalam kepemilikan sebagian besar wilayah Laut Tiongkok Selatan terjadi dengan negara-negara terdekat yang juga merasa lebih berhak mengklaim sebagian wilayah tersebut dibandingkan dengan Tiongkok. Peta *nine dash line* dianggap telah melanggar statuta hukum laut internasional yang tertuang dalam UNCLOS 1982 (Welch, 2016)

Keputusan Tiongkok yang terus berupaya untuk mengkooptasi wilayah Laut Tiongkok Selatan ini berdasar pada tiga aspek utama yakni: pertama, penguasaan terhadap wilayah Laut Tiongkok Selatan bisa menjadi langkah awal untuk melakukan pengendalian terhadap strategi dalam melakukan manuver pergeseran kekuatan militer ke dua arah sekaligus yakni utara Pasifik dan Selatan Hindia. Kedua, potensi energi yang tersimpan di bawah laut menjadi motivasi negara pengklaim, untuk mendapatkan pengakuan atas kepemilikan Laut Tiongkok Selatan. Ketiga, dengan memiliki Laut Tiongkok Selatan ini berarti telah menguasai satu simpul jalur laut yang mampu menjadi *choke points* dari banyak pelayaran dunia. Hal ini tentu akan menguntungkan secara ekonomi dan pertahanan. Alasan tersebut kemudian menjadi terus dalam seiring dengan naiknya tren industri pertahanan dan nilai energi migas dunia, dimana secara tidak langsung hal tersebut mempengaruhi nilai strategis dari satu wilayah.

Sikap Indonesia dalam sengketa Laut Tiongkok Selatan didasari pada tujuan nasional yang tercantum dalam pembukaan UUD 1945. Selain didasari oleh prinsip Indonesia yang ingin berperan aktif dalam menjaga perdamaian dunia, keberadaan Indonesia dalam upaya pencarian solusi di sengketa Laut Tiongkok Selatan juga merupakan tindakan yang berlandaskan pada kesadaran terhadap konfigurasi geografis

Laut Tiongkok Selatan, dimana jika status keamanan di Laut Tiongkok Selatan yang merupakan kawasan sengketa meningkat, maka akan berpengaruh secara langsung pada wilayah kedaulatan Indonesia. Hal ini diperkuat dengan kemampuan Tiongkok yang menggunakan OBOR sebagai satu alat diplomasi ekonomi yang secara teoritis berarti dapat mengarah pada satu kepentingan nasional Tiongkok dalam bidang pertahanan yakni penguasaan penuh terhadap Laut Tiongkok Selatan.

Kemampuan Tiongkok itu sendiri dapat terlihat dari bentuk kebijakan Tiongkok yang agresif. Berdasarkan pada analisa *scholars* dan *policy makers*, Tiongkok dalam data tahun 1990 – 2009 menunjukkan intensi terhadap laut naik secara signifikan, pemaknaan *sea power* dalam bahasa Tiongkok ialah *haiquan* yang kemudian dapat diinterpretasi ke dalam tiga hal yakni *legalistic oriented*, *defensive – realism oriented*, dan *offensive realism oriented* (Dong & Xin, 2012)

Kenyataan tersebut mengindikasikan bahwa Tiongkok memproyeksikan laut ke dalam bagian yang paling vital, yaitu dengan mengambil sebanyaknya keuntungan dari kepemilikan laut secara sah dan berdaulat dalam kacamata hukum internasional untuk melakukan aktivitas ekonomi dan militer di laut. Hal ini dilakukan Tiongkok dalam rangka menunjukkan dominasi serta melindungi kepentingannya. Klaim atas Laut Tiongkok Selatan yang diiringi dengan pembangunan pangkalan militer di Kepulauan Spratly menjadi salah satu bukti keseriusan Tiongkok dalam memproyeksikan kekuatannya di laut, meski hingga saat ini hal itu terus menuai protes dari claimant states lainnya.

Bagian dari penancangan OBOR salah satunya ialah berfokus pada penggunaan laut. Program jalur sutra maritim merupakan manifestasi dari prinsip Tiongkok yang memproyeksikan laut ke dalam bagian vital. Intensi ini kemudian didukung dengan anggaran belanja militer Tiongkok yang

mengalami peningkatan cukup signifikan yakni 12,2% pada tahun 2014 atau sejumlah \$132 M. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 10,7% di tiap tahunnya (Wong, 2014), sehingga pada tahun 2015 menjadi \$145.9 M dan pada 2018 ini Menteri Keuangan Tiongkok menganggarkan belanja militer Tiongkok meningkat 8,1% dari tahun sebelumnya menjadi total sekitar \$174.6 M (CSIS, 2018).

Peningkatan anggaran belanja militer Tiongkok ini dipastikan akan terfokus pada pembangunan kekuatan postur pertahanan maritim, agresivitas ini juga terbukti dengan mulai beraktivitasnya kapal induk pertama Tiongkok. Tentu saja hal ini perlu diperhatikan oleh Indonesia yang memiliki visi sebagai Poros Maritim Dunia, mengingat visi tersebut tidak mungkin hanya bersifat inward looking namun juga harus *outward looking*. Ditambah dengan dasar konstitusi Indonesia yang menyebutkan bahwa Indonesia akan turut aktif dalam upaya menjaga perdamaian dan kedamaian dunia. Sehingga, segala bentuk kebijakan yang nantinya diambil tidak hanya berdampak secara domestik namun juga internasional.

Kebijakan pertahanan sejatinya dapat mengawal setiap bentuk kebijakan lain yang diambil oleh satu negara, terutama jika kebijakan tersebut berkaitan dengan kebijakan yang berfokus pada pembangunan ekonomi dan hubungan luar negeri. Hal ini yang menjadi landasan agar proses perencanaan pertahanan negara perlu dipersiapkan secara matang. Mengingat pertahanan adalah satu spektrum ketidakpastian yang menjadikan ancaman, dinamika lingkungan strategis dan hubungan politik luar negeri, serta keamanan nasional sebagai variabel tetap dari berkembangnya strategi pertahanan negara itu sendiri, maka negara harus memperhitungkan segala kemungkinan dari keberadaan kebijakan luar negeri negara lain.

Kondisi tersebut berlaku pada Indonesia yang dalam kaitannya dengan ke-

beradaan OBOR ialah; Tiongkok menjadikan OBOR sebagai proyek ambisius yang akan menyatukan kawasan Asia dalam satu jalur ekonomi terintegrasi dengan menghubungkan dunia dari Timur ke Barat. Upaya “*connectivity*” yang diunggulkan oleh OBOR ini akan menjadikan wilayah Indonesia sebagai salah satu jalur yang dilewati oleh titik OBOR dan untuk mengawal itu Tiongkok meningkatkan kekuatan postur pertahanannya dan melakukan proyeksi kekuatan di Laut Tiongkok Selatan. Hal ini akan menghasilkan banyak preferensi kebijakan terkait pertahanan yang perlu dipertimbangkan demi menjaga kedaulatan Indonesia.

Efek globalisasi juga tidak diskriminatif sifatnya. Globalisasi akan mempengaruhi, walaupun tidak merubah, kinerja lembaga negara dan kebijakan-kebijakannya. Globalisasi akan terus menekan satu negara untuk mengambil bagian dalam proses dunia tunggal atau “*global society*” dan sebagai intensifikasi dari hubungan sosial berskala dunia yang memungkinkan keterkaitan antarmasyarakat lokal secara ekonomi, politik, budaya, dan keamanan atau sebaliknya (Bandoro, 2014).

PENUTUP

Pemerintah Indonesia perlu mengantisipasi kebijakan yang datang dari Tiongkok dengan melakukan pengawalan terhadap kepentingan nasional Indonesia dalam OBOR. Visi Poros Maritim Dunia harus menjadi acuan dalam melakukan upaya pembangunan di sektor ekonomi dan pertahanan Indonesia, sehingga dalam praktiknya keberadaan OBOR *21st Century Maritime Silk Road* bisa memberikan keuntungan absolut bagi Indonesia.

Pemerintah Indonesia melalui kementerian terkait seperti Kemenko Ekonomi dan Kemenko Maritim perlu memaksimalkan implementasi kebijakan kelautan nasional yang sudah ada, sehingga tercipta sinergitas dalam upaya pembangunan ekonomi berkelanjutan di bidang maritim. Selanjut-

nya, Kementerian Perdagangan seyogyanya memanfaatkan posisi penting dalam aktivitas kerjasama ekonomi dalam OBOR seperti melakukan peningkatan kualitas dari setiap komoditas ekspor dengan melakukan intensifikasi dan/atau ekstensifikasi sehingga produk domestik dapat bersaing dengan produk impor. Kemudian Kementerian Ketenagakerjaan juga memegang peranan penting terutama untuk meminimalisir masifnya jumlah tenaga kerja asing dengan menegaskan aturan mengenai jumlah tenaga kerja asing yang dapat diserap jika para investor asing yang ingin menanamkan modalnya di Indonesia. Pemangku kepentingan lainnya yang juga turut berperan dalam upaya menjaga kepentingan nasional Indonesia ialah Kementerian Luar Negeri bersama Kementerian Pertahanan dan TNI khususnya TNI AL, yang dalam hal ini perlu mensinergikan kebijakan yang memperkuat posisi strategis Indonesia di kawasan. Upaya pemaksimalan kebijakan tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan anggaran postur pertahanan Indonesia dan proyeksi kekuatan laut yang dilalui OBOR yaitu di Selat Malaka dan Kepulauan Natuna.

PUSTAKA ACUAN

- Ashab, M. B. (2018, Februari 16). Satrol Lantamal IV Miliki 4 KRI, Pengamanan Laut Natuna Diperkuat. Retrieved Oktober 10, 2018, from Sindo News: <https://nasional.sindonews.com/read/1282748/14/satrol-lantamal-iv-miliki-4-kri-pengamanan-laut-natuna-diperkuat-1518793077>
- Bandoro, B. (2014). *Indonesia Dalam Lingkungan Strategis Yang Berubah*. Yogyakarta: Graha Ilmu .
- Berlianto. (2017, September 3). China Tuntut Indonesia Batalkan Penamaan Laut Natuna Utara. Retrieved September 3, 2018, from Sindo News: <https://international.sindonews.com/read/1236125/40/china-tuntut-indo->

- nesia-batalkan-penamaan-laut-natuna-utara-1504375223
- Binhong, S. (2016). *Looking for a Road: China Debates Its and the World's Future (China in the World)*. Leiden: Brill Academic Pub.
- CSIS. (2018, Oktober 9). What does China really spend on its military? Retrieved Oktober 11, 2018, from China Power CSIS.org: <https://chinapower.csis.org/military-spending/>
- Dong, W., & Xin, J. (2012). *China's Maritime Security: Priorities and Challenges*. In J. Ho, & S. Bateman (Eds.), *Maritime Challenges and Prioities in Asia: Implications for Regional Secuirty*, 1st Edition (p. 181). London & New York: Routledge.
- Ellis, C. D. (2017, Mei 23). *Indonesia Targets Maritime In OBOR Investment Push*. Retrieved Oktober 7, 2018, from Indonesia Briefing: <http://www.indonesiabriefing.com/news/indonesia-targets-maritime-obor-investment-push>
- Guoxing, J. (2002, April). *Asian Pasific SLOC Security: The China Factor*. Working Paper No.10 , 5.
- Hand, M. (2017, September 19). *China's One Belt One Road policy 'very positive' for shipping*. Retrieved Oktober 10, 2018, from Sea Trade Maritime News: <http://www.seatrade-maritime.com/news/asia/china-s-one-belt-one-road-policy-very-positve-for-shipping.html>
- Jetin, B. (2017). *One Belt One Road Initiative and ASEAn Connectivity: Synergy Issues and Potentialities*. Working Paper No.30 Institute of Asian Studies , 1-19.
- Kartini, I. (2015). *Kebijakan Jalur Sutra Baru Cina dan Implikasinya Bagi Amerika Serikat*. *Jurnal Kajian Wilayah* , 6, 131.
- Kompas. (2016, Maret 24). *China Langgar Hukum Laut di Natuna, Protes Keras Indonesia Dibenarkan*. Retrieved Oktober 5, 2018, from Kompas: <https://internasional.kompas.com/read/2016/03/24/20114501/.China.Langgar.Hukum.Laut.di.Natuna.Protes.Keras.Indonesia.Dibenarkan>.
- Lei, Z. (2018). *The Political Economy of China's Belt and Road Initiative*. Singapore: World Scientific Publishing.
- Lovina, H. R., Jiajia, G., & Chen, H. (2017). *Review of "The Chinese Belt and Road Initiative": Indonesia-China Cooperation and Future Opportunities for Indonesia's Port Cities Development*. *Journal of Regional and City Planning* , 28, 163.
- Mahesa, D. J. (2018, Maret 16). *Solusi Mengatasi Membanjirnya Tenaga Kerja China di Indonesia*. Retrieved Oktober 7, 2018, from Law Justice: <https://law-justice.co/solusi-mengatasi-membanjirnya-tenaga-kerja-china-di-indonesia.html>
- Mingjiang, L. (2015). *China's "One Belt, One Road" Initiative: New Round of Opening Up? RSIS Commentary (15)*.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Natuna, P. (2017). *Potensi dan Peluang Investasi di Kabupaten Natuna*. Retrieved Oktober 5, 2018, from Website Resmi Pemerintah Daerah Kabupaten Natuna: <https://natunakab.go.id/potensi-dan-peluang-investasi-di-kabupaten-natuna/>
- Ramadhan, F. (2017). *Akankah Inisiatif OBOR "Menerangi" Indonesia*. *Buletin APBN* , II, 4.
- Rohman. (2017, Maret 11). *Indonesia Bangun Sarana dan Prasarana Pertahanan di Natuna*. Retrieved Oktober 5, 2018, from Jakarta Greater: <https://jakartagreater.com/indonesia-bangun-sarana-dan-prasarana-pertahanan-di-natuna/>
- Roza, R. (2015). *Doktrin Poros Maritim Dunia dan Hubungan Indonesia-India*. In P. P. Nainggolan, *Agenda Poros Maritim Dunia dan Perubahan Lingkungan*

- Strategis (pp. 81-119). Jakarta: P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika.
- Sari, R. (2017). Prospek Jalan Sutra Modern Bagi Perekonomian Indonesia. *Majalah Info Singkat : Ekonomi dan Kebijakan Publik* , IX, 14-15.
- Sari, S. M. (2018, Februari 8). Kapal Asing Masih Masuk, Pengawasan di Natuna Harus Ditingkatkan. Retrieved Oktober 5, 2018, from *Industri*: <http://industri.bisnis.com/read/20180208/99/736198/kapal-asing-masih-masuk-pengawasan-di-natuna-harus-ditingkatkan>
- Sharma, B. K., & Kundu, N. D. (2016). *China's One Belt One Road : Initiative, Challenges, and Prospects*. India: VIJ Books.
- Suropati, U., Sulaiman, Y., & Montratama, I. (2016). *Arungi Samudra Bersama Sang Naga: Sinergi Poros Maritim Dunia dan Jalur Sutra Maritim Abad ke-21*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Tinni, S. K. (2016). *Kepentingan Indonesia Bergabung Dalam Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB)*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Utama, A. (2017, Juli 14). Imbas sengketa Cina-Filipina, wilayah Indonesia mekar 100 mil laut. Retrieved Oktober 5, 2018, from *BBC Indonesia*: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-40605643>
- Wei, L. T. (2016). Introduction. In H. C.-Y. Lim Tai Wei, *China's One Belt One Road Initiative* (pp. 3-18). London: Imperial College Press.
- Welch, D. A. (2016, July 18). 10 Things You Should Know About the Recent South China Sea Ruling. Retrieved September 26, 2018, from *cigionline.org*: <https://www.cigionline.org/articles/10-things-you-should-know-about-recent-south-china-sea-ruling>
- Wong, E. (2014, Maret 5). *The New York Times*. Retrieved Oktober 5, 2018, from *China Announces 12,2% Increase in Military Budget*: <https://www.nytimes.com/2014/03/06/world/asia/china-military-budget.html>
- Xing, L. (2018). China's Pursuit of the "One Belt One Road" Initiative: A New World Order With Chinese Characteristics. In L. X. (Ed.), *Mapping China's "One Belt One Road" Initiative* (pp. 1-28). Aalborg: Palgrave Macmillan.
- Yahuda, M. (2004). *The International Politics of The Asia Pasific*. 2nd and Revised Edition. New York: Routledge Group.
- Yunling, Z. (2015). One Belt One Road: a Chinese View. *Global Asia* , 10, 8-12.
- Zhu, Z. (2006). *US-China Relations in The 21st Century Power Transition and Peace*. New York: Routledge.



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: [2087-2119](#)

e-ISSN: [2502-566x](#)

AKTIVITAS MENGISI WAKTU LUANG UNTUK LANSIA DI TIONGKOK : STUDI KASUS HONG KONG

LEISURE ACTIVITIES FOR THE CHINESE ELDERLY: CASE STUDY HONG KONG

Wabilia Husnah

Pusat Penelitian Sumber Daya Regional, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2SDR-LIPI)

email: wabiliahusnah89@gmail.com

Diterima: 2-10-2018

Direvisi: 3-12-2018

Disetujui: 27-12-2018

ABSTRACT

Ageing society has become a serious issue for many countries in the world, and China is no exception. Hong Kong is one of the regions that has the most elderly population in China. The elderly's preference of leisure activities is affected by the local culture. Through a qualitative approach, this study will discuss the cultural influences on the type of activities preferred by senior citizens of Hong Kong. This paper ends by concluding that Hong Kong has a unique culture. This region is a melting pot of Chinese and western cultures. The distinctive culture of Hong Kong leads to a unique preference of activities performed by the elderly. There is a mixture of Chinese tranquility and western pleasure in every activity. All of these activities have something in common, a mixture of Chinese and western cultures.

Keywords: *ageing society, culture; elderly, leisure activity, leisure time*

ABSTRAK

Masyarakat menua sedang menjadi masalah penting bagi berbagai negara di dunia, termasuk Tiongkok. Di Tiongkok sendiri, Hong Kong menjadi salah satu region yang jumlah penduduk lansianya paling banyak. Aktivitas mengisi waktu luang dibutuhkan oleh lansia untuk meningkatkan kualitas hidup dan kepuasan hidup, serta menjaga kesehatan fisik dan mental. Aktivitas yang dipilih untuk mengisi waktu luang ini dipengaruhi oleh budaya suatu daerah. Penelitian ini akan melihat pengaruh budaya terhadap jenis aktivitas yang dilakukan lansia Hong Kong dalam mengisi waktu luang. Di akhir, tulisan ini menyimpulkan bahwa Hong Kong memiliki budaya yang unik. Merupakan *Special Administrative Region* di Tiongkok dan pernah dikuasai Inggris telah membuatnya memiliki budaya dengan perpaduan budaya Tiongkok dan budaya Barat. Kekhasan budaya Hong Kong membuat aktivitas yang dipilih oleh lansia dalam mengisi waktu luang pun sangat unik. Ada nuansa ketenangan ala Tiongkok dan kesenangan ala Barat dalam setiap aktivitas yang dipilih oleh lansia Hong Kong untuk mengisi waktu luang. Semua kegiatan tersebut selalu memiliki ciri khas yang sama: perpaduan antara budaya Tiongkok dan Barat.

<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i2.799>

2087-2119 / 2502-566X ©2018 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

Kata kunci: aktivitas mengisi waktu luang, budaya, lansia, masyarakat menua, waktu luang

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, masalah ageing society, menjadi isu kependudukan yang paling hangat dibahas. *United Nation Development of Economic and Social Affairs* (UN DESA) menyebutkan bahwa pada tahun 1950 terdapat 205 juta jiwa penduduk lansia di dunia. Angka ini meningkat drastis menjadi 814 juta pada tahun 2013, dan terus meningkat di tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2050 diperkirakan jumlah lansia di dunia akan mencapai 2 milyar jiwa (UN, 2013). Peningkatan jumlah lansia ini disebabkan oleh beberapa faktor, yakni penurunan fertility rate dan peningkatan *life expectancy* masyarakat di seluruh dunia.

Dengan meningkatnya jumlah lansia di suatu negara, negara tersebut memiliki tanggung jawab tambahan dalam beberapa aspek, misalnya mengenai pemenuhan segala kebutuhan lansia, baik kebutuhan jasmani maupun rohani. Salah satu kebutuhan lansia yang tidak bisa dielakkan adalah kebutuhan lansia untuk memiliki waktu luang untuk menikmati hidup. Banyak lansia yang sering menganggap kegiatan mengisi waktu luang adalah kegiatan yang menuntut keterampilan tinggi, mahal, sulit, memakan banyak waktu, melelahkan, tidak bermanfaat, dan karenanya tidak cocok untuk mereka yang sudah berusia lanjut. Padahal, partisipasi dalam aktivitas mengisi waktu luang sangat bermanfaat untuk mereka, baik dari sisi psikologis maupun fisik. Aktivitas mengisi waktu luang disinyalir akan membuat lansia memiliki kualitas hidup dan kepuasan hidup yang lebih baik (Cheung et al., 2009). Aktivitas mengisi waktu luang akan membantu lansia untuk menjadi *active ageing* (menua dengan aktif).

Aktivitas mengisi waktu luang menjadi salah satu aspek yang dibutuhkan oleh setiap lansia di belahan dunia manapun, tidak terkecuali di Tiongkok. Tiongkok sendiri menjadi salah satu negara

yang sudah memasuki *ageing society*. Dari tahun ke tahun, jumlah penduduk lansia (penduduk dengan usia 65 tahun keatas) di Tiongkok terus merangkak naik, dari 3.56% pada tahun 1953 menjadi 6.96% pada tahun 2000 dan 8.87% pada tahun 2010, bahkan menjadi 9.7% pada tahun 2013 (Li, 2014; Zhou & Feng, 2015). Untuk kasus Hong Kong sendiri, jumlah lansia di Hong Kong cukup banyak dan peningkatannya bisa dikatakan sangat cepat. Pada tahun 2014, hanya terdapat 15% penduduk lansia di daerah administratif khusus ini. Pada tahun 2017, jumlah lansia di Hong Kong meningkat menjadi 16, 53%. Diperkirakan, angka ini akan meningkat menjadi 19% pada 2019, 23% pada 2024, dan mencapai 36% pada tahun 2064. (Census and Statistics Department Hong Kong Special Administrative Region, 2015; Index mundi, tanpa tahun)

Pentingnya aktivitas mengisi waktu luang bagi lansia turut dibahas dalam ajaran Konfusianisme, ajaran yang membentuk budaya Tiongkok hingga saat ini. Konfusius mengajarkan konsep “5 Hal yang Harus Dimiliki Orangtua”. Kelima hal yang harus dimiliki orangtua adalah: orang tua harus memiliki dukungan secara finansial dan material yang layak (*lǎo yǒu suǒ yǎng*), orang tua harus memiliki pelayanan kesehatan (*lǎo yǒu suǒ yī*), orang tua harus memiliki kesempatan untuk mengenyam pendidikan (*lǎo yǒu suǒ xué*), orang tua harus memiliki prestasi/ pencapaian (*lǎo yǒu suǒ wéi*), dan orangtua harus memiliki kebahagiaan (*lǎo yǒu suǒ lè*) (Yuan, 2001). Hak lansia untuk memperoleh kebahagiaan yang terdapat di poin terakhir ini, salah satunya adalah hak untuk melakukan aktivitas mengisi waktu luang, yang tentunya akan membawa kebahagiaan bagi lansia tersebut. Pemerintah Hong Kong sendiri menyadari pentingnya aktivitas mengisi waktu luang untuk lansia, dengan menyebutkan bahwa

hal tersebut bisa membuat lansia menjadi semakin sehat, melatih fungsi kognitif lansia, mengekspresikan emosi, mencegah isolasi sosial, membantu lansia mempelajari hal baru, mempertahankan kemampuan dalam perawatan diri, meningkatkan kepercayaan diri dan mengurangi kecemasan dan perilaku yang meletup-letup (Elderly Health Service, 2016)

Menurut Wu (2015), aktivitas mengisi waktu luang adalah gambaran dari budaya dan pola hidup manusia. Sehingga, makna waktu luang bisa dianalisis dalam konteks sosial (Kelly, 1999). Masyarakat di tiap daerah memiliki cara yang berbeda-beda dalam mengisi waktu luang. Budaya, kebiasaan, cara hidup dan perkembangan masyarakat di suatu daerah akan mempengaruhi makna, lokasi, jenis, dan cara mereka mengisi waktu luang (Husnah, 2016). Pilihan aktivitas mengisi waktu luang berkaitan dengan banyak hal, seperti kondisi pribadi, sosial, kesehatan mental, dan pemahaman mengenai makna kebahagiaan secara keseluruhan (Beard & Ragheb, 1980). Aktivitas mengisi waktu luang yang disukai oleh masyarakat di suatu daerah, belum tentu disukai oleh masyarakat di daerah lain.

Aktivitas mengisi waktu luang pun bertransformasi seiring dengan perkembangan zaman. Evolusi dari masyarakat di suatu daerah akan menciptakan perubahan mengenai jenis, lokasi, cara, dan berbagai hal terkait aktivitas mengisi waktu luang yang disukai. Begitu juga dengan Hong Kong. Hong Kong menjadi bagian dari Tiongkok sejak masa pemerintahan Dinasti Qin (221-206 SM). Populasi penduduk Hong Kong meningkat pada masa Dinasti Han (206-220 SM) dengan banyaknya orang Han yang bermigrasi ke Hong Kong (Hong Kong Tourism Board, 2002). Unikny, Hong Kong menerima pengaruh budaya Barat setelah diduduki Inggris tahun 1842. Sehingga, kini Hong Kong menjelma menjadi perpaduan antara Tiongkok dengan Barat. Maka, melihat

bagaimana percampuran antara budaya Tiongkok dan budaya barat mempengaruhi pembentukan konsep waktu luang dan aktivitas yang dipilih lansia Hong Kong dalam mengisi waktu luang menjadi hal yang menarik.

Sebenarnya, sudah banyak tulisan yang meneliti tentang aktivitas mengisi waktu luang untuk lansia di Hong Kong (lihat Leung et al., 2011; Chui, 2006). Leung et al. (2011) misalnya, menyatakan bahwa aktivitas mengisi waktu luang bagi lansia di Hong Kong merefleksikan karakteristik gaya hidup orang Hong Kong. Sementara, Chui (2006) mengemukakan bahwa aktivitas mengisi waktu luang untuk lansia di Hong Kong dipengaruhi oleh gender, pendidikan, status pekerjaan, dan tingkat kesehatan. Tapi, sampai saat ini masih sedikit yang mengulas peran budaya dalam membentuk aktivitas mengisi waktu luang lansia Hong Kong. Dengan populasi lansia yang semakin banyak, bagaimana lansia Hong Kong mengisi waktu luangnya menjadi pertanyaan penting. Penelitian ini akan melihat pengaruh budaya terhadap jenis aktivitas yang dilakukan lansia Hong Kong dalam mengisi waktu luang dari dulu hingga saat ini.

Tulisan ini merupakan penelitian kualitatif. Data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka, berupa dokumen-dokumen yang bersumber dari internet dan perpustakaan. Data yang didapatkan melalui studi pustaka dari berbagai disiplin ilmu, diantaranya budaya, ilmu sosial, psikologi. Data tersebut menyangkut kondisi lansia di Tiongkok dan Hong Kong, waktu luang serta pemanfaatan waktu luang oleh lansia. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif analisis dengan menggunakan perspektif budaya. Perspektif budaya ini digunakan untuk menganalisis pengaruh budaya terhadap jenis aktivitas yang dilakukan lansia Hong Kong dalam mengisi waktu luang.

TINJAUAN PUSTAKA

Active Ageing (Lansia yang Aktif)

Menurut WHO (2002), “*Active ageing is the process of optimizing opportunities for health, participation and security in order to enhance quality of life as people age.* Tujuan dari active ageing adalah untuk memperpanjang harapan hidup sehat dan meningkatkan kualitas hidup para lansia di usianya (WHO, 2002). Dengan hidup aktif, diharapkan lansia bisa meningkatkan kualitas hidupnya, sehingga kepuasan dalam hidupnya juga bisa meningkat.

Waktu Luang

Mendefinisikan ‘waktu luang’ bukanlah hal yang mudah. Waktu luang sangat erat kaitannya dengan masing-masing individu, begitu pula dengan aktivitas mengisi waktu luang. Apa yang dikatakan sebagai aktivitas mengisi waktu luang bagi seseorang, bisa saja menjadi pekerjaan bagi orang lain. Sebaliknya, apa yang menjadi beban untuk satu individu, justru bisa dimaknai sebagai aktivitas mengisi waktu luang oleh individu lain. Waktu luang juga tidak bisa dilepaskan dengan tradisi dan kondisi sosial masyarakatnya. Seseorang dari budaya yang berbeda, memiliki cara pandang yang berbeda mengenai bentuk waktu luang.

Dalam bahasa mandarin, waktu luang disebut *xiu xián*. *Xiu xián* terbentuk dari dua karakter, yakni *xiu* dan *xián*. Karakter *xiu* terbentuk dari dua karakter, yakni *rén* (manusia) dan *mù* (sebatang pohon). Secara harfiah, karakter ini berarti seseorang sedang berbaring di bawah pohon untuk beristirahat. Sebagai masyarakat yang menggantungkan hidupnya dari sektor agrikultur, pada zaman dahulu, istirahat dengan berbaring di bawah pohon merupakan hal yang biasa dilakukan oleh orang Tiongkok setiap hari. Proses beristirahat seperti ini setelah seharian bekerja keras di ladang, memberikan kenyamanan dan ketenangan bagi mereka. Seperti inilah gambaran aktivitas untuk mengisi waktu luang bagi masyarakat Tiongkok tradisional: sederhana, namun memberikan kenyamanan.

Sementara, dalam kamus Erya, kamus pertama di Tiongkok yang diperkirakan dibuat sejak tahun 3 SM, karakter *xiu* memiliki dua arti, makna pertama adalah “berhenti sejenak, seperti burung yang hinggap di pohon”, dan “istirahat”. Makna lain dari karakter ini adalah “keindahan”, “baik,” “berharga,” and “berbudi luhur” (Liu, Yeh, Chick & Zinn, 2008). Sedangkan, kamus Kangxi, kamus terlengkap yang disusun pada masa pemerintahan Kaisar Kangxi pada Dinasti Qing, memberikan definisi yang kurang lebih sama, yakni “keberuntungan”, “suka cita”, “kebaikan” dan “berkah” (Ma & Liu, 2009). Terlihat bahwa karakter *xiu* memiliki konotasi yang indah, baik, berharga dan beruntung. Karakter *xiu* menggambarkan proses istirahat yang indah, membawa keberuntungan, suka cita dan kebaikan. Karakter *xiu* tidak hanya menggambarkan waktu luang yang digunakan untuk berekreasi, tapi juga merilekskan jiwa dan pikiran agar tetap tenang. Jadi, karakter *xiu* tidak hanya tentang ketentraman raga, tapi juga jiwa.

Sedangkan karakter *xián* merupakan gabungan dari karakter *mén* (pintu) dan *mù* (sebatang pohon). Karakter ini diasosiasikan seperti kayu yang ditaruh melintang di belakang pintu untuk mengunci pintu, dan melukiskan area yang terproteksi dan tidak bisa diganggu. Dari karakter ini, tergambar area atau waktu untuk beristirahat yang bebas dan tidak terganggu oleh apapun dari luar.

Dilihat dari penjelasan kedua karakter *xiu xián* di atas, waktu luang pada masyarakat Tiongkok tradisional adalah waktu yang bebas dan menenangkan. Konsep waktu luang tersebut bisa terbagi dalam tiga hubungan, yakni: pertama, hubungan manusia dengan alam. Baik dalam karakter *xiu* maupun *xián*, penggambaran mengenai mengisi waktu luang selalu berhubungan dengan alam. Pada karakter *xiu*, beristirahat dilakukan dengan cara berbaring di bawah pohon. Sementara dalam karakter *xián*,

orang bisa merasakan ketenangan dengan beristirahat di rumah, di bawah siraman sinar rembulan yang masuk lewat celah-celah pintu. Kedua, hubungan manusia dengan manusia lain. Setiap manusia membutuhkan ketenangan, kebaikan, dan kenyamanan dalam hidupnya. Bila jiwa seorang individu merasakan ketentraman, maka bisa dipastikan ia akan membawa orang-orang di sekitarnya ke dalam ketentraman pula. Ketiga, hubungan manusia dengan dirinya sendiri. Waktu luang harus diisi dengan aktivitas yang memberikan ketentraman jiwa dan raga. Dengan ketentraman yang ia rasakan, ia bisa meresapi hidup dan mengenali dirinya sendiri.

Menurut Husnah (2016), konsep waktu luang yang digambarkan dalam aksara *xiu xián* di atas tidak bisa dilepaskan dari dua ajaran yang penting di Tiongkok, Konfusianisme dan Taoisme. Kedua ajaran ini menekankan bahwa aktivitas mengisi waktu luang adalah aktivitas yang menenangkan jiwa dan raga. Tujuan melakukan aktivitas mengisi waktu luang adalah untuk memuaskan kebutuhan psikis dan spiritual seseorang, untuk meningkatkan kondisi spiritual seseorang, dan meningkatkan hubungan antara manusia dengan alam, manusia dengan manusia, bahkan antara orang tersebut dengan pribadinya (Ma & Liu, 2009).

Dalam Taoisme, terdapat konsep kunci yang disebut Tao. Secara harfiah, Tao artinya jalan. Maksudnya adalah jalan menuju kebaikan. Dalam Taoisme, manusia tidak bisa dilepaskan dari alam dan harus mengikuti prinsip dari alam untuk mengisi pengalaman hidup, misalnya dengan menjadi satu dengan alam (Yeh, 1993). Manusia dianjurkan untuk hidup dengan cara alami dan memiliki gaya hidup santai, agar dapat menemukan kebenaran yang hakiki (Liu et al., 2008). Mengikuti sabda alam akan membawa kedamaian dan membuat setiap insan mengerti makna hidup. Dalam Taoisme juga ada ajaran yang disebut Wu Wei yang berarti “tidak

melakukan apa-apa”. Maksudnya, manusia akan merasakan keindahan dunia bila ia tidak melakukan apa-apa, hanya “mengikuti kemana angin berhembus” dan “mengikuti kemana air mengalir”.

Adalah Zhuangzi, satu kitab yang merangkum pemikiran Taoisme. Dalam kitab tersebut, terdapat satu bab berjudul “Pengembaraan yang Bebas dan Mudah” (*xiāo yáo yóu*). Karakter *yáo* dalam judul ini memiliki arti menyebrang, melampaui. Sementara karakter *yóu* berarti berenang atau mengapung. Pengembaraan yang dimaksud dalam kitab ini adalah perjalanan melampaui batas-batas kehidupan biasa. Bebas mengikuti kehendak alam, berenang seperti ikan yang mengikuti arus air (Kohn, 2016). Dalam kitab ini juga diceritakan mengenai anak perempuan yang bebas melanglangbuana melampaui empat lautan (Chen, 2016). Kita bisa menyimpulkan bahwa dalam Taoisme, kebebasan dan ketenangan adalah inti dari aktivitas mengisi waktu luang. Hiburan dalam mengisi waktu luang adalah tidak melakukan apa-apa, membiarkan alam menuntun kita. Seperti proses kita berenang mengikuti arus air, terbang mengikuti hembusan angin: tenang, bebas, dan tanpa batasan.

Selain Taoisme, Konfusianisme juga merupakan ajaran yang mempengaruhi kehidupan masyarakat Tiongkok. Konfusianisme menyebar ke berbagai negara, terutama ke negara yang kemudian menjadi unit-unit politik yang dikembangkan kemudian, seperti Hong Kong dan Taiwan (Arcodia, 2003). Di Hong Kong sendiri, Konfusianisme berperan penting dalam keluarga dan hubungan antar individu (Xpat.live, 2016).

Melihat bagaimana Konfusianisme memandang aktivitas mengisi waktu luang, tidak bisa dilepaskan dari konsep manusia yang ideal menurut Konfusianisme. Untuk menjadi manusia sejati dalam ajaran Konfusius, seseorang harus memiliki kemahiran dalam enam disiplin ilmu (*liù yì*). Keenam disiplin ilmu tersebut adalah

ritual (*lì*) musik (*lè*), memanah (*shè*), mengemudikan kereta atau mengendarai kuda (*yù*), menulis atau membuat kaligrafi (*shū*), dan matematika (*shù*) (Wen Yi, 2010). Bahkan, Konfusius pernah mengatakan bahwa untuk mengajarkan seseorang, kamu harus memulai dengan puisi, menekankan ritual dan mengakhiri dengan musik” (Wen Yi, 2010). Mahir dalam keenam disiplin ilmu tersebut merupakan syarat mutlak untuk menjadi manusia sejati. Maka, pada masa Tiongkok tradisional kaum terpelajar biasa melakukan keenam aktivitas tersebut untuk mengisi waktu luang.

Konfusius pun mengajarkan untuk mendukung pikiran yang bebas dan santai. (Liu et al., 2008). Bagi Konfusian, aktivitas mengisi waktu luang adalah aktivitas estetika manusia yang paling luhur dan indah (Ma & Liu, 2009). Ide ini muncul dalam sebuah kisah dalam kitab *Analek Konfusius*:

“Suatu hari, Konfusius menanyakan keempat muridnya, Zi Lu, Ceng Xi, Ran You, dan Gong Xi Hua, apa yang mereka akan lakukan jika kemampuan mereka sepenuhnya diakui.

Zi Lu mengatakan, ia akan berkuasa di daerah yang relatif kecil, yang terancam oleh pasukan dari negara yang lebih besar di sekelilingnya, dan yang sedang menderita kegagalan panen. Di bawah pemerintahannya, dalam waktu tiga tahun masyarakatnya akan terhindar dari ketakutan dan tahu bagaimana caranya menjaga diri mereka sendiri.

Ceng Xi mengatakan, jika ia memimpin daerah sebesar 60 hingga 70 li (sekitar 30.000 hingga 35.000 meter) atau mungkin 50 hingga 60 li (sekitar 25.000 hingga 30.000 meter), dalam tiga tahun, masyarakatnya akan bisa memiliki apapun yang mereka butuhkan.

Ran You mengatakan, dia akan berlaku sebagai asisten walikota, dan memakai pakaian kebesaran.

Gong Xi Hua, orang yang terakhir menjawab mengatakan, pada puncak musim semi, semua mengenakan pakaian musim seminya, saya akan

membawa lima hingga enam orang laki-laki dan enam hingga tujuh orang perempuan pergi berenang di Sungai Yi, menikmati angin sejuk di Festival Tarian Hujan, kemudian pulang ke rumah sambil bernyanyi.

Konfusius mendesah dan berkata, “Ah, menyenangkan. Saya ikut denganmu.”

Ide dari Gong Xi Hua tersebut mencerminkan hidup yang menyenangkan, diisi dengan aktivitas yang menyenangkan, tanpa dibebani oleh masalah pemerintahan. Jawaban Konfusius yang menyetujui hal itu merupakan gambaran bahwa beliau pun mendukung untuk mengisi hidup dengan aktivitas yang menyenangkan tanpa beban.

Dari kedua filsuf ini, masyarakat Tiongkok diajarkan bahwa aktivitas mengisi waktu luang tidak semata-mata merupakan aktivitas bersenang-senang dan foya-foya belaka. Aktivitas mengisi waktu luang bagi masyarakat Tiongkok adalah aktivitas yang menenangkan, yang mengistirahatkan jiwa dan raga dari segala macam hiruk-pikuk duniawi. Jadi, tujuan hiburan adalah untuk memuaskan kebutuhan psikis dan spiritual seseorang, untuk meningkatkan kondisi spiritual seseorang, dan meningkatkan hubungan antara manusia dengan alam, manusia dengan manusia, bahkan antara orang tersebut dengan pribadinya (Ma & Liu, 2009). Hal ini berlaku untuk seluruh kalangan masyarakat, termasuk lansia. Terlebih, lansia sudah memiliki keterbatasan dalam berberapa hal, sehingga aktivitas hiburan yang santai bisa membantu mereka mengistirahatkan tubuh dan menenangkan jiwa mereka.

Selain pengaruh dari Konfusianisme dan Taoisme, kondisi masyarakatnya yang menggantungkan diri pada aspek agrikultur ikut berperan dalam pembentukan konsep waktu luang di Tiongkok. Agrikultur telah berkembang selama ribuan tahun di Tiongkok, dan sebagian besar masyarakat Tiongkok tradisional hidup dengan mata pencaharian sebagai petani. Mereka bekerja

keras dari pagi hingga malam di ladang atau sawah, setiap hari sepanjang tahun. Mereka tidak bisa merubah jadwal bertani atau berkebun, karena akan merusak tanaman yang mereka tanam. Mereka tidak memiliki banyak waktu di rumah. Ketika mereka pulang, mereka sudah terlalu lelah untuk melakukan aktivitas yang terlalu melelahkan. Mereka adalah masyarakat kelas menengah kebawah yang tidak memiliki banyak uang untuk melakukan aktivitas mengisi waktu luang yang menghabiskan banyak uang.

Pada era agrikultur, masyarakat Tiongkok tradisional hidup berkelompok di desa-desa pertanian, untuk mempermudah transportasi dan mempercepat mereka pergi ke ladang. Hal ini kemudian membentuk masyarakat Tiongkok sebagai masyarakat komunal. Hubungan dengan tetangga terdekat sangat erat. Mereka senang berkumpul bersama, dan melakukan aktivitas bersama. Apalagi, Konfusianisme mengajarkan pentingnya hubungan dengan lingkungan. Selain hubungan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, Konfusianisme juga mengajarkan pentingnya keluarga. Keluarga adalah pusat dari kehidupan manusia. Setiap manusia harus berkumpul dan hidup bersama dengan keluarganya, dan memastikan segala kebutuhan setiap anggota keluarganya terpenuhi. Dalam masyarakat Tiongkok tradisional, empat generasi harus hidup bersama, yang disebut dengan istilah Empat Generasi Tinggal di Bawah Satu Atap (*sì shì tóng táng*), yang artinya empat generasi, yang terdiri dari nenek-kakek, ayah-ibu, anak, dan cucu harus tinggal bersama dalam satu rumah. Dengan hidup bersama, secara tidak langsung ikatan di antara anggota keluarga akan sangat erat, dan mereka akan menghabiskan sebagian besar waktu mereka bersama-sama.

Ajaran Konfusianisme ini membentuk masyarakat Tiongkok bersifat kolektif. Triandis & Suh (2002) menyebutkan, Tiongkok memiliki budaya kolektif yang khas. Orang Tiongkok lebih

menekankan pada kohesi dalam kelompok, menghormati norma dalam kelompok dan arahan serta kerja sama. Mereka memiliki ikatan yang kuat dengan keluarga, teman, dan lingkungan di sekitarnya. Mereka jarang melakukan kegiatan mengisi waktu luang sendiri, karena menganggap penting ikatan dengan keluarga, teman dan lingkungan. Mereka lebih suka berkumpul dan melakukan kegiatan secara bersama-sama. Sehingga, mereka sering menghabiskan waktu istirahat mereka dengan berbincang-bincang dengan keluarga, atau bermain dengan anak, atau mengunjungi rumah tetangga dan sanak kerabat. Tidak ada kegiatan yang terlalu rumit, hanya kegiatan yang sederhana, karena yang terpenting adalah kebersamaan.

Sementara itu, masuknya pengaruh barat sejak 1842 turut mempengaruhi pembentukan konsep waktu luang dalam kehidupan masyarakat Hong Kong. Waktu luang atau yang dalam bahasa Inggris disebut *leisure*, berasal dari bahasa Latin *licere* yang artinya mengizinkan atau diizinkan. Dalam kamus Oxford, *leisure* berarti “*freedom and opportunity to do something specified or implied*” (Oxford University Press, 2010). Godbey (1985) menyebutkan bahwa waktu luang diartikan sebagai kebebasan. Ia menyebutkan bahwa:

“Leisure is living in relative freedom from the external compulsive forces of one’s culture and physical environment so as to be able to act from internally compelling love in ways which are personally pleasing, intuitively worthwhile, and provide a basis for faith.”

Iso-Aloha (1979) menyebutkan bahwa inti dari *leisure* adalah kebebasan yang dirasakan oleh yang melakukan, motivasi dalam diri si pelaku dan orientasi kerja yang rendah. Sementara menurut Shawn (1984) inti dari *leisure* adalah kesenangan, fisik, emosional, relaksasi mental, kebebasan untuk memilih, motivasi intrinsik, dan kurangnya evaluasi dari

diri sendiri dan orang lain. Ken Roberts menyebutkan hal serupa. Dalam bukunya yang berjudul *Contemporary Society and the Growth of Leisure* (1978) ia menyebutkan bahwa “*freedom form is a condition of leisure*”. Ini menandakan bahwa inti dari leisure dalam budaya barat adalah konsep tentang kebebasan: waktu luang dimaknai sebagai *freetime*, saat seseorang memiliki kebebasan dari kewajiban, dan memiliki kebebasan untuk menentukan aktivitas yang bisa dilakukan.

Leisure dalam budaya Barat berakar dari kebudayaan Yunani kuno, era saat perbudakan banyak terjadi. Di era ketika kerja keras harus dilakukan oleh para budak sepanjang hari, waktu ketika para budak boleh beristirahat dan tidak kerja, disebut sebagai “waktu luang”. “*Leisure*” dimaknai sebagai waktu yang berseberangan dengan “kerja”. Maka, waktu luang dalam budaya barat identik dengan sebuah kebebasan (Hunnicut, 2006).

Bila dalam budaya tradisional Tiongkok aktivitas yang dilakukan cenderung bersifat pasif, dalam budaya barat waktu luang erat kaitannya dengan aktivitas yang aktif dan penuh petualangan. Mereka juga menyukai aktivitas yang menyenangkan. Maka, bila kita perhatikan, orang barat suka mengisi waktu luangnya dengan aktivitas seperti panjat tebing, berkemah, tenis, golf, berkuda, dan lain sebagainya. Budaya Tiongkok tradisional lain yang besebrangan dengan budaya barat adalah budaya kolektivisme Tiongkok. Tidak seperti masyarakat Tiongkok, masyarakat barat lebih bersifat individualis. Menurut Hofstede (1980), individualisme membuat orang lebih suka bertindak sebagai individu (bertindak perorangan) daripada sebagai anggota suatu kelompok atau bertindak kolektif. Hal ini kemudian menyebabkan munculnya perbedaan antara budaya Tiongkok dan barat dalam mengisi waktu luang. Dalam budaya Tiongkok, aktivitas yang dipilih untuk mengisi waktu luang adalah kegiatan bersama yang bisa

membangun ikatan kuat dengan orang-orang terdekat, seperti bermain catur dan mahjong bersama komunitas, menari bersama, atau sekedar berkumpul di taman bersama-sama. Sementara aktivitas mengisi waktu luang dalam budaya Barat adalah aktivitas yang sifatnya individu, seperti membaca buku, menonton televisi, bersepeda, dan lain sebagainya.

Globalisasi juga ikut berperan terhadap transformasi budaya dan gaya hidup suatu negara. Sehingga, budaya Tiongkok tradisional di Hong Kong telah berubah secara signifikan, dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat Hong Kong, mulai dari cara berpakaian, cara bertingkah laku, gaya rambut, bahkan cara mereka mengisi waktu luang. Semua telah mengalami perubahan seiring dengan masuknya pengaruh barat, modernisasi dan globalisasi di daerah tersebut.

PEMBAHASAN

Aktivitas Mengisi Waktu Luang oleh Lansia Hong Kong

Elderly Health Service memberikan panduan bagaimana cara lansia Hong Kong memilih aktivitas mengisi waktu luang yang sesuai dengan usia mereka. Institusi yang berada di bawah Departemen Kesehatan Hong Kong ini menyebutkan, lansia harus memilih aktivitas yang mereka minati. Namun, mereka juga harus mempertimbangkan kondisi fisik dan kemampuan kognitif mereka. Misalnya, seseorang yang memiliki masalah nyeri lutut, tidak dianjurkan untuk mendaki gunung, tapi ia bisa memilih berjalan santai di jalur yang tidak terlalu berat. Atau, seorang lansia dengan ingatan yang buruk tidak disarankan untuk memasak sendiri, tapi masih bisa berkontribusi menyiapkan makanan dengan bantuan anggota keluarga lain. Lansia yang memiliki pendengaran yang buruk, diharapkan memilih membaca koran, alih-alih mendengarkan radio atau menonton televisi (*Elderly Health Service*,

2016).

Banyak hal yang bisa dilakukan lansia Hong Kong dalam mengisi waktu luang sehari-hari, baik aktivitas di dalam maupun di luar ruangan. Berikut adalah berbagai aktivitas yang biasa dilakukan oleh lansia Hong Kong untuk mengisi waktu luang mereka. Pertama, bersantai di rumah. Dengan terbatasnya kondisi fisik lansia, bersantai di rumah menjadi pilihan yang paling banyak dilakukan oleh lansia Hong Kong. Aktivitas bersantai di rumah yang sering dilakukan oleh lansia Hong Kong adalah menonton televisi (99%), mendengar radio atau musik (57%), dan memelihara hewan peliharaan atau tumbuhan (38%) (Cheung et al., 2009).

Sejak tahun 1980an, menonton televisi menjadi aktivitas mengisi waktu luang yang paling populer di Tiongkok (Davis, 1995). Di Hong Kong sendiri, aktivitas ini juga menjadi kegiatan di dalam ruangan yang paling populer dilakukan oleh lansia. Berbagai *genre* bisa dinikmati di Hong Kong, mulai dari drama sabun Hong Kong, serial komedi, hingga *variety show*. Di antara semua *genre* tersebut, *genre* film seni bela diri menjadi produk Hong Kong yang paling diminati. Kedua, berolahraga. Lansia Tiongkok cukup menyukai olahraga (Chi, 2014). Kegiatan ini adalah kegiatan yang banyak dipilih oleh para lansia di Hong Kong untuk mengisi waktu luangnya (Sivan, 2002). Ini diperkuat dengan sejumlah kebijakan yang mendukung aktivitas fisik untuk lansia yang dicanangkan pemerintah beberapa tahun belakangan ini. Misalnya, *The National Fitness Program* yang menekankan pentingnya lansia, terutama disabilitas, untuk berpartisipasi dalam aktivitas fisik. Ada juga *the 12th Five Year Plan of Chinese Sport Course* yang mengajak lansia, kaum difabel dan kelompok-kelompok berkebutuhan khusus lainnya untuk melakukan aktivitas fisik. Selain itu, ada *12th Five-Year Plan of Chinese Aging Course* yang mengutarakan pentingnya melakukan aktivitas fisik

bagi lansia, terutama dengan peningkatan jumlah lansia di Tiongkok saat ini (Chi, 2014). Pemerintah Hong Kong sendiri mengeluarkan kebijakan untuk mendorong lansia terlibat aktif dalam kegiatan olahraga, dengan *The Healthy Exercise for All Campaign*. Maka, tidak mengherankan bila lansia di Hong Kong sangat akrab dengan aktivitas olahraga. Bagi para lansia yang kondisi kesehatannya sudah tidak sebaik ketika muda, berolahraga secara berkala sangat dibutuhkan untuk menjaga kesehatan tubuhnya. Jenis olahraga yang dipilih lansia adalah yang tidak terlalu menguras tenaga dan gerakannya banyak melatih pernafasan, ketenangan dan konsentrasi, di antaranya *Tai Chi*, *Qi Gong*, yoga, berlari, berenang, mendaki gunung, bersepeda, bermain permainan bola, menari (Leung, Leung & Lam, 2011).

Qi gong dan *Tai Chi* menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat Tiongkok, termasuk Hong Kong. Kedua olahraga ini merupakan olah raga tradisional Tiongkok yang biasa dilakukan oleh lansia di pagi hari. Banyak lansia yang melakukan olah raga ini di tempat-tempat umum di Hong Kong, seperti di taman kota. *Tai Chi* dan *Qi Gong* sudah dikenal selama berabad-abad sebagai aktivitas fisik yang tidak hanya bisa digunakan sebagai bela diri, namun juga bisa sebagai sarana untuk melatih kesehatan. Gerakan-gerakan yang ditampilkan dalam olahraga ini cenderung bersifat tenang, perlahan, dan lebih mengutamakan latihan pernafasan. Olahraga ini tidak hanya melatih kekuatan fisik, tapi juga kekuatan spiritual (Husnah, 2016). Maka, wajar bila banyak lansia melakukan olahraga ini untuk menjaga kesehatannya. Setiap pagi hari, taman dan tempat-tempat publik di Hong Kong dipadati oleh lansia yang melakukan *Taichi*. Bagi lansia, gerakan *Taichi* yang berfokus pada pengelolaan energi dan kontrol pernafasan tidak hanya berguna untuk kesehatan fisik, seperti meningkatkan konsentrasi, fungsi kardiorespirasi, kekuatan otot, kelenturan,

keseimbangan, imunitas, tapi juga berguna bagi kesehatan mental seperti menenangkan pikiran, menghilangkan depresi dan stress. (Chang, et al., 2010; Internations, Tanpa Tahun)

Selain *Taichi*, lansia Tiongkok juga suka menari di tempat publik secara berkelompok. Tarian ini dikenal dengan nama *Guangchang Wu*. Kita akan mudah menjumpai sekelompok lansia sedang melakukan tarian di area publik pada pagi maupun sore hari. *Guang Chang Wu* dilakukan berkelompok dengan sinkronisasi gerakan yang luar biasa sempurna. Gerakan yang perlahan, dan dinamis dalam *Guang Chang Wu* dapat melatih konsentrasi, melatih pernafasan, menjaga kesehatan dan menenangkan pikiran lansia. Selain itu, seperti halnya *Tai Chi* dan *Qi Gong*, tarian ini juga bisa membantu lansia menjaga kesehatan. Dengan berkumpul bersama di ruang publik dan melakukan tarian bersama-sama, lansia juga bisa sekaligus bersosialisasi dengan teman-teman seusianya. (Husnah, 2016)

Lansia Hong Kong juga suka menikmati kegiatan mendaki gunung dan jalan-jalan. Berjalan-jalan di gunung bisa menjadi aktivitas olahraga untuk tubuh sekaligus aktivitas menenangkan jiwa bagi para lansia, sehingga hiburan ini menjadi salah satu kegiatan yang diminati oleh lansia di Hong Kong. 1970-1980-an bahkan menjadi masa kejayaan bagi kegiatan mendaki gunung dan jalan-jalan di Hong Kong. Aktivitas lain yang tidak bisa dilepaskan dari lansia di Hong Kong adalah bersepeda. Lansia di Hong Kong sangat menyukai tur bersepeda. Lansia bisa bersepeda sambil melihat pemandangan laut, gunung atau tempat-tempat bersejarah.

Kita bisa melihat jelas bahwa kegiatan-kegiatan fisik yang dilakukan oleh lansia di Hong Kong lebih banyak merupakan kegiatan yang sifatnya menenangkan. *Qi Gong*, *Tai Chi*, dan menari, menekankan pada gerakan-gerakan yang tenang, perlahan, memadukan antara gerakan fisik

dan ketenangan pikiran. Mendaki gunung, berjalan-jalan dan bersepeda, bisa mengajak lansia melihat pemandangan alam yang tentu saja bisa menenangkan pikiran sekaligus mendekatkan lansia dengan alam. Hal ini selaras dengan konsep mengisi waktu luang dalam Konfusianisme dan Taoisme.

Selain olahraga-olahraga yang santai dan tenang tersebut, olahraga bernuansa barat yang ramai pun memiliki posisi penting di hati lansia Hong Kong. Salah satu yang kemudian paling dikenal adalah balap kuda. Pada 1845, lomba pacuan kuda pertama diadakan di Pokfulam (Leisure and Cultural Services Department, 2015). Dengan didirikannya *The Hong Kong Jockey Club* pada 1884, balap kuda semakin terkenal di Hong Kong. Pada abad kesembilan belas, balap kuda di Hong Kong menjadi semacam festival yang sangat meriah. Balapan digelar sekali dalam setahun, biasanya sekitar tahun baru Imlek. Euforia pacuan kuda menyebar ke seluruh lapisan masyarakat. Pacuan kuda seperti karnaval, dengan pedagang asongan yang menjual makanan, kios-kios, dan sekelompok orang yang membawa serta keluarganya. Pacuan kuda terus menjadi kegiatan yang terkenal di masyarakat Hong Kong dari masa ke masa, terutama dengan adanya radio, televisi dan internet yang dengan mudah menyiarkan berita mengenai pacuan kuda. Pacuan kuda kemudian menjadi hiburan yang disukai oleh lansia di Hong Kong. Ketika musim pacuan kuda, sebagian lansia yang masih bertenaga akan melakukan pacuan kuda sendiri. Sementara, sebagian lansia lain akan lebih memilih untuk menonton pacuan kuda langsung di arena, atau berkumpul bersama lansia lainnya sambil mendengarkan siaran pacuan kuda lewat radio atau melihat lewat televisi. Tidak jarang para lansia ini menyisipkan perjudian di sela-sela aktivitas menonton pacuan kuda, bertaruh kuda mana yang akan memenangkan pertandingan.

Lansia Hong Kong pun senang melakukan olahraga otak seperti bermain *board games*. (Leung, Leung & Lam,

2011) *Board games* paling dikenal adalah catur Tiongkok, *weiqi*, *fantan*, *mahjong* dan *pai gow*. *Ma Jiang* atau yang lebih dikenal di Hong Kong sebagai *Mahjong* adalah permainan yang terkenal bagi masyarakat Hong Kong, terutama bagi lansia perempuan. Aktivitas ini memiliki sisi positif untuk lansia, yakni menjalin interaksi sosial, melarikan diri dari stress, melatih perhatian, memori dan perhitungan (Husnah, 2016). Orang-orang tidak hanya menikmati permainan *Mahjong* sebagai sebuah permainan belaka, namun juga sebagai aktivitas sosial dimana mereka bisa menghabiskan waktu bersama dengan para lansia lain. Merupakan hal yang lumrah, melihat meja-meja permainan *mahjong* berada di tempat-tempat teduh di pedesaan atau di taman-taman di Hong Kong (Calligraphy for God, 2014). *Mahjong* juga sangat terkenal karena bisa digunakan untuk judi, salah satu yang sangat disukai orang Hong Kong. Meskipun pemerintah pernah melarang aktivitas judi di Hong Kong pada 1844, tapi perjudian terus terjadi di penjuru Hong Kong (Kangda & Koh, 2009). Alasan lansia di Hong Kong berjudi tidak hanya melulu karena untuk mencari uang, tapi karena berbagai latar belakang, seperti untuk menjalin interaksi sosial, melarikan diri dari stress, dan mengisi waktu luang. Selain itu, lansia yang melakukan permainan ini juga bisa mendapatkan sisi positif lain. *Mahjong* bisa membantu lansia melatih perhatian, memori dan perhitungan. Di Hong Kong terdapat kedai-kedai teh atau tempat-tempat yang khusus dipersiapkan sebagai arena permainan *mahjong* dan berbagai permainan sejenis.

Ketiga, berekreasi. Lansia Hong Kong senang pergi ke tempat hiburan, museum, teater, konser dan pameran, dan menonton pertunjukan (Leung, Leung & Lam, 2011). Mereka juga senang pergi ke tempat-tempat perbelanjaan atau taman-taman kota. Pertunjukan-pertunjukan yang sering disaksikan oleh lansia Hong Kong adalah pertunjukan musik barat, musik

tradisional Tiongkok, opera barat, hingga opera Kanton yang banyak ditampilkan di gedung-gedung pertunjukan dan bioskop. Bioskop didirikan di pusat Hong Kong dan daerah barat Hong Kong pasca Inggris masuk ke Hong Kong. Pada awalnya tempat tersebut disiapkan untuk opera Kanton. Opera Kanton adalah bentuk teater rakyat yang terkenal di provinsi Guangdong dan Guangxi. Opera ini banyak ditampilkan di acara-acara penting seperti festival-festival dan ulang tahun dewa. Pada awal abad kedua puluh, terdapat beberapa teater yang dibangun di Hong Kong untuk menampilkan pertunjukan Opera Kanton, di antaranya Teater Ko Shing, Teater Tai Ping, Teater Lee dan Teater Central. Seiring dengan perkembangan zaman, opera Kanton tidak hanya ditampilkan di teater, tapi juga masuk ke rumah-rumah penduduk melalui radio hingga tahun 1950-an. Namun, setelah film Barat muncul, ditambah dengan munculnya perusahaan-perusahaan film di Hong Kong setelah tahun 1949, Hong Kong menjadi pusat pembuatan film. Hal ini membuat tempat pertunjukan tidak hanya menjadi rumah bagi opera Kanton semata, namun juga menjadi tempat untuk mempertunjukkan seni barat seperti film dan opera barat. Bioskop besar pun berdiri dan film berkembang menjadi hiburan yang populer di Hong Kong pada 1950-an.

Sejak akhir tahun 1940 hingga 1960, sejumlah taman hiburan dibuka di Hong Kong, seperti *Great World Amusement Park*, *Lunar Park*, *Lai Chi Kok Amusement Park*, *Tsuen Wan Amusement Park* dan *Kai Tak Amusement Park*. Kemudian pada 1877 dibuka *Ocean Park* Hong Kong, dengan konsep taman rekreasi laut. Kemudian pada 2005 Hong Kong Disneyland dibuka untuk umum sebagai taman hiburan kelas dunia pertama di Hong Kong. Berbagai taman hiburan ini banyak didatangi lansia Hong Kong, terutama yang sedang berekreasi bersama keluarga.

Lansia Hong Kong juga senang pergi ke tempat-tempat perbelanjaan untuk

berbelanja (Leung, Leung & Lam, 2011). Bisa dikatakan bahwa ini menjadi salah satu aktivitas yang juga sering dilakukan oleh lansia Hong Kong. Dari sebuah survei, sebanyak 32% dari responden yang diwawancarai menyatakan bahwa berbelanja bersama menjadi salah satu aktivitas yang rutin dilakukan oleh lansia Hong Kong (Cheung et al., 2009). Hong Kong merupakan surga bagi para penikmat belanja. Aneka tempat berbelanja tersedia di Hong Kong, seperti *Causeway Bay*, *Sheung Wan*, *Ladies Market*, *Langham Place*, *The Peak Market*, *Harbour City*, dan lain sebagainya.

Keempat, aktivitas seni. Aktivitas seni yang diminati lansia Hong Kong diantaranya menulis puisi, melukis kaligrafi Tiongkok, menggambar, membuat kerajinan tangan dan bermain alat musik. Dari survei yang dilakukan oleh Cheung et al. (2009) diketahui bahwa terdapat sejumlah kecil lansia Hong Kong yang melakukan aktivitas seni dalam kehidupan sehari-hari mereka, seperti melakukan pertunjukan musik (4,5%), menggambar atau menulis (4,5%), dan membuat karya seni atau kerajinan tangan (2,2%). Walaupun jumlah lansia yang melakukan aktivitas ini tidak sebanyak kelompok aktivitas yang lain, namun tetap saja aktivitas seni menjadi salah satu pilihan kegiatan yang bisa dilakukan oleh lansia Hong Kong.

Lansia Hong Kong memiliki banyak waktu luang untuk mereka habiskan. Sementara, waktu yang dimiliki oleh kaum muda sudah habis digunakan untuk aktivitas mereka. Penduduk usia produktif di Hong Kong sibuk bekerja sepanjang minggu, sementara anak-anak usia sekolah sibuk bersekolah. Mereka tidak memiliki cukup waktu untuk berkumpul dengan orang tua dan kakek-nenek mereka. Orang-orang di kelompok usia ini memiliki waktu yang terbatas untuk menjalin komunikasi dengan keluarga, terutama orang tua dan kakek-nenek mereka yang sudah lansia. Padahal, dalam tradisi Tiongkok yang dipengaruhi

oleh Konfusianisme, setiap anak memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan orang tua akan hiburan. Maka, untuk memanfaatkan waktu yang mereka miliki semaksimal mungkin, mereka berusaha berkumpul dengan keluarga. Waktu luang akan dimanfaatkan oleh penduduk usia produktif di Hong Kong dengan mengajak para lansia untuk berlibur. Maka, hiburan-hiburan yang sudah dijelaskan di atas sering dilakukan oleh lansia bersama-sama dengan keluarga dekat, anak dan cucu. Meskipun, tidak sedikit juga lansia yang mengisi waktunya dengan melakukan aktivitas tersebut seorang diri, bersama pasangan, atau bersama temannya.

PENUTUP

Waktu luang sangat penting untuk lansia. Dengan terpenuhinya kebutuhan lansia akan hal tersebut, diharapkan membuat kualitas hidup mereka menjadi semakin baik. Ajaran Konfusianisme yang dianut masyarakat Tiongkok sendiri mengajarkan bahwa setiap lansia memiliki hak untuk mendapatkan kebahagiaan dalam hidupnya, termasuk mendapatkan waktu luang. Di sisi lain, dengan bertambahnya usia, lansia memiliki banyak keterbatasan secara fisik sehingga mereka cenderung memilih mengerjakan aktivitas yang sesuai dengan kemampuan fisik mereka.

Hong Kong adalah daerah yang unik, budayanya merupakan perpaduan antara budaya Tiongkok dan budaya barat. Budaya Hong Kong ini juga berpengaruh pada cara pandang lansia Hong Kong terhadap konsep waktu luang dan aktivitas yang dipilih oleh mereka dalam mengisi waktu luang. Dari penjabaran di atas, dapat terlihat bahwa kegiatan yang dilakukan lansia Hong Kong dalam mengisi waktu luang mereka sangat bervariasi. Lansia Hong Kong melakukan aktivitas mengisi waktu luang dengan ciri khas masyarakat Tiongkok tradisional, yang menenangkan, sederhana, tidak mengeluarkan banyak uang

serta bisa mengumpulkan anggota keluarga dan lingkungan sekitar. Aktivitas dengan ciri khas tersebut di antaranya bersantai di rumah, olahraga *Taichi* dan *Qigong*, tarian *Guangchang Wu*, bermain catur Tiongkok, berjalan santai, dan lain sebagainya. Namun, ide barat mengenai konsep waktu luang pun mempengaruhi pemilihan aktivitas mengisi waktu luang saat ini. Sekarang, lansia Hong Kong juga suka melakukan aktivitas-aktivitas mengisi waktu luang bergaya barat yang cenderung bersifat meriah, memiliki tantangan, mengeluarkan banyak uang, untuk bersenang-senang dan cenderung dilakukan oleh satu orang atau individu. Aktivitas yang termasuk dalam kategori ini di antaranya adalah balapan kuda, berbelanja, mendaki gunung, menonton pertunjukan dan lain sebagainya. Aktivitas mengisi waktu luang oleh lansia Hong Kong tidak hanya dimaknai sebagai suatu bentuk pengistirahatan jiwa, yang membuat jiwa menjadi tenang, damai dan tentram, tapi juga sebagai bentuk aktivitas yang sarat suka cita, kesenangan, hiruk pikuk, glamor, hingga foya-foya. Hong Kong adalah perkawinan eksotisme tradisi dan hiruk pikuk modernitas, aktivitas yang dilakukan oleh lansia di Hong Kong adalah aktivitas di mana ketenangan timur dan kesenangan barat bersua.

PUSTAKA ACUAN

- Arcodia, C. (2003). Confucian Values and Their Implications for the Tourism Industry. Accessed on June 4, 2018 from http://espace.library.uq.edu.au/view/uq:10175/ca_cviti.pdf.
- Beard, J. G. & Ragheb, M. G. (1980). Measuring Leisure Satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12, 20–33.
- Calligraphy for God. (2014). 5 Popular Leisure Activities in China. Accessed on June 4, 2018 from <http://www.calligraphyforgod.com/leisure-activities-china.html>.
- Census and Statistics Department Hong Kong Special Administrative Region. (2015). Hong Kong Population Projections 2015-2064. Accessed on May 30, 2018 from <https://www.statistics.gov.hk/pub/B1120015062015XXXXB0100.pdf>.
- Chang, Y.K., Nien Y.H., Tsai, C.L., & Etnier, J.L. (2010). Physical Activity and Cognition in Older Adults: The Potential of Tai Chi Chuan. *Journal of Aging and Physical Activity*, 18, 451-472.
- Chen, Guying. (2016). *The Philosophy of Life: A New Reading of the Zhuangzi*. Leiden : Brill.
- Cheung M.C., Ting W., Chan L.Y., Ho K.S., & Chan W.M. (2009). Leisure Participation and Healthrelated Quality of Life of Community-dwelling Elders in Hong Kong. *Asian J Gerontol Geriatr* 2009, 4, 15–23. Accessed on May 23, 2018 from http://www.hkag.org/Publications/AJGG/V4N1/p15_2009-46-OA.pdf.
- Chi, Y. (2014). Reasons and Characteristics of Shanghai Elderly Sport Participation. Master's Thesis Department of Sport Sciences Faculty of Sport and Health Sciences University of Jyväskylä.
- Davis, D.S. (1995). *Urban Spaces in Contemporary China: The Potential for Autonomy and Community in Post Mao China*. New York: Cambridge University Press.
- Elderly Health Service, Department of Health The Government of the Hong Kong Special Administrative Region. (2016). Activity and Elder. Accessed on May 23, 2018 from http://www.elderly.gov.hk/english/healthy_ageing/exe_leisure_travel/activity_and_elder.html.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*. Beverly Hills, CA: Sage. Hunter.
- Hunnicut B.K. (2006) *The History of Western Leisure*. In Rojek C., Shaw S.M.,

- Veal A.J. (Eds), *A Handbook of Leisure Studies*. Palgrave Macmillan, London. 55-74.
- Index Mundi, (n.d). China vs. Hong Kong. Accessed on May 4, 2018 from <https://www.indexmundi.com/factbook/compare/china.hong-kong/demographics>.
- Kangda, F. & Koh, M. (2009). *Hong Kong*. Hong Kong: Times Publishing Limited.
- Kelly, J.R. (1999). Leisure and Society: A Dialectical Analysis. In E. L. Jackson, & T. L. Burton (Eds.), *Leisure studies: prospects for the Twenty-First Century*. State College, PA: Venture. 81-95.
- Kohn, L. (2016). *Science and the Dao*. Cambridge, Mass.: Three Pines Press.
- Li, W. (2014). *Contemporary China's Society*. China intercontinental Press.
- Leisure and Cultural Services Department. (2015). *Hong Kong's Popular Entertainment*. Accessed on May 16, 2016 from http://www.heritagemuseum.gov.hk/documents/2199315/2199693/Entertainment_E.pdf.
- Leung, G.T.Y., Leung, K.F., & Lam, L.C.W. (2011). Classification of Late-life Leisure Activities among Elderly Chinese in Hong Kong. *East Asian Arch Psychiatry*, 123-127.
- Liu, H.M., Yeh, C.K., Chick, G.E., & Zinn, H.C. (2008). An Exploration of Meanings of Leisure: A Chinese Perspective. *Leisure Science*, 30, 482-488.
- Ma, H. & Liu, E. (2009). Social Transformation: The Value of Traditional Leisure Culture of China Revisited. *World Leisure Journal*, 51, 3-13.
- Oxford University Press. (2010). *Oxford English Dictionary*. Accessed on November 1, 2017 from <http://dictionary.oed.com/>.
- Roberts, K. (1978). *Contemporary Society and the Growth of Leisure*. London: Longman.
- Shawn, S. (1984). The Meaning of Leisure in Everyday Life. *Leisure Sciences*, 7(1), 1-24.
- Sivan, A. (2002). Leisure Participation of Hong Kong Elderly: Policy and Practice. In Yao, Y.C., *Leisure and Life Satisfaction among Tai Chi and Public Square Dance Participants in Hong Kong*. Master's thesis, Lingnan University, Hong Kong. Accessed on June 4, 2018 from http://commons.ln.edu.hk/soc_etd/38/.
- Triandis, H.C. & Suh, E.M. (2002). Cultural Influences on Personality. *Annual Review of Psychology*, 53, 133-160.
- United Nations (UN). (2013). *World Population Ageing 2013*. Accessed on October 23, 2015 from <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeing2013.pdf>.
- Wen, Y. (2010). *Six Arts of Ancient China*. Accessed on June 7, 2016 from http://www.chinaculture.org/chinese-way/2010-01/06/content_365922_2.htm.
- World Health Organization. (2002). *Active Ageing: A Policy Framework*. Geneva: World Health Organization.
- Xpat.live. (2016). *Hong Kong Culture*. Accessed on June 2, 2016 from <https://hongkong.xpat.life/culture>.
- Yeh, C.K. (1993). *Hsiao-yao: The Chinese Way of Leisure*. Doctoral's Dissertation, University of Illinois at Urbana Champaign.
- Yuan, L. (2001). China's Population Policy: Aging, Gender, and Sustainability. *Journal of Research on Women and Gender*, 39-55.
- Zhou, M.M. & Feng, X.L. (Eds). (2015). *Bluebook of Elderly Care as an Industry in Beijing: Annual Report on the Development of Elderly Care as an Industry in Beijing*. Social Sciences Academic Press. China.



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: [2087-2119](#)

e-ISSN: [2502-566x](#)

LANJUT USIA (LANSIA) DALAM KEBIJAKAN PARIWISATA DI HONG KONG (TIONGKOK): TAHUN 1978-2016

ELDERLY IN THE HONG KONG (CHINA) TOURISM POLICY: 1978-2016

Erlita Tantri

Pusat Penelitian Sumber Daya Regional, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2SDR-LIPI)
email: erlita_tantri13@yahoo.com

Diterima: 7-9-2018

Direvisi: 13-11-2018

Disetujui: 4-12-2018

ABSTRACT

Hong Kong is one of the special administrative regions of China which is very well known as a tourist destination. The increasing number of elderly in some regions of China and the growth of elderly's interest in tourism have encouraged the development of tourism in Hong Kong as the popular tourist destinations for any ages including the elderly. Then, What was the tourism policy that had been taken by China, especially the Hong Kong administration in order to attract tourists from various ages, regions, ethnicities and cultures? What were tourism offers that supplied by Hong Kong administration to tourists including the elderly? Through literature studies and in-depth interviews, this study tries to look the tourism policies in China, especially Hong Kong for elderly tourists. China, especially Hong Kong were very concerned regarding to tourism policies since the beginning of China's reform or when Hong Kong was held by the British government. These were related to the role of tourism as one of the money machines for state or regional income. Hong Kong has offered a variety of interesting entertainment for tourists, both young and old. Various offers of tourist entertainment have spoiled visitors, including the elderly. In addition, there are many facilities, tourist infrastructures, and the convenience for getting any kinds of entertainment that intended for elderly tourists. These are that have led to the increasing number of elderly people to visit Hong Kong tourism.

Keywords: *elderly, tourism, policy, history*

ABSTRAK

Hong Kong merupakan salah satu wilayah administrasi khusus Tiongkok yang sangat terkenal sebagai tujuan wisata. Seiring dengan meningkatnya jumlah lansia di sejumlah wilayah di Tiongkok serta berkembangnya minat lansia dalam berwisata, telah mendorong perkembangan pariwisata di Hong Kong yang menjadi salah satu destinasi wisata favorit bukan hanya bagi kaum muda, anak-anak dan dewasa, namun juga bagi lansia. Lalu, Bagaimana kebijakan pariwisata yang diambil oleh pemerintah

<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i2.797>

2087-2119 / 2502-566X ©2018 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

Hong Kong dalam rangka menarik wisatawan dari berbagai segmen usia, wilayah, etnis, dan budaya? Bagaimana dengan pariwisata yang ditawarkan Hong Kong kepada wisatawan termasuk lansia? Melalui studi literatur dan wawancara mendalam, studi ini berusaha melihat kebijakan pariwisata di Tiongkok khususnya Hong Kong bagi wisatawan lansia. Tiongkok, khususnya Hong Kong memperlihatkan bahwa pemerintah sangat peduli dengan kebijakan pariwisatanya sejak awal reformasi Tiongkok bahkan sejak di pegang oleh pemerintahan Inggris. Hal ini terkait dengan peran pariwisata sebagai salah satu mesin uang bagi pendapatan negara atau wilayah. Hong Kong sendiri menawarkan beragam hiburan menarik bagi wisatawan, baik muda maupun tua. Berbagai tawaran hiburan wisata telah memanjakan pengunjung termasuk lansia. Selain itu, telah banyak fasilitas, infrastruktur wisata, dan kemudahan untuk mendapatkan jenis hiburan yang ditujukan bagi wisatawan lansia. Hal ini yang mendorong bagi meningkatnya jumlah lansia mengunjungi pariwisata Hong Kong.

Kata kunci: lansia, pariwisata, kebijakan, sejarah

PENDAHULUAN

Saat ini, tren berwisata yang dilakukan oleh para orang tua atau lanjut usia (lansia) bukan hanya dilakukan oleh mereka dari negara maju saja, namun juga dari negara berkembang. Hasrat berwisata dari negara berkembang mulai meningkat, khususnya para lansia atau orang tua yang berasal dari negara Tiongkok dan India (Tretheway & Mak, 2006). Oleh karena itu, perkembangan penduduk dengan meningkatnya jumlah penduduk berusia tua di negara maju dan juga negara Tiongkok, akan membuka peluang industri pariwisata. Biasanya penduduk lansia akan mencari pengalaman wisata yang berbeda dengan mereka yang berusia produktif. Turis lansia umumnya menikmati pariwisata yang bersifat relaksasi, hiburan psikologis, wisata kesehatan, *cruise* atau pesiar dengan kapal dan pameran atau museum.

Sedangkan berbicara tentang Hong Kong, penulis menjalinnnya dengan negara Tiongkok, di mana Hong Kong kini menjadi bagian dari negara Tiongkok. Tiongkok adalah negara ekonomi baru di Asia dengan kondisi ekonomi yang cenderung stabil. Pada saat ini, penduduk Tiongkok banyak memiliki pendapatan yang lebih baik dan hidup lebih sejahtera. Pendapatan yang lebih baik dengan meningkatnya jumlah kelas menengah hingga ke atas menyebabkan semakin banyak orang yang ingin menikmati kesuksesannya dengan menikmati waktu luang. Maka tidak

heran, kini banyak turis dari Tiongkok yang mendatangi negara-negara di Asia dan Eropa. Organisasi pariwisata dunia (*World Tourism Organization*, UNWTO) memperkirakan bahwa pada tahun 2020, turis Tiongkok yang keluar untuk menikmati wisata di wilayah lain akan mencapai 100 juta pelancong (Tretheway & Mak, 2006). Kondisi ini tentunya akan memberi peluang bagi negara-negara tujuan wisata untuk memperbaiki kualitas pariwisatanya guna menarik minat wisatawan Tiongkok termasuk Indonesia.

Hong Kong adalah *Special Administration Region* (SAR atau Wilayah Administrasi Khusus) dari negara Republik Rakyat Tiongkok (RRT) sejak tahun 1997 yang sebelumnya Hong Kong berada di bawah administrasi Inggris sejak tahun 1841. Perpindahan ini tentunya akan membawa perubahan pada kebijakan-kebijakan (pariwisata) di Hong Kong yang sebelumnya berafiliasi dengan Inggris kemudian menjadi bagian dari Tiongkok. Kebijakan pariwisata menjadi penting karena Hong Kong memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Hong Kong menjadi salah satu pilihan tujuan wisata bagi penduduk internasional dengan tawaran wisata budaya, hiburan dan belanja yang menarik. Wisata ini juga mampu menarik wisatawan dari kalangan lansia. Wisata Hong Kong yang banyak digemari oleh wisatawan lansia misalnya wisata

belanja, kuliner, relaksasi (kesehatan), seni dan pertunjukan atau opera, wisata kapal pesiar, dan wisata taman kota. Karenanya, pariwisata menjadi salah satu pemasukan penting bagi pendapatan atau ekonomi Hong Kong (Hobson, 1995).

Pentingnya industri pariwisata bagi perekonomian Hong Kong inilah yang menyebabkan pemerintah memberikan perhatian khusus pada industri ini. Pada tahun 1993, pariwisata Hong Kong mampu menarik 8,9 juta wisatawan dari berbagai wilayah. Pada tahun 2015, jumlah wisatawan yang masuk ke Hong Kong mencapai 59,3 juta orang. Di tahun 2014, pariwisata menyumbang 5 persen GDP (*Gross Domestic Product*, Produk Domestik Bruto) Hong Kong dan mempekerjakan sekitar 271.800 orang (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016).

Hal tersebut menyebabkan sektor industri pariwisata menjadi generator kedua terbesar dalam menarik mata uang asing ke wilayah Hong Kong (Hobson, 1995). Selain itu, industri pariwisata juga menjadi sumber dana yang penting untuk mengimbangi defisit perdagangan Hong Kong (Yau & Chan, 1990). Selama beberapa dekade Hong Kong mengalami defisit perdagangan yang kemudian ditutupi oleh pendapatan negara dari pariwisata, misalnya pada tahun 1987 industri pariwisata menyumbang 13,14 persen bagi keseimbangan perdagangan (Yau & Chan, 1990).

Kelongsoran dari pemerintah Hong Kong dalam ijin berwisata juga telah mengundang banyak wisatawan dari daratan Tiongkok. Peningkatan jumlah wisatawan Tiongkok terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 1984 wisatawan Tiongkok yang datang ke Hong Kong mencapai 195.982 orang dan pada tahun 1993 meningkat menjadi 1.569.799 orang (Hobson, 1995). Hong Kong juga mampu menarik wisatawan dari negara Asia lainnya seperti dari Jepang yang peningkatan cukup signifikan, misalnya pada tahun 1993 wisatawan Jepang berjumlah 575.426

menjadi 1.269.205 pada tahun 1994 (Hobson, 1995). Artinya, dalam satu tahun jumlah wisatawan Jepang bisa meningkat hingga dua kali lipatnya untuk berwisata ke Hong Kong.

Artikel ini akan mencoba melihat bagaimana lansia dan pariwisata serta kebijakan pariwisata dari negara Tiongkok dan khususnya Hong Kong sebagai wilayah administrasi khusus Tiongkok. Bagaimana kebijakan pariwisata Tiongkok (setelah Reformasi Ekonomi 1978) kemudian Hong Kong setelah menjadi bagian dari Tiongkok (1997) dalam menarik wisatawan dari daratan Tiongkok termasuk fasilitas untuk lansia Tiongkok yang menyukai perjalanan ke Hong Kong? Dengan demikian, tulisan ini akan berusaha memberikan gambaran singkat mengenai pertanyaan di atas, di mana umumnya pariwisata Tiongkok khususnya Hong Kong lebih banyak melihat wisatawan usia produktif dibandingkan kelompok lansia.

LANSIA DAN PARIWISATA

Ada kecenderungan, semakin tua usia seseorang, keinginan untuk menikmati waktu senggang semakin tinggi. Kecenderungan ini berupa mencari ketenangan dan hiburan rohani. Meskipun umumnya yang banyak menikmati kondisi ini adalah mereka yang memiliki uang pada masa pensiunannya, namun harapan seseorang yang berusia lanjut pada hiburan batin akan ada. Usia seseorang yang semakin matang bahkan lanjut juga cenderung memiliki keinginan untuk melihat wilayah lain. Dengan demikian, tidak menutup kemungkinan jika industri pariwisata termasuk hiburan yang dinikmati kaum lansia pun semakin meningkat.

Keinginan menikmati waktu luang dengan melakukan perjalanan wisata termasuk dalam kegiatan lansia yang aktif. *Active aging* atau lansia aktif sendiri menurut organisasi kesehatan dunia WHO (*World Health Organization*), adalah sebuah proses untuk mengoptimalkan kemampuan maupun

kesempatan dari kondisi kesehatan lansia (*health*), partisipasi lansia (*participation*), dan keamanan lansia (*security*) yang nantinya dapat meningkatkan kualitas hidup dari lansia sendiri baik secara individual maupun kelompok (WHO, 2002). Dengan demikian, *active aging* dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kebahagiaan dan kualitas serta harapan hidup lansia untuk lebih baik (*ibidem*).

Tiongkok diketahui sebagai salah satu negara yang sedang mengalami *ageing society* atau masyarakat menua di dunia. Hal ini diindikasikan dengan semakin meningkatnya jumlah lansia yang berusia 65 tahun keatas. Di tahun 2013, jumlah lansia Tiongkok mencapai 9,7 persen dari total jumlah penduduk (Zhou & Feng, 2015). Hal ini berarti, ada kurang lebih 130 juta penduduk Tiongkok berusia 65 tahun ke atas. Sedangkan jumlah lansia Tiongkok yang dihitung dari yang berusia di atas 60 tahun, maka jumlahnya telah mencapai 212 juta pada tahun 2014. Jumlah ini diperkirakan akan mencapai 400 juta pada tahun 2033 (Weiyun, 2015).

Meningkatnya jumlah penduduk lansia di Tiongkok disebabkan oleh beberapa hal yaitu, pertama menurunnya tingkat kelahiran. Kebijakan satu anak yang diberlakukan pemerintah Tiongkok sejak tahun 1979 sebagai usaha memperlambat pertumbuhan penduduk telah mengakibatkan menurunnya jumlah kelahiran sehingga jumlah usia produktif di Tiongkok pun ikut menurun. Padahal, pada tahun 1950-1960an, Tiongkok pernah mengalami *baby boom* yang berakibat pada tersedianya jumlah lansia yang besar pada saat ini. Kemudian faktor kedua, menurunnya tingkat kematian penduduk Tiongkok. Hal ini disebabkan oleh semakin baiknya perekonomian Tiongkok yang memberikan dampak pada semakin baiknya fasilitas, sarana dan pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan dan teknologi kesehatan yang semakin mumpuni telah memberikan usia harapan hidup yang lebih panjang pada

masyarakat. Kini tingkat kematian di Tiongkok menjadi 7 orang per 1000 orang pada tahun 2015 (The World Bank, 2016). Untuk faktor ketiga adalah urbanisasi dari desa ke kota (Zheng, 2013) khususnya dilakukan oleh kaum muda karena bekerja, menikah, atau sekolah. Hal tersebut menyebabkan distribusi penduduk usia muda dan tua tidak seimbang di wilayah pedesaan.

Khusus di Hong Kong, jumlah lansia juga cenderung meningkat. Berdasarkan informasi dari Departemen Sensus dan Statistik, Hong Kong akan mengalami peningkatan jumlah penduduk hingga 8,22 juta jiwa pada tahun 2043 dengan jumlah lansia sebesar 31 persen dari jumlah penduduk atau sekitar kurang lebih 2.550 ribu orang lansia (Tsang, 2017). Saat ini jumlah penduduk Hong Kong sebesar 7.421.453 (Mei 2018) dengan jumlah lansia sebesar 16,5 persen dari jumlah penduduk tersebut (Tsang, 2017).

Jumlah lansia yang besar ini tentunya akan memberikan dampak baik positif maupun negatif. Kekurangan lansia biasanya adalah sebagai beban bagi anggota keluarga yang produktif termasuk pemerintah terutama dalam perawatan dan layanan kesehatan. Meskipun lansia mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi oleh anggota keluarga maupun pemerintah, namun lansia juga memiliki potensi. Potensi lansia misalnya sebagai konsumen potensial bagi produk-produk lansia seperti makanan, minuman, vitamin, pakaian, pengobatan, perawatan, teknologi, bahkan hiburan dan menikmati waktu luang. Salah satu menikmati waktu luang yang kini digemari lansia khususnya di Tiongkok adalah berwisata. Banyak pensiunan berusia lanjut yang menikmati hari tua mereka dengan menikmati perjalanan berwisata. Motivasi lansia berwisata umumnya adalah untuk memenuhi kepuasan psikologis dan aktualisasi diri sehingga mereka mendapatkan kualitas hidup yang lebih baik (Hsu, Cai, & Wong, 2007).

Berkembangnya tren berwisata di kalangan masyarakat Tiongkok termasuk lansia, terutama berwisata ke wilayah lain, adalah sebagai dampak dari perkembangan ekonomi Tiongkok dan meningkatnya serta semakin baiknya kesejahteraan penduduk. Kesempatan berwisata termasuk perjalanan ke luar negeri penduduk Tiongkok sejalan dengan semakin terbukanya ekonomi Tiongkok. Padahal, sebelum Kebijakan Pintu Terbuka atau Reformasi Ekonomi Tiongkok tahun 1978, perjalanan ke luar negeri apalagi berwisata sangat ketat diawasi Negara (Chan, 2016). Namun saat ini, perjalanan berwisata penduduk Tiongkok ke luar negeri menjadi yang terbesar di dunia yaitu sekitar 100 juta perjalanan wisata di tahun 2015 (Chan, 2016). Sebagian besar dari mereka melakukan perjalanan wisata ke negara-negara Asia seperti Singapura, Thailand, Vietnam, Kamboja, Korea Selatan, Jepang, Hong Kong, dan Makau. Gelombang perjalanan wisata lansia Tiongkok ini terus meningkat hingga dapat mencapai lebih dari 5 juta perjalanan setiap tahunnya (Weiyuan, 2015). Dari sekian jumlah lansia yang berwisata, terdapat lebih dari 47 persen lansia melakukan perjalanan jarak jauh (*ibidem*).

Kegiatan mengisi waktu luang di kalangan lansia dengan berwisata diharapkan dapat menciptakan kebahagiaan lansia di masa tua. Disamping itu, mengisi waktu luang dengan rekreasi dapat memberikan dampak lain baik fisik maupun jiwa. Menurut Wang & Wang (2011), kegiatan mengisi waktu luang lansia dapat menciptakan fungsi tubuh untuk tetap baik dan sebagai penghargaan terhadap diri lansia. Mengisi waktu luang dengan rekreasi juga dapat menenangkan suasana hati, memperbaiki kemampuan fisik, memperlambat proses penuaan dan kepikunan, meningkatkan kualitas hidup, dan kesehatan. Oleh karena itu, mengisi waktu luang lansia dengan berwisata diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif meningkatkan kebahagiaan dan harapan hidup lansia.

KEBIJAKAN PARIWISATA DI TIONGKOK: 1980 – 2000

Tiongkok merupakan salah satu negara yang sedang berkembang dengan tren jumlah lansia yang terus mengalami peningkatan. Berbeda dengan banyak negara maju, umumnya lansia Tiongkok masuk usia tua sebelum kaya (Hsu, Cai & Wong, 2007). Namun, jaminan sosial berupa asuransi kesehatan dan pensiunan cukup membantu para lansia Tiongkok untuk hidup lebih layak. Motivasi kaum lansia menikmati waktu luang atau berwisata biasanya untuk kebutuhan dan kepuasan psikologis serta aktualisasi diri mereka. Dengan demikian, kegiatan menikmati waktu luang dapat memberikan dampak pada peningkatan kualitas hidup yang lebih baik pada lansia (Hsu, Cai & Wong, 2007). Hal ini memungkinkan, menikmati waktu luang dengan berlibur akan menjadi gaya hidup para lansia di kemudian hari.

Sebelum Reformasi Ekonomi 1978 dengan Kebijakan Pintu Terbukanya, kegiatan berlibur bagi kebanyakan masyarakat Tiongkok khususnya orang tua hanya merupakan kegiatan bagi orang yang memiliki uang banyak dan berkuasa (Hsu, Cai & Wong, 2007). Namun, setelah Kebijakan Pintu Terbuka diikuti dengan perkembangan ekonomi Tiongkok dan meningkatnya kesejahteraan rakyat, kegiatan berlibur menjadi sebuah pilihan untuk menikmati waktu luang. Pariwisata domestik di Tiongkok mulai disahkan oleh pemerintah pada tahun 1984. Pada saat itu, kaum tua yang biasanya bersifat tradisional, kini pun menerima dan mendukung kebijakan dan kegiatan berwisata atau berlibur dalam mengisi waktu luang (Hsu, Cai & Wong, 2007).

Di sekitar tahun 1983, pemerintah Tiongkok hanya memperbolehkan warganya pergi ke luar untuk melakukan kegiatan bisnis dan sekolah. Namun, di tahun 1990-an, pemerintah Tiongkok mulai memperbolehkan warganya untuk melakukan perjalanan wisata ke luar negara.

Pada tahun 1990 dan 1996, perjalanan wisata penduduk Tiongkok meningkat sekitar 20 persen per tahun (Tretheway & Mak, 2006). Rata-rata penduduk Tiongkok senang melakukan perjalanan wisata ke wilayah ke Hong Kong termasuk ke Shenzhen dan Guangzhou.

Pada awalnya, penduduk Tiongkok dengan persetujuan Asosiasi Pariwisata Nasional Tiongkok (*The Chinese National Tourism Association*, CNTA) hanya mendapatkan izin visa perjalanan pariwisata pada beberapa negara tertentu saja (*Approved Destination Status*, ADS). Tanpa persetujuan CNTA, individu hanya boleh melakukan perjalanan bisnis (Tretheway & Mak, 2006). Seiring perjalanan waktu, kini Tiongkok telah memiliki 600 kantor perjalanan resmi yang dapat memberikan layanan perjalanan ke luar pada negara-negara ADS lainnya. Kantor-kantor yang telah mendapat pengesahan dari CNTA dapat mengurus visa bagi konsumennya untuk melakukan perjalanan atau pariwisata ke luar negara.

CNTA ini menjadi agen yang penting bagi pertumbuhan turis Tiongkok untuk menikmati wisata ke luar negara. CNTA juga menjadi biro yang menentukan negara mana yang bisa menarik turis Tiongkok melalui program ADS-nya. Saat ini, beberapa negara di Eropa menikmati banjirnya turis Tiongkok yang banyak membelanjakan uang mereka di sana. Secara umum, kebanyakan turis Tiongkok dianggap memiliki uang banyak ketika mereka berliburan ke Eropa. Pada tahun 2004, CNTA menandatangani kesepakatan dengan masyarakat Eropa, di mana dengan kesepakatan tersebut, turis Tiongkok difasilitasi pariwisatanya 'ke' dan selama di Eropa (Tretheway & Mak, 2006). Dengan persetujuan CNTA ini pula, negara-negara yang disetujui dapat mempromosikan pariwisata negaranya kepada penduduk Tiongkok di daratan Tiongkok.

Dengan demikian, hal tersebut dapat menjadi keuntungan bagi negara-negara

yang masuk ADS dalam menarik wisatawan Tiongkok ke negerinya, di mana wisatawan Tiongkok akan memberikan pemasukan atau pendapatan bagi negara tersebut di sektor pariwisata. Maka tidak heran, jika kebijakan pariwisata, seperti Hong Kong sebagai wilayah yang berdekatan, banyak ditujukan untuk menarik wisatawan dari daratan Tiongkok. Pada tahun 2015, wisatawan daratan Tiongkok menjadi sumber wisatawan terbesar bagi Hong Kong yang mencapai 77 persen dari keseluruhan wisatawan yang datang (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016).

KEBIJAKAN PARIWISATA DI HONG KONG: 1998-1999

Geliat industri pariwisata di Hong Kong kurang lebih dimulai sejak tahun 1950-an dan dalam dua dekade industri pariwisata Hong Kong menjadi tantangan bagi destinasi pariwisata-pariwisata yang ada di Asia. Negara Asia seperti Singapura dan Thailand merupakan negara-negara yang aktif dalam mempromosikan pariwisatanya, namun Hong Kong menjadi pesaing bagi negara-negara ini. Semua ini tentunya tidak terlepas dari usaha Hong Kong mengimplementasikan berbagai kebijakan yang mendorong pariwisatanya. Apalagi pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang penting bagi Hong Kong yang menarik mata uang asing dan menjadi penyeimbang defisit perdagangan serta menarik banyak tenaga kerja. Karenanya, Hong Kong berusaha menggali potensi dan mengatasi kelemahan dalam industri pariwisatanya serta mendukung produk pariwisata dengan distribusi yang baik, promosi dan aktivitas penjualan yang menarik ((Yau & Chan, 1990). Selain itu, Hong Kong juga melakukan strategi yang lebih baik lagi dalam peningkatan pelayanan dalam hal layanan perjalanan, penerbangan dengan badar udaranya, hotel dan sebagainya.

Sebagai mesin yang menarik mata uang asing dan menyerap tenaga kerja yang

cukup signifikan, maka pemerintah Hong Kong merasa perlu terus memperbaiki kualitas industri pariwisata. Pemerintah berusaha untuk menyediakan institusi kerja dan dukungan dana yang diperlukan dalam mendorong kemajuan industri pariwisata. Di samping itu, pemerintah juga berusaha membangun infrastruktur yang dibutuhkan dan memfasilitasi para pengunjung yang datang ke Hong Kong. Untuk meningkatkan daya tarik Hong Kong, pemerintah berusaha untuk terus menggali atraksi-atraksi pariwisata yang menarik dan memperbaiki serta meningkatkan yang sudah ada. Pemerintah juga berusaha memfasilitasi dengan dukungan moril dan dana untuk Asosiasi pariwisata Hong Kong (HKTA, *Hong Kong Tourist Association*) sehingga dapat menjalankan tugasnya dengan baik (1999 Policy Adress, 1999).

Untuk mendukung perkembangan industri pariwisatanya, pemerintah Hong Kong menunjuk Komisioner Pariwisata untuk membentuk Komisi Pariwisata di bawah tanggung jawab komisioner ini. Tugas utama dari komisi ini adalah membuat strategi ke depan untuk pembangunan industri pariwisata. Pemerintah Hong Kong juga aktif membuat konsultasi dan forum publik mengenai pariwisata. Disamping itu pemerintah juga membangun Kelompok Strategi Pariwisata sebagai sarana forum diskusi mengenai isu-isu penting seputar perkembangan pariwisata di Hong Kong (1999 Policy Adress, 1999).

Kebijakan pariwisata Hong Kong di tahun 1999 merupakan langkah yang dikatakan sukses. Setelah lemahnya industri pariwisata, tahun 1999 industri pariwisata mulai didorong kembali dengan lebih serius. Beberapa kebijakan pariwisata yang dilakukan pemerintah Hong Kong sudah mampu memenuhi target yang diharapkan.

Secara terperinci, berikut beberapa kebijakan yang diambil pemerintah Hong Kong dalam membangun sektor industri pariwisatanya yang cukup berhasil, yaitu (1999 Policy Adress, 1999):

Pertama, melakukan Pembangunan dan perbaikan infrastruktur, fasilitas dan produk pariwisata (1999 Policy Adress, 1999). Pembangunan dan perbaikan infrastruktur maupun fasilitas dan produk yang telah ada sangat diperlukan untuk terus mendukung perkembangan industri pariwisata dan harapan dari para wisatawan. Pemerintah Hong Kong dalam hal ini telah melakukan beberapa hal yang dalam tahun 1998 telah berhasil dilaksanakan. Beberapa inisiatif perbaikan yang telah dilakukan oleh pemerintah Hong Kong adalah: Pembentukan *Heritage Tourism Task Force* pada November 1998 yang bertugas mempromosikan wisata-wisata peninggalan sejarah yang ada di Hong Kong. Kemudian, pengemasan ulang daerah-daerah tertentu di *Shelly Street, Central* dan *Kowloon City* dengan tema "*Themes dining districts*". Selanjutnya, meluncurkan "*Bird-Fish Flower Leisure Experience*" di mana wisatawan dapat melakukan tur di pasar bunga dan burung di Kowloon. Wisata ini sangat cocok dilakukan oleh kaum lansia karena kemudahan dan kenyamanan yang diberikan. Lalu, meluncurkan tahap kedua (Desember 1998) dan tahap ketiga (September 1999) mengenai *Architectural Walking Tour* di Kowloon dan masing-masing *New Territories*. Berusaha membangun 100 layanan telepon pada lokasi-lokasi yang sering kali dikunjungi wisatawan. Kemudian, membangun database komputer yang mempermudah aliran informasi antara anggota HKTA, *service providers* (penyedia layanan) dan pengunjung. Pemerintah juga memperbaiki dan meningkatkan fasilitas turis dan berbagai atraksi serta memperbaiki jalur atau jalanan dan pencahayaan di beberapa tempat di wilayah turis; termasuk memperbaiki tanda pengenal turis (*visitor signate*) di wilayah wisatawan dan skema *tour group* untuk pengunjung dari daratan Tiongkok. Lalu, menyediakan *Green Guide to Hong Kong* yang meliputi semua warisan alam yang ada di Hong Kong. Pemerintah juga berusaha

memudahkan rencana kunjungan masuk dari warga Taiwan dan meningkatkan wisata dengan multimedia *theme park*.

Kebijakan-kebijakan pemerintah Hong Kong yang mendukung sektor pariwisata umumnya berkisar pada kemudahan akses bagi wisatawan. Pemerintah berusaha memperbaiki dan menambah infrastruktur, fasilitas, dan layanan yang menunjang industri pariwisata. Slogan-slogan Hong Kong sebagai tujuan wisata yang multi destinasi bukan hanya menarik bagi wisatawan muda dan berduit, namun juga para lansia yang ingin menikmati kota dan hiburannya.

Hong Kong bisa dikatakan lebih pada wisata kota dengan berbagai fasilitas hiburan. Namun, ini tidak menutup untuk menarik wisatawan dari lansia untuk menikmati kemudahan, fasilitas dan layanan kenyamanan untuk semua usia. Atraksi-atraksi hiburan, festival, pemandangan, green tourism, atraksi budaya, pertunjukan tradisional, arsitektur sejarah, perjalanan wisata dengan kapal pesiar dan kereta, dan belanja juga tidak menutup untuk ditawarkan pada para lansia.

Pada tahun 2000 pemerintah melakukan perbaikan dan penyempurnaan pada destinasi wisata 'Peak'. Pemerintah juga berusaha melakukan survei kepada pengunjung mengenai perilaku dan keputusannya untuk melakukan kunjungan wisata ke Hong Kong dan survei daya saing harga yang berkaitan dengan wisata di Hong Kong. Selain itu pemerintah juga melakukan promosi dengan disebarluaskan mengenai Kalender Festival, sebaran khusus, dan promosi multi media yang mempromosikan mengenai *Heritage Tourism* dan sebagainya. Pemerintah juga memperbaiki sistem informasi perkembangan hotel terkini yang memberikan informasi yang diperlukan oleh pelanggan. Kemudian, menerapkan *a pilot visitor signate improvement project* di kawasan *Star Ferry*. Lalu membangun *International Wetland Park* di wilayah utara Tin Shui Wai (Departemen Pertanian dan

Perikanan). Serta membuat sebuah piagam bagi industri pariwisata sebagai tanda tanggungjawab mereka dalam mendukung penerapan strategi pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan (*environmentally sustainable development strategy*) ((1999 Policy Adress, 1999).

Kemudian, langkah **Kedua** kebijakan yang diambil oleh pemerintah Hong Kong adalah meningkatkan kualitas pelayanan industri pariwisata. Pemerintah Hong Kong berusaha memperbaiki kualitas pelayanan dari pintu pertama hingga akhir seperti dari bandara, hotel, restoran, toko, *tourist spot* hingga pengunjung kembali ke asalnya. Dengan baiknya pelayanan yang diberikan Hong Kong kepada wisatawan, maka pemerintah berharap pengalaman pengunjung ke Hong Kong akan disebarluaskan oleh mereka yang terpuaskan dengan pelayanan dan fasilitas wisata yang ada di Hong Kong (1999 Policy Adress, 1999).

Untuk mempromosikan pelayanan yang maksimal bagi wisatawan di Hong Kong, pemerintah melakukan kampanye pada 1998 yaitu "*Be A Good Host*" yang ditujukan kepada masyarakat dan pekerja di sektor pariwisata. Pemerintah juga mengeluarkan *Quality Tourism Services Scheme* sebagai standar pelayanan prima bagi wisatawan. Pemerintah berusaha memberikan penerangan kepada masyarakat mengenai pentingnya pariwisata bagi kehidupan ekonomi sosial masyarakat dan negara serta pentingnya keramahtamahan terhadap wisatawan.

Secara detail, hal-hal yang dilakukan pemerintah Hong Kong dalam meningkatkan kualitas pariwisatanya adalah: (1) Memperkenalkan skema "*Quality Tourism Services*" pada tahun 1999 untuk usaha toko dan restoran; (2) Mempromosikan kampanye "*Be A Good Host*" melalui video dan televisi; dan (3) Memperkenalkan *guide taxi* yang mampu menggunakan bahasa Tiongkok, Inggris dan Jepang.

Untuk langkah *Ketiga*, pemerintah Hong Kong berusaha untuk mempromosikan Hong Kong sebagai tujuan wisata yang menarik (1999 Policy Adress, 1999). Hong Kong berusaha menjadi tujuan wisata internasional, karenanya perlu peningkatan kerangka institusi yang kuat untuk mendukung perkembangan pariwisata di Hong Kong. Komisi Pariwisata yang mengepalai Komisioner untuk pariwisata yang dibangun tahun 1999 berusaha memelopori pembangunan turism yang lebih baik lagi. HKTA juga berusaha memperbaiki strategi untuk meningkatkan pariwisata dan organisasinya dalam menghadapi tantangan ke depan. HKTA bertindak sebagai marketing yang mempromosikan pariwisata Hong Kong yang unik dan berbeda dari wilayah lain baik di dalam Hong Kong maupun di luar Hong Kong (seperti wilayah daratan Tiongkok).

Pemerintah juga berusaha meningkatkan mutu dari daya tarik Hong Kong serta menciptakan daya tarik yang baru. Untuk ini, pemerintah memberikan dana dalam mencari daya tarik lain dari Hong Kong yang dapat menarik wisatawan. Komisi untuk pariwisata juga bekerja sama dengan pemerintah dalam membuat kebijakan-kebijakan yang sesuai dan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata serta dalam penerapan daya tarik wisata yang baru (1999 Policy Adress, 1999).

Pemerintah Hong Kong terus berupaya memberikan yang terbaik bagi industri pariwisata. Studi-studi dilakukan untuk menemukan cara dan inovasi baru dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik wisata. Misalnya saja melalui *Tourism Development Fund* (dana pembangunan pariwisata), Hong Kong berupaya untuk mempelajari daya tarik yang diminati wisatawan di destinasi *aquatic center*, kemudian mempelajari perkembangan pasar di bidang perhotelan dan resort, studi mengenai internasional *wetland park* dan *visitor center*, aplikasi teknologi informasi

untuk perkembangan ekologi, masyarakat dan ekonomi yang berkaitan dengan pariwisata, peningkatan promosi di luar Hong Kong, serta melakukan kerjasama dengan otoritas daratan Tiongkok misalnya mengenai 3 hari bebas visa bagi wisatawan yang datang dari Shenzen dan membangun kantor perwakilan HKTA di Beijing dan Shanghai (1999 Policy Adress, 1999).

Dalam hal ini, pemerintah Hong Kong sangat antusias untuk melakukan promosi secara masif mengenai wisata-wisata yang bisa dinikmati di Hong Kong. Sekitar kurang lebih tahun 2014-2015. Hong Kong mengeluarkan sekitar \$747,9 juta untuk the *Hong Kong Tourism Board* (HKTB pengganti HKTA) untuk biaya operasional dan promosi (LCQ18: *Regulation of tourism industry*, 2015). Promosi ini dilakukan untuk menarik wisatawan dari Asia seperti Tiongkok, Jepang, Korea, Singapura, India, Malaysia atau Indonesia dan juga berusaha menarik wisatawan dari Amerika dan Eropa. Hong Kong rela membayar mahal untuk promosi ke stasiun-stasiun televisi asing untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke wilayahnya. Hal ini tidak terlepas dari Hong Kong menyadari, pentingnya industri pariwisata bagi ekonominya. Karenanya, semua link menuju perbaikan pariwisata terus digenjut oleh pemerintah.

KEBIJAKAN PARIWISATA DI HONG KONG: 2002-2016

Pada tahun 2002-an, pemerintah Hong Kong berusaha membangun daya tarik dari berbagai wilayah yang ada di Hong Kong dan menjadikannya sebagai destinasi wisata yang sangat menarik. Pemerintah juga membangun serta memperbaiki berbagai fasilitas yang ada di berbagai destinasi wisata seperti *The Central and Western District*, *Sai Kung waterfront* and *Lei Yue Mun*, *the Tsim Sha Tsui Promenade*, *Stanley waterfront* and *the Peak*. Selain itu *visitor signate* (tanda pengunjung) di berbagai wilayah didirikan dengan tujuan

untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung. Pemerintah juga berusaha meningkatkan kualitas destinasi seperti di Hong Kong Disneyland, Tung Chung *Cable Car* dan Hong Kong *Wetland Park*. Kemudian pemerintah juga terus memperbaiki wisata warisan (*heritage tourism*) misalnya saja pemerintah bersama pihak swasta memperbaiki *Marine Police Headquarters* (MPHQ) yang bertujuan agar masyarakat dan pengunjung dapat menghargai warisan budaya yang unik yang berada di Hong Kong (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003).

Selain itu, pemerintah juga membangun simpul the *South-East Kowloon* yang terintegrasi dengan kawasan seni, budaya dan hiburan di *West Kowloon*. Kemudian pembaharuan dan perlindungan the *Central Police Station*, *Victoria Prison* dan the *former Central Magistracy compound* ke dalam a *heritage-themed development* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003). Di *Ocean Park* sendiri akan dibangun simpul wisata *Aberdeen Harbour*. Kemudian membangun pencahayaan yang dikenal dengan *Harbour Lighting* untuk memberikan sebuah wisata lampu di *Victoria Harbour* dengan teknologi efisiensi energi.

Pemerintah Hong Kong berusaha untuk memberikan wisata yang menarik dan tidak meninggalkan unsur tradisional dan peninggalan yang ada di Hong Kong. Karenanya pemerintah juga menggali dan membangun *heritage tourism* yang ada di Hong Kong seperti *Heritage and Architectural Walks* yang memperkenalkan corak sejarah dan warisan Hong Kong pada pengunjung. HKTB (Hong Kong *Tourism Board*) juga memperkenalkan pengalaman budaya dan gaya hidup yang dikenal dengan *Cultural Kaleidoscope* di mana wisatawan dapat mencoba tai chi dan kung fu, serta mengenal seni *Cantonese opera*, *Chinese tea preparation*, *Chinese antiques* dan *feng shui*.

Dengan digenjojanya pariwisata di

Hong Kong, pemerintah terus berupaya melakukan kebijakan yang berkaitan dengan sumber-sumber wisata yang dapat menarik wisatawan. Pemerintah berupaya melakukan *green tourism*, menggunakan kombinasi informasi, akses, *signate* dan program yang mendukung pariwisata. Selain itu, pemerintah Hong Kong mengeluarkan *The Travel Agents (Amendment) Ordinance 2002* pada 1 November 2001 yang menempatkan skema lisensi dalam mengatur agen-agen perjalanan *inbound* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003). Pemerintah juga memberikan subsidi pelatihan dalam memberikan panduan bagi wisatawan sebagai usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pihak yang lulus dalam latihan sebagai pemandu akan dipekerjakan sebagai pemandu wisatawan. Kemudian HKTB melakukan *Quality Tourism Services Scheme* yang bertujuan untuk meningkatkan standar pelayanan bagi *retail* dan restoran.

Pemerintah melalui HKTB berusaha menciptakan Hong Kong sebagai kota wisata yang ramah dan menarik dengan merangkul masyarakatnya untuk ikut berpartisipasi. Maka tidak heran, jika pariwisata Hong Kong terus mengalami peningkatan dalam jumlah wisatawan. Karenanya, pemerintah bekerjasama dengan HKTB akan berupaya mempopulerkan Hong Kong sebagai *Asia's World City* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003).

Pada awal tahun 2003, Hong Kong mengalami wabah sindrom pernapasan akut atau *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Hal ini menyebabkan turunnya kunjungan pariwisata ke Hong Kong. Setelah serangan SARS ini, pemerintah Hong Kong kembali bekerja keras untuk menarik wisatawan lokal dan mancanegara untuk datang ke Hong Kong. *Tourism Commission* dan HKTB kembali bekerja untuk melakukan promosi berbagai event atau agenda dan destinasi wisata.

Pada tahun 2004, perbaikan pada beberapa fasilitas yang dilakukan di tahun 2003 kembali dilanjutkan dan

disempurnakan. Pada tahun ini, pemerintah Hong Kong meluncurkan *A Symphony of Lights* yang merupakan pencahayaan multi media berkelas dunia (*world class multimedia light*) dan didukung oleh pertunjukan suara musik yang ceria. Pertunjukan ini dilakukan setiap malam sepanjang waterfront sebagai pertunjukan malam yang khas di *Victoria Harbour* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2004). *A Symphony of Lights* meliputi 18 gedung dan harapannya akan bertambah sebanyak 33 gedung di sepanjang pelabuhan hingga akhir 2005. Pertunjukan ini diharapkan menjadi pemandangan malam di Hong Kong. Selain itu, terdapat atraksi baru yang terkenal di kalangan wisatawan yaitu *The Avenue of Stars* yang mampu menyedot banyak penonton.

HKTB juga berusaha membangun “*Architecture Walk*” yang merupakan kolaborasi dengan Hong Kong *Institute of Architects* yang mempertunjukkan sejarah dan warisan arsitektur masa lampau. HKTB sangat berinisiatif untuk mengangkat sumber-sumber sejarah sebagai tujuan wisata melalui arsitektur dan budaya (seperti *tai chi and kung fu, arts of Cantonese, opera, Chinese tea preparation, Chinese antiques* dan *feng shui*).

Hal terpenting pariwisata Hong Kong adalah dibukanya taman hiburan Hong Kong *Disneyland* pada bulan September 2005. Pembangunan dan pembukaan Hong Kong *Disneyland* ini mampu menjadi tujuan pariwisata premium bagi wisatawan Asia dan diharapkan mampu membawa keuntungan ekonomi sebesar 148 miliar Hong Kong (Saat ini, kurang lebih 2,67 triliun rupiah) dalam 40 tahun (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2005). Pada tahun 2006, beberapa destinasi wisata seperti Ngong Ping 360 dengan Ngong Ping *Skyrail* dan Ngong Ping *Village* serta Hong Kong *Wetland Park* telah mengalami penyelesaian dan penyempurnaan. Pemerintah juga membangun fasilitas terminal *cruise*/pesiar yang baru untuk mengatasi lonjakan industri

cruise seluruh dunia dan lokal serta membuat buku panduan wisata berupa *railway sight-seeing guidebook* yang mempromosikan semua pertunjukan dan wisata hiburan dan peninggalan di Hong Kong (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2005).

Pemerintah melalui Komisi *Tourism*-nya juga berusaha menarik peran serta masyarakat lokal untuk ikut dalam industri pariwisata. Masyarakat dapat ikut mempromosikan daya tarik wilayahnya dalam wisata *green tourism*. HKTB telah membuat publikasi *green tourism* dan keistimewaan *seven hiking tours* dan buku panduan wisata burung di Hong Kong yang bekerjasama dengan Hong Kong *Bird Watching Society*. Pembenahan *website green tourism* agar lebih komprehensif dan mudah diakses oleh pengguna terutama mereka dari kalangan lanjut usia.

HKTB terus berupaya menggali semua sendi di Hong Kong yang dapat dijadikan spot pariwisata. HKTB mempromosikan Hong Kong sebagai tujuan bisnis dan wisata yang menyenangkan bagi pengunjungnya melalui slogannya *worldwide “Hong Kong – Live it, Love it!”* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2005). HKTB akan menjadikan tahun 2006 sebagai *Discover Hong Kong Year*. Promosi dan pemasaran wisata Hong Kong dilakukan ke seluruh dunia dengan *image-image* baru yang ada di Hong Kong. Tahun 2006 akan dipromosikan “*must-visit*” Hong Kong *destination*. Dengan demikian, pemerintah Hong Kong berusaha menciptakan Hong Kong sebagai destinasi yang penting dan perlu sebagai tempat yang kegiatan bisnis dan wisata bagi keluarga dan semua kalangan.

Pada tahun-tahun selanjutnya pemerintah Hong Kong terus memperbaiki fasilitas, pelayanan dan kualitas semua yang mendukung pariwisata. Semua destinasi wisata semakin disempurnakan dan dilengkapi. Pemerintah terus berusaha mempermudah pengunjung atau wisatawan yang hendak berlibur di Hong Kong. Sekitar

170 negara dapat mengunjungi Hong Kong dengan bebas visa untuk periode 7 hingga 180 hari (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2006).

Tahun 2007-2008, pemerintah Hong Kong semakin menggalakkan pariwisatanya. Pemerintah berusaha menciptakan Hong Kong sebagai destinasi wisata dan hiburan bagi kegiatan bisnis. Sebagai tujuan wisata bisnis, HKTB mempromosikan Hong Kong sebagai tujuan utama untuk melakukan *meetings, incentives, conventions and exhibitions* (MICE) dengan target menarik para *event organizers* atau penyelenggara acara, *international organizations* (organisasi internasional) dan *potential visitors* atau pengunjung potensial (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2008). Pemerintah Hong Kong juga berupaya untuk memanfaatkan momen perayaan 10 tahun berdirinya Hong Kong SAR di mana Olimpiade Beijing 2008 menunjuk Hong Kong sebagai perhelatan olah raga pacuan kuda (*equestrian events*). HKTB juga bekerjasama dengan berbagai atraksi untuk menawarkan series of “*edutainment*” *products and activities* atau serangkaian produk dan kegiatan hiburan pendidikan (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2008). Dengan demikian, pemerintah Hong Kong tidak pernah putus dalam berupaya memanfaatkan semua sisi sebagai peluang pariwisata. Dengan harapan, Hong Kong akan menjadi dan tetap memiliki status sebagai *Asia's world city* (kota dunia di Asia), yaitu menjadi tujuan bagi banyak Negara untuk datang mengunjunginya.

Pada bulan November 2008, pemerintah Hong Kong membangun kantor *Meetings and Exhibitions Hong Kong* (MEHK), untuk mendukung Hong Kong's MICE (*meetings, incentive travels, conventions and exhibitions*) (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2009). Tempat MICE diantaranya adalah AsiaWorld-Expo dekat bandara, *the Hong Kong Convention and Exhibition Centre* (HKCEC) di tengah

kota, dan *Hong Kong International Trade and Exhibition Centre* di Kowloon Bay.

Beberapa tempat wisata seperti *Disneyland, Wetland Park, Ngong Ping 360, cruise terminal, Ocean Park* dan beberapa tempat hiburan lainnya semakin ditingkatkan kualitas dan fasilitasnya. Semua jenis budaya dan wisata alam juga terus mengalami perbaiki, pembenahan dan inovasi untuk semakin baik dan menarik terus.

HKTB juga kembali memperbaiki kualitas layanan pariwisata dalam skema *Quality Tourism Services* (QTS) yang bertujuan untuk meningkatkan semua standar pelayanan yang berhubungan dengan pariwisata seperti *retailers, restaurants* dan *visitor accommodations* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2009). Pemerintah juga berusaha menarik minat wisatawan selama berkunjung di Hong Kong dengan mengupayakan menciptakan Hong Kong sebagai *the events capital of Asia* atau ibukota acara di Asia. Pada bulan Juli 2009, pemerintah mengeluarkan dana sebesar \$HK100 juta (kurang lebih sebesar 1.805.750.000 dengan kurs 1 HKD = ±1.805 IDR) untuk *Mega Events Fund*. Dana ini untuk membantu organisasi lokal nirlaba dalam menghadirkan seni berskala besar, acara budaya dan olahraga di Hong Kong untuk tiga tahun ke depan.

Pemerintah Hong Kong juga kembali memberi kemudahan bagi wisatawan untuk berkunjung ke Hong Kong berupa pelayanan bebas visa bagi 170 negara dan membuat perjanjian dengan Rusia mengenai *mutual visa-abolition* (saling mengapus visa/bebas visa bagi kedua Negara) pada 1 Juli 2009. Pemerintah Hong Kong juga menghapus skema *Tour Group* bagi wisatawan daratan Tiongkok. Hasilnya, *The Individual Visit Scheme* (IVS) atau skema berkunjung secara individu telah menarik para individu dari daratan Tiongkok¹ untuk melakukan perjalanan wisata ke Hong Kong dengan mengatur perjalanannya sendiri. IVS merupakan skema di mana wisatawan dari

Tiongkok dapat melakukan perjalanan wisata secara independen tanpa bergabung dengan kelompok tur.

Hong Kong juga menggunakan kulinerinya untuk menarik para wisatawan. HKTB membuat pemasaran mengenai “*Hong Kong Food and Wine Year*” yang juga menjadi ajang promosi begitu beragam dan istimewanya kuliner di Hong Kong. HKTB meluncurkan promosi ini pada April 2009 dan Maret 2010 yang momen publisitas program makanan, minuman dan anggur di Hong Kong (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2009).

Untuk mempromosikan pariwisata dan daya tarik Hong Kong kepada dunia internasional dengan lebih kencang lagi, HKTB menerapkan pendekatan terintegrasi dengan menggabungkan beberapa sumber daya berupa internet, *consumer promotions* dan *public relations activities* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2011). Selain itu, Hong Kong juga meluncurkan *www.discoverhongkong.com* sebagai situs web konsumen yang menyediakan semua hal yang menarik di Hong Kong. Website ini tersedia dalam 14 bahasa dengan 20 versi penawaran pariwisata yang ada di Hong Kong. Website ini telah berhasil dikunjungi oleh sekitar 4,5 juta orang per bulan (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2011). Ditambah lagi, HKTB meluncurkan *Discover Hong Kong Mobile App Series* yang merupakan pemasaran pariwisata digital melalui telepon pintar dengan seri aplikasi perjalanan.

HKTB juga memperkuat jaringan kerjasama dengan para *travel trade* atau pelaku jasa perjalanan di dalam dan luar Hong Kong. Pada enam bulan pertama tahun 2011, HKTB mengatur 36 *familiarisation trips* ke Hong Kong, yang diikuti oleh 422 perwakilan pelaku jasa perjalanan. Selain itu, HKTB juga bekerja sama dengan *Pearl*

River Delta dan berbagai tujuan regional lainnya dalam mempromosikan *multi-destination itineraries* yang terdapat di Hong Kong (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2011). HKTB juga melakukan kolaborasi dengan *the Macau Government Tourist Office, Tourism Administration of Guangzhou Municipality, Zhongshan Municipal Tourism Bureau* dan *Jiangmen Tourism Bureau* dalam mengadakan *roadshows* di wilayah Asia Tenggara, Eropa, dan Amerika Utara dalam mempromosikan *multi-destination travel packages* atau paket perjalanan multi tujuan yang menampilkan Hong Kong, Provinsi Guangdong dan Macau.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, tahun 2011, HKTB kembali menerapkan “*Asia’s World City*” sebagai tema pemasaran globalnya. Dengan tema ini, diluncurkan berbagai daya tarik Hong Kong sebagai “*Hong Kong’s international and cosmopolitan setting, its unique cultural fusion, vibrant lifestyle and a variety of attractions, as well as its trend-setting image*” (Pengaturan Hong Kong yang internasional dan kosmopolitan, dengan perpaduan budaya yang unik, gaya hidup dan berbagai atraksi yang semarak, serta pengaturan tren yang berkesan) (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2012). HKTB secara gigih berusaha menarik wisatawan dengan berbagai program seperti *year-round programme of mega events* untuk menarik dan memberikan pengalaman menarik dan terbaik bagi wisatawan selama di Hong Kong. Selain itu, HKTB berupaya menciptakan berbagai produk wisata baru, kegiatan, acara, dan berbagai hal yang memenuhi minat, kebutuhan dan keinginan wisatawan dari berbagai segmen usia, negara, budaya dan etnis. Ada 10 kampanye utama dalam mempromosikan Hong Kong misalnya *Hong Kong Summer*

¹Meliputi 49 *Mainland cities, including all the 21 cities in Guangdong province, Shanghai, Beijing, Chongqing, Tianjin, Chengdu, Dalian, Shenyang, Jinan, Nanchang, Changsha, Nanning, Haikou, Guiyang, Kunming, Shijiazhuang, Zhengzhou, Changchun, Hefei, Wuhan and a total of nine cities in Fujian (Fuzhou, Xiamen, Quanzhou), Jiangsu (Nanjing, Suzhou, Wuxi) and Zhejiang (Hangzhou, Ningbo, Taizhou).*

Spectacular yang menampilkan *Hong Kong Dragon Boat Carnival* di bulan Juli, *Hong Kong Mid-Autumn Festival* di bulan September dan *Hong Kong Winter Fest* di bulan Desember. Kegiatan ini dilaksanakan bersamaan dengan perayaan festival dan budaya tradisional. Dengan berbagai kegiatan wisata tersebut diharapkan para wisatawan memiliki pengalaman berharga dan tak terlupakan sehingga dapat menciptakan kesan Hong Kong sebagai *the Events Capital of Asia* atau ibukota acara di Asia (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2012).

Berkaitan dengan pelayanan *guide* atau pemandu wisata, pemerintah Hong Kong melalui *The Travel Agents Ordinance* mengharapkan travel agen memiliki kualitas pelayanan yang prima. Hal itu terutama berkaitan dengan layanannya terhadap wisatawan yang dilakukan para pemandu wisata. Pemandu wisata atau *guide* ini diharuskan telah menjalani pelatihan dan lulus dalam ujian sebagai pemandu wisata. Para *guide* ini harus mematuhi "*Code of Conduct for Tourist Guides*" (kode etik untuk pemandu wisata) yang dikeluarkan oleh *The Travel Industry Council of Hong Kong* (TIC) (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2013). Untuk peningkatan kualitas para pekerja wisata, pemerintah Hong Kong juga memberikan subsidi kepada para anggota atau pemberi jasa di travel-travel agen dengan pengetahuan profesional, keahlian dan kemampuan pelayanan yang lebih baik lagi. Untuk para *guide*, pemerintah memberikan *Continuous Professional Development Programme* (CPD Programme, program pengembangan profesional berkelanjutan) yang dilakukan untuk meningkatkan pelayanan para *guide* nanti dan juga sebagai media untuk memperbaharui *Tourist Guide Pass* (tanda kelulusan sebagai pemandu wisatawan) mereka. Pada pertengahan tahun 2013, Hong Kong memiliki 6.630 pemandu wisata terakreditasi. Pada Juli 2013, terdapat 5.300 anggota travel agen yang menjalani

Kursus spesialisasi dalam meningkatkan kemampuan dan kualitas pelayanan mereka (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2013).

Untuk bisa mempromosikan kenyamanan dan pembangunan yang berkelanjutan pada industri pariwisata, di tahun 2011 pemerintah melakukan review terhadap kerja dari manajemen sektor pariwisata. Kemudian, pemerintah Hong Kong membentuk badan independen menurut undang-undang yaitu *Travel Industry Authority (TIA)*, yang bertanggung jawab terhadap semua peraturan travel agen, pemandu wisata dan pendamping tur perjalanan (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2013). Diharapkan, nantinya *draft* legislasi (TIA, pariwisata, perangkat, dan tugasnya) dapat diperkenalkan kepada Dewan Legislatif di tahun 2014 dan TIA dapat beroperasi pada tahun 2015.

Pada tahun 2012, pemerintah menambah sekitar \$HK150 juta untuk kegiatan mega *event*. Dana tersebut digunakan, pertama sebagai finansial insentif untuk menarik atau membangun *high profile mega events* Hong Kong yang baru. Kedua untuk melanjutkan kembali sebagai tuan rumah berbagai kegiatan *mega arts, cultural, sports and entertainment events* di Hong Kong yang dilakukan oleh organisasi nirlaba lokal (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2014).

Disamping terus membangun fasilitas seperti hotel-hotel berkelas, Pemerintah Hong Kong juga terus membangun dan menambah wahana hiburan yang baru dan meningkatkan kualitas yang telah ada. Misalnya sebagai *Asia's culinary capital*, Hong Kong pada tahun 2016 akan mengadakan festival dengan skala besar di *New Central Harbourfront*. Sebuah festival kuliner dan *wine* serta *live entertainment* di *waterfront of the Victoria Harbour* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016).

Pada tahun 2015, HKTB telah mengorganisir 29 *familiarization trips* ke Hong Kong, dimana diikuti oleh 550

perwakilan pelaku atau usaha perjalanan (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016). Kerjasama dengan badan administrasi pariwisata lainnya yang ada di daratan Tiongkok atau Negara lain terus dikembangkan untuk mempromosikan multi destinasi pariwisata yang ada di Hong Kong. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media seperti *organising roadshows, travel missions, familiarization trips, joint participation in major international travel trade shows and advertisement*.

KEBIJAKAN PARIWISATA DAN LANSIA

Penerapan kebijakan pariwisata di Hong Kong yang lebih *liquid* (cair) dan *loose* (longgar) juga memberikan kenyamanan bagi wisatawan lansia. Wisatawan lansia yang berkunjung ke Hong Kong akan menikmati kebijakan wisata dengan *itinerary* atau rencana perjalanan yang ringan serta yang berbasis lingkungan (*green tourism*), wisata sejarah, kuliner dan yang menarik adalah wisata pesiar/*cruise*.

Dari hasil survey yang dilakukan oleh Hsu, Cai, & Wong (2007) ada dua hal yang mendorong kelompok usia lanjut berkeinginan melakukan kegiatan hiburan atau pariwisata. Pertama yaitu *external conditions* (kondisi eksternal) dan *internal desires* (keinginan internal). *Internal desire* atau keinginan dari dalam. Dengan demikian, tentu ada banyak alasan atau motivasi sehingga seorang yang sudah berusia lanjut berkeinginan untuk melakukan perjalanan pariwisata atau tidak. *External conditions* terdiri dari beberapa hal yaitu *improved living standards* (Peningkatan standar hidup), *personal financial resources* (Sumber keuangan personal), *time resources* (Ketersediaan waktu), dan *health conditions* (Kondisi kesehatan).

Berkaitan dengan kondisi standar hidup, umumnya para lansia atau orang tua melakukan perjalanan wisata karena

kegiatan tersebut dapat menjadi indikator kondisi ekonomi mereka yang mapan di lingkungan masyarakat saat mereka telah senior dalam usia. Lansia akan melakukan perjalanan pariwisata di saat mereka memiliki kelebihan uang, baik karena simpanan mereka maupun karena didukung finansial oleh anak. Banyak wisatawan lansia yang datang ke Hong Kong adalah berasal dari Asia dan Eropa. Sebagian besar mereka adalah untuk menikmati hiburan kota di Hong Kong. Begitu pula halnya dengan wisatawan dari Tiongkok. Umumnya mereka melihat pariwisata di Hong Kong berbeda dengan di daratan. Penuh gempita dan semarak. Hal ini terkait dengan jenis wisata yang ditawarkan pemerintah Hong Kong lebih modern dan sangatlah beragam atau multi destinasi.

Kebanyakan lansia melakukan perjalanan wisata ke Hong Kong, selain alasan karena mereka memiliki uang setelah hari tuanya dan waktu luang yang lebih banyak, juga karena jarak yang dekat sehingga tidak melelahkan dalam perjalanan dan faktor budaya serta bahasa yang tidak terlalu berbeda jauh. Setelah pensiun, kebanyakan lansia yang memiliki uang dan waktu luang akan lebih memilih melakukan perjalanan santai yang penuh cita rasa atau wisata. Hong Kong memiliki banyak penawaran atraksi dan wisata budaya serta wisata peninggalan dan warisan sejarah. Begitu banyak atraksi budaya yang ditawarkan Hong Kong yang bukan hanya dapat dikonsumsi oleh usia produktif namun juga para lansia. Banyak budaya lampau yang diangkat lagi oleh pemerintah Hong Kong untuk menjadi konsumsi pariwisata dan diminati oleh lansia seperti *tai chi* dan *kung fu*, seni *Cantonese opera*, *Chinese tea preparation*, *Chinese antiques* dan *feng shui*.

Wisata hijau yang berkenaan dengan lingkungan dan alam atau *Green tourism*, pertunjukan-pertunjukan, wisata peninggalan bersejarah, wisata kuliner, wisata kapal pesiar, dan wisata kota

merupakan bagian dari pariwisata Hong Kong yang dapat dinikmati terus oleh para lansia. Kebijakan pemerintah Hong Kong yang umumnya untuk menarik berbagai segmen wisatawan baik usia, asal, dan etnis telah mampu serta sesuai dengan para lansia. Perbaikan kualitas layanan *restaurant* dan akomodasi serta pemandu wisata juga mempermudah pelayanan bagi lansia.

Indonesia sendiri mempunyai peluang sebagai destinasi wisata para lansia dari Asia dan Eropa. Sebagai salah satu destinasi wisata, pemerintah Indonesia berusaha memberikan kemudahan bagi wisatawan lansia misalnya dalam memperoleh visa dan izin tinggal terbatas. Meskipun secara infrastruktur pariwisata, Indonesia masih belum ramah lansia, misalnya alat transportasi yang mudah lansia naik dan turun, tempat hijau dengan fasilitas lansia, akomodasi untuk lansia, dan ketersediaan produk-produk untuk lansia. Selain itu, pengembangan destinasi wisata untuk lansia juga masih terbatas. Umumnya destinasi wisata Indonesia masih bersifat umum atau untuk semua kalangan usia. Hal ini bukan hanya terbatasnya jumlah wisatawan lansia, namun juga di Indonesia belum umum dengan lansia yang berwisata independen. Hal ini dikarenakan, kebanyakan lansia masih memilih berlibur bersama keluarga di wilayah yang tenang seperti pegunungan atau wisata religi mengunjungi tempat-tempat suci atau sakral.

PENUTUP

Banyak hal yang dilakukan pemerintah Hong Kong dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Hong Kong. Hong Kong memang kini terkenal sebagai salah satu destinasi wisata yang menarik dan hal ini tidak terlepas dari usaha pemerintah Hong Kong menerapkan kebijakan yang mampu meningkatkan industri wisatanya khususnya bagi wisatawan lansia. Beberapa hal yang secara umum dilakukan pemerintah Hong Kong dalam industri pariwisata

dan memberikan manfaat bagi wisatawan lansia misalnya adalah: Memperbaiki infrastruktur dan fasilitas yang menunjang pariwisata seperti bandara, jalan, *rail/trem* dan alat transportasi lainnya. Kemudian memperbaiki berbagai arsitektur dan budaya peninggalan bersejarah sebagai *spot* destinasi wisata warisan pemerintah juga memperbaiki pelayanan baik di hotel, restoran, tempat pembelanjaan maupun pelayanan *guide*; membangun tempat-tempat wisata baru di seluruh kota Hong Kong, misalnya memanfaatkan *green tourism* dengan partisipasi masyarakat serta membangun taman bermain seperti Hong Kong Disneyland. Pemerintah Hong Kong juga melakukan promosi-promosi secara masif baik melalui televisi, brosur, *people to people*, maupun iklan yang disebar ke berbagai negara melalui *tv channel* dan media lainnya. Tidak ketinggalan pemerintah memperbaiki semua fasilitas di tempat hiburan atau destinasi wisata dan melengkapinya dengan berbagai fasilitas baru dan memadai. Tidak kalah penting adalah memudahkan kedatangan wisatawan untuk masuk dan tinggal/menginap di Hong Kong sebagai turis misalnya dengan kemudahan *visitor signate* dan bebas visa dari 7 hari hingga 180 hari. Fasilitas pendukung juga ditingkatkan dengan memperbaiki kualitas *guide* dan pekerja travel dengan keterampilan dan kemampuan bahasa dan pelayanan prima. Selain itu peran masyarakat juga memegang peranan penting yaitu dengan memperdayakan seluruh masyarakat dan elemen untuk menciptakan Hong Kong yang ramah dan menarik.

Umumnya, kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Hong Kong sudah ada yang dilakukan oleh Indonesia. misalnya saja, Indonesia mempromosikan “*Visit Indonesia*”. kemudian, slogan ini diikuti oleh berbagai wilayah Nusantara dengan destinasi menariknya dibawah slogan yang hampir sama misalnya “*Visit Lombok and Sumbawa*”. Kini Indonesia mempromosikan slogan “*Wonderful Indonesia*” dan diikuti

oleh wilayah destinasi wisata dengan slogan seperti “*Visit Lombok Sumbawa 2016*” dan seterusnya. Semua ini tidak terlepas untuk menggali semua potensi daerah sehingga menjadi destinasi wisata yang menarik dan unik bagi semua wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Kebijakan pemerintah untuk mengeksplor sumber daya wisata yang berbasis alam dan kesehatan seperti *eco-tourism* juga menjadi salah satu destinasi wisata yang menarik bagi lansia. di Lombok dan Bali termasuk Yogyakarta merupakan wilayah pariwisata yang sangat dinikmati oleh para lansia. Hal ini bukan hanya panoramanya yang indah dan menawan hati namun juga layanan seperti spa, kuliner, meditasi dan hiburan budaya pula menjadi daya tarik wisata bagi kaum lansia. Meskipun demikian, sebagian besar sumber daya wisata ini banyak belum digali dengan serius untuk menjadi aset bagi wisata lansia. Selain itu, infrastruktur yang mendukung kegiatan berwisata lansia juga belum banyak seperti dalam transportasi dan kemudahan akses menuju tempat wisata bagi lansia. Karena itu, perlu adanya kebijakan pariwisata yang bisa menggaet banyak lansia, khususnya lansia mancanegara yang cukup menjanjikan, seperti lansia dari Eropa, yang banyak mencari hiburan ke Asia pada musim dingin di Eropa.

PUSTAKA ACUAN

Chan, Y. W. (2016). What drives Chinese outbound tourism?, East Asia Forum, Economics, Politics and Public Policy in East Asia and the Pacific, <http://www.eastasiaforum.org>

Hobson, J S Perry, “Hong Kong: the transition to 1997”, Tourism Management, Vol. 16, No. 1, pp. 15-20, 1995, Copyright 1995 Elsevier Science Ltd, Printed in Great Britain. All rights reserved.

Hsu, Cathy H.C., Liping A. Cai, Kevin K.F. Wong, 2007. “A model of senior tourism motivations—Anecdotes from

Beijing and Shanghai”, Research paper, Tourism Management 28 (2007) 1262–1273, www.elsevier.com/locate/tourman

LCQ18: Regulation of tourism industry, November 4, 2015, Issued at HKT 12:30, question by the Hon Paul Tse and a written reply by the Secretary for Commerce and Economic Development, Mr Gregory So, in the Legislative Council today (November 4), <http://www.info.gov.hk/gia/general/201511/04/P201511040259.htm>, diakses 27 April 2016

Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.

Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2004. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.

Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2005. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.

Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2006. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.

Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2007. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.

Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2008. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.

Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2009. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.

Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2011. Tourism Commission, Commerce

- and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2012. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2013. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2014. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- The World Bank. (2016). Death rate, crude (per 1,000 people). <http://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.CDRT.IN>. Diakses pada 1 Januari 2016.
- Tsang, Honey, 2017. "Rapidly Aging Population Present Challenges, China Daily, September 09, 2017, <https://www.chinadailyhk.com/articles/112/148/152/1504921542706.html>, diakses 12 Mei 2018
- Tretheway, Michael & Doris Mak, 2006. "Emerging tourism markets: Ageing and developing economies", *Journal of Air Transport Management* 12 (2006) 21–27, www.elsevier.com/locate/jair-traman.
- Wang K.H., & Wang K.M., (ed). (2011). An Exploratory Study on Leisure activities Demand of Elderly in Taiwan, <http://www.aabri.com/LV11Manuscripts/LV11065.pdf>, diakses pada 11 Mei 2018.
- Weiyun, T. (2015). "China's elderly on the move", *Senin*, 30 November 2015, <http://www.shanghaidaily.com/feature/Chinas-elderly-on-the-move/shdaily.shtml>, diakses pada 18 October 2017.
- World Health Organization (WHO). (2002). Active Ageing and Policy Framework, World Health Organization, Noncommunicable Diseases and Mental Health Cluster, Noncommunicable Disease Prevention and Health Promotion Department, Ageing and Life Course.
- Yau, Oliver H.M. & C.F. Chan, 1990. "Hong Kong as a travel destination in South-east Asia: a multidimensional approach," *TOURISM MANAGEMENT* June 1990, Butterworth-Heinemann Ltd, page 123-132. 0261~5177/90/020123-10
- Zhou & Feng (eds). (2015). *Bluebook of elderly care as an industry in Beijing: annual report on the development of elderly care as an industry in Beijing*. Social Sciences Academic Press.
- 1999 Policy Address, 1999. "A Key Tourist Destination", Policy Objective for Economic Bureau, Hong Kong.



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: [2087-2119](#)

e-ISSN: [2502-566x](#)

IDENTITAS, *HARAJUKU STYLE*, PROVOKASI SENSIBILITAS GENDER

IDENTITY, HARAJUKU STYLE, PROVOCATION OF GENDER SENSIBILITY

Chyntia Anggraini

Fakultas Sastra, Universitas Hasanuddin

email: cchyntiaanggraini@gmail.com

Diterima: 3-12-2018

Direvisi: 27-12-2018

Disetujui: 28-12-2018

ABSTRACT

Fashion is one the many ways that can be mobilized to form self-identity through the use of various signs which are deliberately chosen to create a particular narration of the self through citations and repetitions of other signs understood by the society at large. Through fashion, these signs are understood to distinguish one occupational identity (such as mechanical worker), position (superior, staff and others), origin, and others, or in other words through the axis of class, race and gender; usually stereotypically used and performed to create the identity of the fashion consumers.

Harajuku style is one of the most famous fashion style in the world originated and flourished in Harajuku in the center of Tokyo, Japan, and can be distinguished by their choice of styles, brands, colors and compositions which some observers call as anti-fashion. In this paper, Harajuku style that developed since the end of 1980s is seen as a style that provide space and freedom to conform, to exaggerate, to mock, or even completely to reject fashion signs commonly understood in mainstream fashion. By analyzing pictures from the FRUiTS magazine, and through semiotic and gender analyses, this paper is focused on how Harajuku style opens the space for their consumers to exaggerate feminine or masculine images through particular use of styles and accessories, and there a number of those who are aimed to mock or even create gender anomaly (gender bending) to challenge existing gender stereotypes.

Keywords: *fashion, Harajuku, Japan, gender bending*

ABSTRAK

Gaya berpakaian (*fashion*) adalah salah satu cara yang biasa digunakan untuk membentuk identitas diri melalui pemakaian serangkaian tanda yang sengaja dipilih untuk menciptakan 'narasi' tertentu tentang pemakainya melalui sitasi dan pengulangan dari tanda lain yang dipahami oleh masyarakat. Dalam *fashion* maka tanda-tanda ini dipahami secara berbeda untuk membentuk identitas pekerjaan (misal, pekerja bengkel), posisi (pimpinan dan bawahan), asal daerah, dan sebagainya, atau dengan kata lain, menurut sumbu-sumbu kelas, ras, dan gender yang seringkali bersifat stereotip dan dipakai dan

<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i2.804>

2087-2119 / 2502-566X ©2018 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

digunakan (*performed*) untuk menciptakan identitas pemakainya.

Harajuku style adalah salah satu *fashion* yang paling dikenal di dunia yang awalnya berkembang di daerah Harajuku di tengah kota Tokyo, Jepang, dan dikenal dengan pilihan gaya, warna, *brand*, dan komposisi pemakaiannya yang oleh beberapa pengamat kadang disebut sebagai *anti-fashion*. Dalam tulisan ini, *Harajuku style* yang berkembang sejak akhir 1980-an, dilihat sebagai satu gaya yang memberi ruang dan kebebasan yang sangat luas untuk meneguhkan, melebihi-lebihkan, mempermainkan, atau bahkan menolak sama sekali tanda-tanda *fashion* yang lazim dipahami dalam gaya berpakaian yang konvensional (*mainstream*). Dengan menggunakan foto-foto yang ada di majalah *FRUiTS*, dan dengan analisa semiotik dan analisa gender, tulisan ini memfokuskan pada bagaimana *Harajuku style* membuka ruang bagi pemakainya untuk melebihi-lebihkan citra feminitas atau maskulinitas dengan menggunakan gaya dan aksesoris tertentu, dan tidak kurang pemakai yang mencoba untuk mempermainkan sensibilitas gender, atau bahkan menciptakan anomali gender (*gender bending*) untuk mengacaukan stereotip yang ada.

Keywords: *fashion, Harajuku, Japan, gender bending*

PENDAHULUAN

Style yang dipilih oleh seseorang dalam berpakaian tidaklah dipilih secara acak, bahkan ketika pemakainya tidak secara sadar melakukan pilihan-pilihan tersebut. *Style*, bahkan yang orang lain sering anggap tidak bermakna atau bahkan mengganggu pemandangan, digunakan untuk menyampaikan pesan tertentu dari pemakainya—dengan kata lain identitas dirinya. Dalam kajian budaya, mengikuti apa yang dikatakan oleh seorang ahli kajian budaya berpengaruh, Dick Hebdige, maka pemilihan dan penggunaan *style* maupun aksesoris tertentu merupakan bagian dari praktik penandaan (*signifying practice*) dari pemakainya untuk mengekspresikan identitasnya sebagai bagian dari kelompok-kelompok subkultur yang dipilihnya (Barker, 2014).

Harajuku style sebagai *fashion* yang populer di kalangan anak muda merupakan *street style* yang berasal dari Jepang yang berkembang sejak akhir 1980-an hingga beberapa tahun terakhir, dimana setiap orang yang menggunakan *style* ini memiliki gayanya sendiri yang khas dan unik. Melalui gaya yang dipilih oleh pemakainya mereka berusaha untuk menciptakan dan mengekspresikan identitasnya. Seperti juga dalam *style* lainnya, salah satu identitas yang paling mudah dilihat dari *Harajuku style*, adalah identi-

tas gender yang ditonjolkan melalui pilihan-pilihan baju, sepatu atau aksesoris lainnya. Citra feminitas dan maskulinitas yang membentuk identitas gender diatur dalam masyarakat melalui serangkaian kesepakatan tentang apa yang dianggap pantas untuk dipakai oleh laki-laki atau oleh perempuan. Kesepakatan-kesepakatan ini karenanya bersifat kultural (berbeda di tiap masyarakat) dan historis (mengalami perubahan dari waktu ke waktu). *Harajuku style* sebagai *street style* memberi ruang dan kebebasan yang luas bagi pemakainya untuk mengikuti hingga melawan kesepakatan yang ada, termasuk aturan feminitas dan maskulinitas. Tulisan ini melihat bagaimana mereka yang memakai *Harajuku style* di tempatnya menafsirkan, mengikuti, mempermainkan, melawan, atau bahkan menciptakan anomali gender (*gender bending*).

Metode Penelitian

Tulisan ini didasarkan pada penelitian kualitatif dengan analisa semiotik dan analisa gender. Meski awalnya analisa semiotik lebih dikaitkan dengan kajian linguistik namun dengan kontribusi Roland Barthes menjadi analisa tajam dalam kajian budaya. Semiotika merupakan ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia sehingga semuanya dilihat sebagai

tanda, yaitu hal yang harus kita beri makna (Hoed, 2011). Sedangkan analisa gender merupakan suatu analisa yang melihat bagaimana proses konstruksi atribut-atribut yang secara sosial maupun kultural dilekatkan pada laki-laki maupun perempuan (Fakih, 2013).

Tulisan ini akan menganalisa salah satu majalah *street style* asal Jepang yang bernama *FRUiTS* dengan analisa semiotik dan analisa gender. Majalah yang dibuat oleh seorang fotografer jalanan (*street photographer*) asal Jepang yang bernama Shoichi Aoki menjadi majalah utama dan majalah acuan yang dianggap dapat menangkap perkembangan *style* yang terjadi di *Harajuku* dengan memuat bermacam-macam *Harajuku style* yang diambil langsung dari jalanan di sekitar stasiun kereta *Harajuku* (Groom, 2011). Setiap halaman majalah ini berisi foto berbagai tampilan *Harajuku style* yang digunakan oleh seseorang ataupun sekelompok orang yang biasanya adalah kaum muda. Foto-foto dalam halaman majalah *FRUiTS* tersebut menjadi objek yang saya amati dan maknai, dan menjadi data primer untuk mengungkapkan resistensi terhadap konsep gender yang melekat pada laki-laki maupun perempuan.

IDENTITAS MELALUI FASHION

Fashion adalah salah satu cara yang paling mudah bagi kita untuk mengidentifikasi seseorang. Kita bisa mengetahui “diri” seseorang melalui tampilan. Seseorang yang menggunakan baju muslimah dan kerudung mudah dikenali dengan mengaitkan dengan penganut agama tertentu—atau setidaknya itulah identitas yang ingin dibangun oleh pemakainya. Di zaman modern seperti sekarang ini, identitas menjadi hal yang dirasa penting karena digunakan sebagai pembeda antara satu individu dengan individu lainnya. Sering identitas dianggap sebagai esensi diri yang diekspresikan sebagai representasi yang dapat dikenali oleh diri kita dan oleh orang lain dan bersifat “sejati” dan universal (dikenali di semua

tempat) bahkan abadi. Meskipun begitu, dan bertolak belakang dengan anggapan tersebut, kajian budaya menganggap identitas sebagai hal yang dikonstruksi secara kultural. Identitas disusun dan dipengaruhi oleh berbagai aspek emosional, bersifat personal dan sekaligus sosial. Jadi, identitas adalah suatu deskripsi mengenai diri kita yang terus menerus mengalami perubahan, dan karenanya tidak mungkin bersifat tunggal dan menyeluruh, melainkan bersifat majemuk dan dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan kultural.

Lebih lanjut lagi, mengikuti pemikiran Judith Butler, identitas dipahami sebagai praktik diskursif-performatif dimana norma-norma disitasi dan terus diulang-ulang dan dipraktikkan (diperagakan atau *performed*) dengan penggunaan secara sengaja tanda-tanda tertentu (baju, aksesoris, gambar dan lainnya) dalam kehidupan sehari-hari. Identitas juga dibentuk berdasarkan pengaruh dari ‘segi dalam’, yaitu emosional seseorang serta ‘segi luar’, yaitu norma-norma sosial dalam masyarakat. Jadi, penciptaan identitas diri atau *self-identity* merupakan hasil produksi budaya yang unik dan majemuk serta *bersesuaian* dengan ruang dan waktu tertentu yang bergantung pada masing-masing individu, tetapi juga diatur secara sosial (Barker, 2014). Salah satu akibat dari pengaturan oleh masyarakat adalah munculnya gambaran-gambaran stereotip yang bersifat esensialistik tentang identitas, baik itu stereotip identitas kelas tertentu (misal, kelas “atas” dan kaum miskin), etnis (misal, “orang Jawa” atau “orang Minang”), dan tentu saja gender.

Dalam membentuk identitas, tubuh menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan. Secara umum, *tubuh* merupakan susunan atas darah, daging, tulang, serta hal-hal lainnya yang menyusun suatu makhluk hidup. Namun dalam ranah kajian budaya, tubuh dipahami sebagai hal yang dibentuk dan diubah. Tubuh dibentuk dengan berbagai cara, seperti operasi plastik, diet, serta olahraga. Usaha untuk mem-

bentuk tubuh ini dipicu oleh aturan-aturan yang dibuat oleh lembaga-lembaga dalam masyarakat yang mengharuskan seseorang untuk memiliki tubuh dengan kondisi tertentu. Misalnya, atlet harus memiliki tubuh yang bugar, atau seorang yang ingin bergabung di kepolisian harus memiliki tinggi badan tertentu. Di sisi lain, pembentukan tubuh juga dianggap sebagai upaya aktif untuk menegaskan ciri khas dan kebebasan diri. Hal ini berarti individu memiliki agensi untuk menentukan hal yang ingin dia lakukan untuk membentuk dan merubah tubuhnya, misalnya melalui *fashion* atau *make up*. Tubuh yang telah dibentuk dan diubah (*stylized and performed*) ini akan menjadi identitas subjeknya (Ibid, 2014).

Pembentukan identitas yang paling menyolok dan karenanya di era modern ini semakin kontroversial adalah pembentukan identitas gender yang dikaitkan dengan jenis kelamin. Di hampir semua bagian dunia, menjadikan laki-laki dan menjadikan perempuan adalah salah satu usaha paling awal yang dilakukan masyarakat terhadap bayi yang baru lahir di dunia. Konstruksi sosial terhadap maskulinitas dan feminitas lebih penting lagi di kalangan penguasa di mana kekuasaan dan pewarisan kekuasaan dan kekayaan, dan politik pertukaran perempuan dalam melestarikannya merupakan hal yang sangat penting. Gender, merupakan asumsi serta praktik budaya yang mengatur konstruksi sosial laki-laki dan perempuan serta hubungan sosial di antara mereka. Konsep ini menetapkan hal yang dianggap pantas bagi jenis kelamin tertentu, termasuk dalam persoalan identitas.

Feminitas adalah satu kategori identitas yang merujuk pada ciri sosial dan kultural yang diasosiasikan dengan menjadi perempuan, sedangkan maskulinitas merujuk pada laki-laki. Maskulinitas tradisional meliputi beberapa nilai, seperti keperkasaan, kekuasaan, pengendalian diri, tindakan, kontrol, independensi, kecukupan-diri, persahabatan dan bekerja (Ibid, 2014). Sedangkan feminitas bersifat lemah lembut, emosional,

tidak rasional atau keibuan (Fakih, 2013). Perbedaan gender ini membatasi bagaimana identitas diperankan oleh laki-laki dan perempuan.

Satu tradisi kajian budaya yang sangat penting yang muncul dari *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) di Birmingham, Inggris menyoroti secara khusus apa yang disebutnya sebagai *youth* (sub)culture atau budaya (sub) kultur anak muda. Dalam pandangan para peneliti CCCS, batasan-batasan yang dibuat oleh masyarakat dalam membentuk identitas ini dapat dilangkahi oleh kaum muda.

Paul Willis—salah satu tokoh penting dari CCCS (Barker, 2014)—berpendapat bahwa gerombolan sepeda motor yang bising serta pengendara yang selalu melaju mengekspresikan kebudayaan, nilai dan identitas geng motor melalui kebisingannya. Geng motor ini memang mencerminkan maskulinitas dalam identitasnya, namun di sisi lain maskulinitas tersebut tidak sama dengan maskulinitas yang dominan dalam masyarakat. Kekreatifan serta ekspresi mereka dapat disebut sebagai bentuk perlawanan. Selain melalui tindakan, identitas juga dapat diekspresikan melalui *fashion* atau gaya.

Dick Hebdige—tokoh lain dari CCCS—berpendapat bahwa gaya merupakan praktik penandaan (*signifying practices*) yang membentuk identitas. Salah satu contoh gaya yang dikemukakan oleh Hebdige adalah *punk*. Gaya ini memiliki beberapa elemen, seperti paku, rambut yang diwarnai, wajah yang dicat, baju yang dicoret-coret, dan lain-lain. Elemen tersebut merupakan hal yang menyusun identitas *punk*, yang menjadikannya suatu gaya yang mencerminkan perlawanan terhadap norma masyarakat yang mengagungkan kerapihan dan keteraturan (Barker, 2005). Dalam pandangan ini, gaya dianggap sebagai bentuk perlawanan terhadap tatanan yang dominan (Barker, 2014). Artinya, ekspresi gaya yang berbeda dari gaya yang dominan serta identitas yang dibentuknya dianggap sebagai bentuk perlawanan. Dalam pandangan lain

yang berbeda dengan tafsiran peneliti dari CCCS, hal ini dirasa terlalu membebani pelaku (subjek), atau dalam hal ini anak muda yang berperan sebagai pelaku dalam praktik performatif gaya.

Menurut Stanley Cohen, gaya adalah perlawanan yang terlalu dibesar-besarkan sedangkan perlawanan direduksi menjadi soal gaya. Anak muda sebagai pengguna gaya menjadi sesuatu yang melampaui dirinya sendiri. Artinya, konsep perlawanan dianggap terlalu berlebihan bagi anak muda dan hal ini merupakan beban yang terlalu berat bagi mereka. Bisa saja identitas serta gaya yang mereka ekspresikan hanya sekedar kesenangan atau permainan bagi mereka (Barker, 2005).

Dalam *Harajuku style*—yang menjadi fokus tulisan ini—anak muda Tokyo juga melakukan perlawanan melalui gaya. Dalam penelitian sebelumnya, diketahui bahwa anak muda pengguna *Harajuku style* melakukan perlawanan, dalam hal ini perlawanan gaya kasual-konvensional, gaya generasi pendahulunya, dan tak lupa perlawanan juga ditujukan pada aturan-aturan yang mencerminkan identitas gender (Anggraini, 2018a). Jadi, laki-laki dalam *Harajuku style* bisa menampilkan gaya yang feminin, begitu pula sebaliknya, perempuan banyak yang menampilkan gaya yang maskulin.

Untuk menciptakan gaya ini, mereka menggunakan *fashion* item yang bersifat demikian. Misalnya, laki-laki menggunakan rok, yaitu *fashion* item yang dikhususkan untuk perempuan berdasarkan aturan gender untuk menampilkan gaya feminin yang bertolak belakang dengan maskulinitas yang diharapkan ditampilkan oleh laki-laki. Tulisan ini akan melihat sejauh mana perlawanan terhadap aturan gender melalui gaya yang dilakukan oleh anak muda Tokyo merupakan perlawanan yang bersikap bermain-main (*playful*) dan sejauh mana yang dilakukan adalah satu perlawanan aktif untuk menciptakan anomali gender atau yang sering disebut sebagai *gender bending*.

SEJARAH *FASHION* JEPANG

Fashion di Jepang mulai mengalami perkembangan setelah pengaruh-pengaruh Barat masuk ke Jepang pada saat restorasi Meiji di tahun 1868. Sebelumnya, sejak tahun 1603 Jepang yang dipimpin oleh Shogun Tokugawa menerapkan politik *sakoku* yang berarti negara tertutup. Hal ini berarti Jepang menutup diri dari dunia dan pemerintah Jepang melarang siapapun menginjak tanah Jepang, kecuali orang Belanda. *Sakoku* ini tidak hanya berlaku bagi orang-orang luar Jepang, melainkan bagi penduduk Jepang juga, sehingga penduduk Jepang sendiri tidak diperbolehkan meninggalkan Jepang (Beasley, 2003).

Karena kebijakan-kebijakan dari politik *sakoku* inilah, Jepang luput dari perkembangan serta hal-hal yang terjadi di dunia luar, tidak terkecuali *fashion*. Pada periode ini, pakaian utama yang digunakan di Jepang adalah *kimono* dan barulah setelah Jepang dibuka kembali, Jepang dan penduduknya mulai merasakan perubahan dunia luar. Setelah restorasi Meiji, *fashion* mulai berkembang dengan diadopsinya cara berpakaian orang Barat. Masyarakat Jepang menggunakan pakaian Barat (garmen selain *kimono* baik kasual maupun formal seperti *blouse* dan *suit*) yang biasa disebut dengan *yofuku* untuk menggantikan penggunaan pakaian Jepang (*kimono*, *hakama* dan pakaian tradisional Jepang lainnya) atau *wafuku*. Meskipun perkembangan ini mulai terjadi, hal ini tidak berlangsung dengan cepat karena masyarakat Jepang harus menyesuaikan dan membiasakan diri dengan *yofuku*.

Pakaian bergaya Barat pada awalnya hanya digunakan dalam *fashion* untuk pria, sedangkan *fashion* untuk perempuan masih didominasi oleh pakaian bergaya Jepang. Meskipun begitu, ada kelompok perempuan yang menggunakan *fashion* ala Barat dan menjadi *trendsetter* dalam *fashion* perempuan. Kelompok perempuan ini disebut *modern girl* atau dalam bahasa Jepang disebut *modan gaaru*—lebih sering

disebut dengan *moga*. Perempuan ini merupakan pekerja yang senang mengonsumsi *fashion* terbaru seperti rok pendek dan *dress* pendek yang saat itu masih asing dan baru di kalangan perempuan Jepang yang menggunakan *kimono* sebagai pakaian sehari-hari. Kelompok *moga* ini juga gemar menggunakan riasan wajah untuk membentuk *look* atau tampilan ala Betty Boop seperti mata yang tampak besar, alis yang berbentuk bulan sabit, serta mulut yang terlihat kecil. *Moga* juga memiliki potongan rambut pendek dan keriting dengan *tone* atau warna kulit yang pucat (Miller, 2006).

Di sisi lain, banyak kritikan dan perdebatan di kalangan perempuan Jepang mengenai *wafuku* dan *yofuku*. Perempuan Jepang menganggap *fashion* Barat tidak sesuai dengan nilai-nilai tradisional perempuan Jepang sehingga menggunakannya dianggap sebagai bentuk pengabaian bagi nilai-nilai tersebut. Pakaian tradisional Jepang seperti *kimono* dan pakaian Barat seperti *blouse* dan *dress* sangatlah berbeda, baik dari bentuk dan potongannya. *Kimono* menutupi hampir seluruh tubuh pemakainya dan juga menyembunyikan bentuk tubuh pemakainya. Sedangkan pakaian Barat yang lebih modern memiliki potongan yang lebih bervariasi dan memperlihatkan banyak kulit, selain itu struktur garmen Barat tidak menyembunyikan bentuk tubuh penggunaannya seperti pakaian tradisional Jepang. Meskipun begitu, pria Jepang menganggap *fashion* Barat sebagai hal yang mencerminkan modernitas dan merupakan gaya kontemporer (Fukai, 2002). Perbedaan pandangan ini—sadar atau tidak sadar—menandakan adanya gap antara laki-laki dan perempuan yang disebabkan oleh norma-norma sosial serta aturan-aturan gender dalam masyarakat Jepang. Hal ini telah dikonstruksi oleh pemerintah Jepang sejak zaman Edo melalui sistem *Ie*, yaitu sistem keluarga yang menempatkan laki-laki sebagai pusat hirarki tertinggi dalam segala hal. Ketidaksetaraan gender ini membuat kelompok feminis melawan dan menuntut hak yang sama dengan

laki-laki. Gerakan ini terjadi pada masa restorasi Meiji dan merupakan yang pertama di Jepang. Keinginan feminis Jepang kemudian dikabulkan melalui dihapuskannya sistem *Ie* dari kebijakan pemerintah Jepang dalam Konstitusi Meiji (1889). Meskipun begitu, *Meiji Civil Code* masih membantah hak-hak perempuan (Koyama, 2018 dalam Widarahesty, 2018).

Perbedaan pandangan antara laki-laki dan perempuan memang membuat perkembangan *fashion*, khususnya *yofuku*, tidak merata di dalam masyarakat Jepang. Namun setelah Perang Dunia II, *yofuku* mulai berkembang dan menyebar ke seluruh masyarakat Jepang, baik laki-laki maupun perempuan. *Fashion* yang pada saat itu berasal dari Amerika Serikat dan Prancis menyebar melalui majalah *fashion* lokal maupun yang diimpor, yang pada saat itu juga mengalami perkembangan.

Populernya *fashion* Barat di Jepang membuat produksi garmen meningkat bersamaan dengan munculnya sekolah-sekolah desain dan tata busana di Jepang. Tata busana kemudian menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Jepang, baik yang profesional maupun rumahan. Hal inilah yang menjadi pemicu munculnya desainer-desainer Jepang yang pertama. Selain itu, konsep perindustrian juga mengalami perubahan secara otomatis. Industri tekstil tradisional berubah menjadi industri pakaian. Hal ini terjadi akibat tuntutan pasar yang baru, yang tidak lagi sama seperti dulu. Transformasi ini menciptakan desain yang unggul serta menempatkan kemampuan industri produksian *kimono* yang dulu merupakan budaya tradisional sebagai dasar kemampuan bagi teknologi *fashion* yang baru (Fukai, 2002).

Desainer-desainer *fashion* mulai bermunculan di Jepang setelah banyaknya informasi mengenai *fashion* dari luar masuk ke Jepang. Hanae Mori merupakan salah satu *desainer* Jepang yang pertama muncul dan dikenal oleh dunia di sekitar tahun 1960-an. Desainnya yang mewah dan berbahan sutra

Jepang merupakan alasan namanya terkenal di Amerika Serikat. Setelah melakukan berbagai usaha, Mori diterima sebagai anggota *Parisian haute couture* (kelompok desainer *high fashion* berbasis di Paris).

Di tahun 1970-an muncul desainer yang bernama Takada Kenzo. Kenzo menarik perhatian dunia *fashion* dengan desain yang mengabungkan warna serta motif khas Jepang dengan nuansa urban Paris pada saat dia memulai debutnya di sana. Kenzo bukan satu-satunya desainer Jepang yang muncul di sekitar tahun 1970-an. Yamamoto Kansai, Miyake Issey serta desainer lainnya juga memperluas 'hawa' keberadaannya di Paris, London dan New York.

Meskipun demikian, desainer yang paling menarik perhatian pecinta *fashion* adalah Miyake Issey, atau lebih dikenal dengan sebutan Issey Miyake. Desain yang membuat Issey menarik adalah konsep desain 'one cloth' yang dia kembangkan, yang merupakan gabungan antara elemen Asia dan Barat. Perannya sebagai desainer kelas dunia membuatnya mendirikan sebuah yayasan *fashion* sebagai usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan keberlangsungan reputasi desainer Jepang di masa yang akan datang. Selain munculnya beberapa desainer kelas atas, tahun 1970-an ini juga merupakan tahun di mana Jepang mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat. Hal ini menyebabkan standar hidup dan *disposable income* atau pendapatan untuk belanja, mengalami peningkatan luar biasa di kalangan kelas menengah. Pada akhirnya hal ini menyebabkan meningkatnya minat akan industri *fashion* di Jepang yang menjadi pemicu munculnya desainer-desainer *brand* lokal di Jepang (Ibid, 2002).

Selain *brand* lokal, terdapat jenis-jenis *brand* lain yang juga beredar di Jepang. Secara garis besar terdapat tiga jenis *brand* utama. Jenis pertama merupakan *brand* lokal, yaitu *brand* yang berasal dan hanya beredar di Jepang, misalnya Takuya Angel dan Tokyo Bopper. *Brand* selanjutnya merupakan *brand* internasional, yaitu *brand*

yang berasal dari luar Jepang dan dapat ditemui di seluruh dunia, misalnya Prada dan Louis Vuitton. Jenis terakhir adalah *brand* lokal-internasional yang merupakan *brand* Jepang yang menembus pasar internasional dan dapat dijumpai secara global, contohnya adalah *brand* milik desainer profesional Jepang seperti Issey Miyake, Rei Kawakubo dan lainnya (Anggraini, 2018b).

Selain desainer yang telah disebutkan namanya di atas, pada dekade selanjutnya juga muncul desainer papan atas lainnya yang kemudian berpartisipasi dalam Paris *collections*—Paris *Fashion Week*. Mereka adalah Rei Kawakubo dan Yamamoto Yohji (lebih dikenal dengan nama Yohji Yamamoto). Desain mereka menampilkan estetika Jepang yang jauh berbeda dari estetika Barat. Hal ini dianggap sebagai ekspresi dari momen kontemporer yang menjadi sensasi dalam dunia *fashion* dan melahirkan istilah *Japan Shock*. Garmen yang sensasional ini didesain longgar untuk menutup dan menyembunyikan tubuh penggunanya. Gaya ini didesain tidak berbentuk, sama seperti pakaian tradisional Jepang (*kimono*). Selain garmen yang longgar dan tidak berbentuk itu, beberapa garmen 'dengan sengaja' didesain terlihat usang atau sobek. Garmen tersebut seringkali tidak memiliki warna, sehingga hanya ada warna hitam dan putih.

Keseluruhan konsep desain tersebut sangat mengganggu estetika *fashion* Barat yang menjadi *trend* serta mendominasi dunia *haute couture*. Akibatnya, desain Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto serta Issey Miyake ini termasuk ke dalam produk dari lingkup budaya yang disisihkan dari sensibilitas *haute couture*. Meskipun demikian, memiliki daya tarik yang mengagumkan. Pada akhirnya *fashion* Jepang dijabarkan dengan berbagai istilah seperti *world clothing*, *global fashion*, *post-apocalypse chic* dan lainnya. Hal ini dikarenakan *fashion* Jepang tidak membatasi dirinya dalam persoalan gender, ukuran maupun waktu. Garmen yang dihasilkan dapat digunakan da-

lam berbagai waktu, siang maupun malam; memiliki satu ukuran atau *one-size* dan *androgynous*. Hal ini menjadi kebaruan dalam desain Jepang dan membuatnya mencapai kepopuleran, sehingga pada sekitar tahun 1980-an fashion Jepang telah memiliki keunikannya sendiri di antara *high fashion* Asia maupun di Barat (Fukai, 2002).

Tahun 1980-an juga menjadi tahun di mana Jepang mengalami kemunduran ekonomi. Hal ini mengakibatkan perubahan nilai-nilai di masyarakat Jepang, terutama di kalangan remaja. Mereka melihat identitas individual sebagai hal yang penting dan mengekspresikan hal ini melalui revolusi *fashion*. Dalam kondisi ekonomi dan sosial pada saat itu, *fashion*, utamanya *street style* atau gaya jalanan menjadi semakin kreatif dan inovatif. Pakaian yang *fashionable* serta gaya hidup dikonsumsi oleh kaum muda dan dijadikan alat untuk mengidentifikasi diri mereka (Jiratanatiteenun et. al, 2012). Praktik *street style* menyatakan dengan tegas bahwa *fashion* dan gaya merupakan hal yang diamati di ‘jalan’, bukan hal yang diciptakan oleh desainer, bukan pula hal yang disaksikan di *runway*. *Street style* sebagai ide, ungkapan, praktik dan citra dapat ditemukan di berbagai tempat. Misalnya representasi media pada bagian khusus *street style* dalam majalah, cara berpakaian seseorang, serta sebagai bagian dari bahasa populer dan pertunjukan. Hal-hal ini saling berhubungan dalam memproduksi makna di sekitar *street style* (Woodward, 2009).

Street style menjadi lebih dikenal di sekitar tahun 1990-an akibat *koukousei gyaru*—lebih sering disingkat *kogal*—atau kelompok sosial yang berisi gadis SMA yang memerhatikan persoalan gaya serta dapat diidentifikasi melalui cara berpakaian dan berdandan mereka. *Kogal* cenderung memilih *fashion* yang tidak mahal. Misalnya *camisole* (pakaian dalam wanita tanpa lengan) sebagai *outer*, *loose socks* atau kaos kaki yang dilonggarkan di bagian atas dan dibiarkan melorot dan bertumpuk di bagian betis dan pergelangan kaki; dan menggu-

nakan aksesoris seperti *shinikake ningyo* atau boneka milik orang yang sudah meninggal. Hal ini dikarenakan mereka belum memiliki penghasilan (Suzuki & Best, 2003).

Seolah berlawanan dengan *street style* adalah seragam sekolah (*uniform*) yang merupakan salah satu hal yang digunakan oleh pemerintah Jepang untuk menyamaratakan individu, artinya menghilangkan kepribadian (*personality*) seseorang (McVeigh, 2017). Melalui penerapan seragam sekolah, maka di satu sisi diperoleh keseragam kepribadian dan identitas, di sisi lain, atribut-atribut gender menjadi semakin tegas dibedakan melalui perbedaan seragam laki-laki dan perempuan.

Sejak westernisasi, *fashion* di Jepang telah mengalami berbagai perubahan. Barat telah memberikan banyak dampak bagi Jepang, sehingga Jepang menjadikannya sebagai kiblat dalam berbagai hal, termasuk *fashion*. Meskipun begitu, *fashion* Jepang menciptakan perbedaan-perbedaan di antara estetikanya dan estetika Barat, sehingga *fashion* Jepang memiliki tempatnya sendiri di dalam dunia *fashion*. Jika diingat kembali, Jepang yang menutup diri dan benar-benar luput dari perkembangan dunia luar, harus bersusah payah menyesuaikan diri dengan budaya yang asing bagi mereka. Tetapi mereka tetap dapat mengembangkan *fashion* yang unik dan diakui oleh dunia. Tidak hanya *haute couture* yang dihasilkan oleh desainer papan atas, Jepang juga mengembangkan *street style* yang sangat populer di dunia. Jika *haute couture* adalah *high fashion* dengan *brand* ternama, *street style* adalah lawannya. Gaya jalanan ini menolak *high fashion* dan *fashion* yang *mainstream*.

SEJARAH HARAJUKU STYLE

Harajuku style sebagai salah satu jenis *street style* merupakan gaya yang sangat populer di tahun 1990-an. Kepopuleran ini berawal dari terkenalnya wilayah Harajuku di Shibuya. Di tahun 1964, stadion Kunitashi dibangun di taman Yoyogi untuk

Olimpiade Tokyo. Pembangunan stadion ini memicu pembangunan di wilayah Harajuku dan Omotesando, seperti pemukiman mahal dan beberapa bangunan yang indah. Akibatnya, muncullah nuansa modern di wilayah Harajuku, yang menarik perhatian desainer, model dan sebagainya untuk pindah ke sana. Di tahun 1966 muncul *Harajuku-zoku* di wilayah Harajuku. *Zoku* dapat dipadankan dengan kata *tribe* dalam bahasa Inggris, sedangkan untuk padanan dalam bahasa Indonesia, saya menggunakan istilah geng. Geng Harajuku ini adalah sekumpulan mahasiswa kelas menengah yang mengikuti gaya berpakaian *mods*. Gaya ini dapat diidentifikasi melalui beberapa susunan garmen, seperti *blazer*, kemeja serta celana kain atau pakaian kasual ala Amerika Serikat, seperti *denim* dan baju kaos (menyerupai gaya yang digunakan oleh Elvis) (Narumi, 2010).

Geng ini menghabiskan waktu dengan bersenang-senang, seperti menari ataupun balapan mobil di jalanan Omotesando, yang membuat mereka terkenal. Hal ini memunculkan atmosfer canggih di Harajuku yang kemudian menjadi daya tarik bagi kaum muda. Namun di tahun 1967, *Harajuku-zoku* yang sering mengganggu ketentraman masyarakat sekitar diusir dari Harajuku. Geng ini kemudian menghilang selama kira-kira 6 hingga 7 tahun. Setelah lama menghilang, peran ini diisi oleh generasi *baby boomer* di awal tahun 1970-an. Muncul *trend* membuka bisnis sendiri di kalangan ini karena mereka cenderung menolak untuk bekerja di perusahaan besar. Bisnis tersebut dijalankan di ruang kecil di apartemen Harajuku yang mereka sewa. Mereka membuka toko pakaian Mansion Maker dan butik-butik kecil di jalan Takeshita. Munculnya toko-toko ini menarik perhatian kaum muda lainnya untuk berbelanja di sana. Hal ini menjadikan Harajuku dan jalan Takeshita dikenal akan *fashion* serta kultur kaum muda (Nakao, 2015).

Pada tahun 1977 diberlakukan *hokousha tengoku*—disingkat *hokoten* di Harajuku. *Hokoten* berarti *pedestrian paradise*,

jadi pada hari minggu mobil dan kendaraan tidak diperbolehkan memasuki jalan utama Harajuku (Groom, 2011). Hal ini memicu pertumbuhan kultur kaum muda di Harajuku. Pada bulan Oktober tahun berikutnya, gedung *fashion apparel*, *laforet Harajuku* dibangun. Gedung ini memiliki 6 lantai di mana lantai pertamanya diisi oleh toko yang menjual pakaian dari *brand* ternama. Penjualan memang tidak lancar pada awalnya, namun setelah diperbarui di bulan Februari 1980, penjualan mulai berjalan lancar dan gedung inilah yang menjadi dasar dari DC (singkatan dari *designer collection*) *brand boom* yang terjadi pada tahun 1982. Sepanjang tahun 1978, Harajuku dipenuhi oleh *takenoko-zoku* atau *baby bamboo tribe* pada hari libur. *Takenoko-zoku* didominasi oleh siswa SMP, dan ini adalah pertama kalinya remaja menetapkan kultur mereka dengan sendirinya di jalanan di wilayah Harajuku. Geng ini dapat diidentifikasi berdasarkan pakaiannya mereka, yaitu celana *harem*, sepatu *kung fu* serta pakaian yang terinspirasi oleh elemen malam Arab. Secara keseluruhan *takenoko-zoku* memiliki anggota yang cukup banyak, yaitu 10.000 orang. Pada tahun 1981 fenomena ini berakhir disertai dengan munculnya subkultur dengan sebutan *fifties*. Pada akhir tahun 1980-an muncul fenomena *gyaru* atau *body-kon*. Mereka adalah mahasiswa perempuan serta perempuan yang bekerja kantoran yang suka mendatangi klub malam. Mereka gemar mengenakan pakaian ketat dan pas badan demi menonjolkan daya tarik seksualnya. *Body-kon boom* kemudian menjadi dasar bagi subkultur selanjutnya, yaitu *ko-gal* atau gadis SMA. Subkultur ini populer selama pertengahan tahun 1990-an (Nakao, 2015).

Pada pertengahan tahun 1990-an, muncul berbagai jenis gaya di Harajuku. Akibatnya *Harajuku style* memiliki banyak sekali gaya. Beberapa di antaranya adalah *punk*—gaya yang biasanya berambut *mo-hawk*, memakai jaket kulit dengan aksesoris duri; *lolita*; *shironuri*—gaya menggunakan

pakaian dengan warna-warna bumi yang alami dan menggunakan make up putih ala *geisha*; *fairy*—gaya yang kekanakan dengan penggunaan warna pastel dan aksesoris berupa mainan seperti *My Little Pony* pada garmennya; *decora*—gaya yang mengenakan warna-warna cerah dengan banyak aksesoris; dan lainnya. Hal ini berarti *Harajuku style* bukanlah satu gaya yang monolitik, dan menjadikan gaya di Harajuku tidak pernah statis dan tetap (untuk pembahasan lebih rinci mengenai hal ini lihat Anggraini, 2018a). Tidak ada kejelasan mengenai batasan *fashion* satu dengan *fashion* lainnya, mereka semua bercampur aduk, hingga mencapai titik di mana cabang *fashion* yang baru dibuat dengan menggunakan hal yang *mainstream*. Di sisi lain, terdapat banyak toko *high fashion* dengan berbagai jenis *brand* impor didirikan di Omotesando. Dapat dikatakan bahwa “*the landscape of Harajuku complete its formation around the 1990s*” (Nakao, 2015).

Milenium baru membawa perubahan bagi *street style* di Harajuku. Dalam Nakao (2015), Yonezawa (2008) dan Masuda (2014) mengatakan bahwa masuknya ‘*fast fashion*’ yang menciptakan pasar sadar harga telah mengakibatkan menurunnya *street style* di awal abad ke 21. *Fast fashion* merupakan produksi massal dengan harga yang rendah namun tetap memiliki kualitas dan terlihat *trendy*. Kemudian muncul fenomena *clothes boom* yang membuat Uniqlo—*brand* yang didirikan pada tahun 1984 di prefektur Hiroshima menjadi pihak yang memegang peranan penting dalam pergeseran paradigma *fast fashion*. Slogan mereka berlawanan dengan Harajuku ‘ekstreme’ *street style*, yaitu ‘sederhana, fungsional dan nyaman’. Selain itu, Masuda juga berpendapat bahwa anjloknya *Harajuku style* juga disebabkan oleh dihapusnya kebijakan *hokoten*. Kaum muda tidak memiliki tempat untuk mengekspresikan *fashion*-nya. Pada akhirnya Harajuku menyaksikan munculnya gaya yang berlawanan dengan *Harajuku style*, yaitu *ura-hara*. Karakter-

istik *ura-hara* adalah gaya yang sederhana dan kekanak-kanakan. Masuda percaya bahwa kapitalisme telah mendorong regenerasi *hokoten* di Harajuku (Ibid, 2015).

HARAJUKU STYLE DAN PROVOKASI SENSIBILITAS GENDER

Fashion adalah salah satu media yang digunakan untuk mengekspresikan diri. Pengguna pakaian akan berusaha mencerminkan identitas, misalnya perempuan yang mengenakan hijab merupakan seorang muslimah. Dalam hubungannya dengan gender, *fashion* diatur oleh norma sosial yang menetapkan hal apa yang mencitrakan apa serta siapa saja yang pantas menggunakannya. Misalnya pengguna rok akan mencerminkan feminitas yang merupakan bagian dari gender yang melekat pada perempuan, atau celana yang menunjukkan maskulinitas bagi laki-laki. *Harajuku style* sebagai salah satu jenis *fashion* juga menampilkan gaya bersesuaian dengan gender yang melekat pada perempuan maupun laki-laki.

Feminitas *Mainstream*

Salah satu *Harajuku style* yang menampilkan kesesuaian gender dapat kita lihat pada majalah *FRUiTS* edisi musim panas tahun 2000. Halaman majalah ini menampilkan seorang perempuan yang mengenakan *one piece* (pakaian satu potong) berlengan panjang yang panjangnya di atas lutut. Garmen ini berwarna putih polos dan tidak memiliki motif apa-apa. Pada ujung lengan dan bagian bawah *one piece* putih ini, terdapat renda yang memberikan kesan feminin pada tampilan ini. Garmen sederhana ini digunakan bersama *Mary Jane shoes* (sepatu dengan bagian depan tertutup dengan tali pengikat di punggung kaki) berwarna hitam dengan kaos kaki berwarna putih. Sebagai pemanis, pengguna *style* ini juga menggunakan aksesoris berupa kalung berliontin yang tidak terlalu panjang. Gaya ini sangat sederhana dan secara keseluruhan terlihat kasual. Keseluruhan

susunan pakaiannya menampilkan gaya feminin yang selaras dengan aturan gender, yang juga sangat *mainstream*.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 36 tahun 2000

Gambar 1. Contoh *Harajuku style* yang menampilkan kesesuaian gender

Tidak hanya gaya yang *mainstream*, *Harajuku style* juga dapat menampilkan femininitas yang sesuai dengan aturan gender melalui gaya yang tidak biasa seperti *lolita*. Gaya *lolita* sangat populer di tahun 2000 di Harajuku. Kita bisa melihat salah satu contohnya dalam edisi musim panas tahun 2000. Gaya ini terdiri atas *long sleeve midi dress with full skirt* atau gaun berlengan panjang dengan rok yang mengembang dan panjangnya medium. *Dress* ini berwarna merah muda bercampur warna putih dengan motif *floral* dan renda pada bagian kerahnya. Garmen ini dipasangkan dengan *lace pumpkin bloomers* (celana mengembang dengan renda) dan dilengkapi dengan *lace headwear* serta kaos kaki putih dan sepatu putih. Selain itu, tampilan ini dilengkapi dengan aksesoris khas *lolita*, yaitu payung dan *handbag* (tas tangan) kecil berwarna merah muda. Gaya ini menampilkan gaya *lolita* secara keseluruhan. Melalui susunan garmen yang diperuntukkan bagi perempuan, serta pilihan warna merah muda—yang sangat erat citranya dengan feminin—*Harajuku free style* yang digunakan oleh perempuan ini berhasil mencitrakan femininitas yang *mainstream* melalui gaya yang tidak

mainstream, yaitu *lolita* yang *kawaii*.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 38 tahun 2000

Gambar 2. *Harajuku Style* dengan gaya *Lolita*

Maskulinitas *Mainstream*

Contoh gaya yang menampilkan maskulinitas *mainstream* dalam *Harajuku style* dapat ditemukan dalam edisi akhir musim dingin tahun 1997. Dalam contoh ini kita bisa melihat laki-laki yang mengenakan kaos *oblong* berwarna cokelat. Baju kaos ini dipasangkan dengan *destroyed jeans* (celana *jeans* yang memiliki sobekan pada permukaannya) yang berwarna senada dengan kaos yang digunakannya.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 4 tahun 1997

Gambar 3. Contoh gaya Harajuku yang menampilkan maskulinitas *mainstream*

Tampilan ini juga dilengkapi dengan sepatu berwarna merah dan topi berjenis *fedora* (tapi dengan pinggiran yang lembut dan memiliki sedikit cekungan di kedua

sisi di bagian depan). Pemilihan garmen serta aksesoris pada gaya ini menampilkan maskulinitas yang memang diperuntukkan bagi laki-laki dalam aturan-aturan gender. Tampilan kasual ini juga sangat umum kita jumpai dalam *fashion* laki-laki.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 10 tahun 1998
Gambar 4. Contoh *Harajuku style* dengan maskulinitas yang *mainstream*

Contoh lain yang juga menampilkan *Harajuku style* dengan maskulinitas yang *mainstream* dapat dilihat dalam edisi musim semi tahun 1998. Halaman ini menampilkan dua orang laki-laki yang mengenakan *hoodie* (jaket yang memiliki kerudung kepala) dengan celana pendek. Laki-laki di sebelah kanan mengenakan *hoodie* berwarna hitam dengan celana berwarna biru. Selain itu, dia juga menggunakan *sneakers* berwarna abu-abu (sepatu yang memiliki tali pengikat) serta *cap* (jenis topi yang tidak memiliki pinggir dan memiliki bagian depan untuk melindungi mata dari sinar matahari) berwarna hitam dan juga kacamata dengan kaca yang berwarna jingga. Laki-laki di sisi satunya juga menggunakan susunan garmen yang hampir sama. Hanya saja dia juga mengenakan jaket berwarna hijau di atas *hoodie* berwarna putih. Kedua gaya yang hampir sama ini menampilkan gaya kasual yang maskulin. Maskulinitas yang dicerminkan juga tidak melenceng dari stereotip yang melekat pada gender laki-laki.

Maskulinitas dengan *Fashion* yang Feminin

Harajuku style sebagai salah satu jenis dari *street style* dibentuk berdasarkan selera dan keinginan masing-masing penggunanya. Oleh karena itu, gaya ini memiliki makna yang berbeda-beda dalam setiap tampilannya, termasuk makna perlawanan yang mereka ekspresikan. Salah satu elemen yang paling sensitif dalam berbusana—mungkin dalam hal lainnya juga—adalah gender. Banyak sekali aturan-aturan yang membatasi perempuan dan laki-laki dalam mengenakan pakaian, yang disebabkan oleh perbedaan gender. Hal inilah yang dikritik atau dilawan oleh para pengguna *Harajuku style*.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 1 tahun 1997
Gambar 5. Contoh *Harajuku style* sebagai bentuk perlawanan terhadap aturan-aturan gender

Contoh pertama *Harajuku style* yang merupakan bentuk perlawanan terhadap aturan-aturan gender disampaikan melalui penggunaan *fashion item* yang tidak bersesuaian antara aturan gender dengan jenis kelamin penggunanya. Hal ini dapat ditemui dalam edisi pertama majalah *FRUiTS* di tahun 1997. Dalam tampilan ini terlihat seorang laki-laki menggunakan atasan putih dengan *straight skirt* (rok span) berwarna abu-abu dan jaket kulit berwarna hitam. Laki-laki ini tidak terlihat banci tetapi dia mengenakan rok layaknya perempuan. Normalnya, hal ini sedikit ganjil untuk

dilihat tetapi tampilan ini merupakan salah satu cara untuk mengubah—atau setidaknya menyindir—stereotip yang menyatakan bahwa rok merupakan *fashion item* yang diperuntukkan bagi perempuan dan laki-laki yang menggunakannya telah menyalahi aturan gender. Meskipun begitu, tidak semua laki-laki yang menggunakan rok dapat diartikan sebagai bentuk perlawanan. Beberapa di antaranya adalah bentuk ekspresi diri dan bersenang-senang.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 41 tahun 2000

Gambar 6. Contoh lain laki-laki yang menggunakan rok untuk membentuk *Harajuku style*

Contoh lain laki-laki yang menggunakan rok untuk membentuk *Harajuku style* dapat ditemui pada edisi musim gugur tahun 2000. Jika sebelumnya rok digunakan untuk menciptakan tampilan yang sederhana, halaman ini menampilkan hal sebaliknya. *Straight skirt* ini dibuat dari kain perca dengan berbagai warna dan motif sehingga terlihat sangat ramai. Seolah tidak cukup dengan keramaian di bagian bawah, pengguna gaya ini juga mengenakan atasan penuh warna, yaitu kaos berwarna kuning yang digunakan bersama kemeja merah dan syal hijau bergambar bunga, kupu-kupu dan sebagainya. Kemeriahan ini ditambah lagi dengan *slung bag* (tas selempang) warna-warni serta kaca dengan kaca berwarna jingga. Untuk menunjukkan totalitas, rambutnya juga dicat merah muda. Tampilan ini mungkin tidak mencerminkan

feminitas yang biasanya dijumpai pada *fashion* perempuan, mengingat kehebohan dan banyaknya hal yang menyusun gaya ini. Tetapi mari kita berfokus pada penggunaan item *fashion* yang diatur untuk digunakan oleh perempuan dan malah digunakan oleh laki-laki dalam *Harajuku style* ini. Tampilan ini merupakan salah satu contoh pengguna *Harajuku style* yang mengekspresikan dirinya dan bersenang-senang melalui penggunaan *fashion item* yang bertolak belakang dengan aturan gender.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 21 tahun 1999

Gambar 7. Pengguna *Harajuku style* yang juga mengenakan rok dalam tampilannya

Pengguna *Harajuku style* yang juga mengenakan rok dalam tampilannya dapat ditemui dalam edisi musim dingin tahun 1999. Laki-laki ini menggunakan *A-line skirt* (rok yang melebar di bagian bawahnya) berwarna *denim* dengan sedikit warna hitam dan putih. Rok ini dipasangkan dengan jaket beludru berwarna biru. Tampilan ini betul-betul mempermainkan konsepsi gender yang selama ini melekat di masyarakat sehingga saya menggolongkannya sebagai bentuk perlawanan. Pengguna gaya ini botak dan memiliki tindik di hidung dan kedua telinganya, hanya dengan sekali lihat kita bisa mengetahui bahwa dia memiliki ‘tampang preman’. Tetapi kita tidak bisa mengesampingkan fakta bahwa dia mengenakan rok, yang dalam tampilan ini

sama sekali tidak terlihat feminin. *Harajuku style* ini menggabungkan dua hal yang berbeda bahkan berlawanan dari stereotip pada gender laki-laki dan perempuan. Selain rok yang erat kaitannya dengan *fashion* perempuan, tampilan ini juga dilengkapi dengan *platform shoes*. *Platform shoes* merupakan sepatu dengan *platform* atau sol yang tebal, yang dalam pandangan saya merupakan jenis sepatu yang biasanya digunakan oleh perempuan.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 18 tahun 1999

Gambar 8. Contoh seorang laki-laki yang menggunakan *platform shoes* dalam Harajuku style

Penggunaan *platform shoes* cukup sering ditemui dalam *Harajuku style*, tetapi didominasi oleh perempuan. Meski begitu ada beberapa laki-laki yang juga menggunakan sepatu jenis ini. Bisa kita lihat dalam edisi musim gugur tahun 1999 ini, seorang laki-laki yang menggunakan *platform shoes* berwarna putih dengan sol yang sangat tebal. Sepatu ini dipasangkan dengan *denim jeans*, *sweater* ungu dan syal merah dengan garis biru dan hitam. Garmen yang digunakannya mencerminkan kesan kasual, namun penggunaan *platform shoes* sangat memengaruhi bagaimana gaya ini ditampilkan. Sepatu itu membuatnya jauh lebih tinggi dari seharusnya dan menyiratkan feminitas. Mengesampingkan susunan pakaian yang digunakannya, laki-laki ini juga mengenakan *make up* yang

sangat erat kaitannya dengan perempuan, dan bukannya laki-laki. *Harajuku style* ini menyampaikan ekspresi penggunanya yang merupakan laki-laki yang cenderung lebih feminin dari laki-laki pada umumnya. Terbukti dengan pemilihan garmen, sepatu, serta riasan wajah yang dia gunakan.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 25 tahun 1999

Gambar 9. Contoh lain seorang laki-laki yang menggunakan *platform shoes* dalam Harajuku style

Contoh serupa, yang juga menggunakan *platform shoes* dapat dilihat dalam edisi musim panas tahun 1999. Dalam *Harajuku style* ini, *platform shoes* yang digunakan berwarna hitam dengan sol tebal yang berbahan kayu. Tampilan ini juga dilengkapi dengan garmen berupa kaos hitam yang ditumpuk dengan rompi warna putih dan celana panjang motif tartan. Meskipun menggunakan *platform shoes*, laki-laki ini sama sekali tidak terlihat feminin. Hal ini berarti menggunakan *platform shoes* tidak berarti akan menampilkan kesan feminin pada laki-laki, karena itu tampilan ini merupakan *Harajuku style* yang bersifat main-main.

Selain *platform shoes*, *blouse* (atasan yang longgar) juga menjadi *fashion item* khusus perempuan yang digunakan oleh laki-laki dalam *Harajuku*. Contoh pertama dapat dilihat pada edisi musim gugur tahun 1999. Laki-laki ini mengenakan *blouse* tanpa lengan berwarna merah kuning di

atas kaos lengan panjang berwarna *lime* (jenis warna hijau kekuningan). Atasan ini dipadukan dengan celana berwarna *sky blue*. Secara umum *blouse* adalah garmen yang diperuntukkan bagi perempuan. Namun dalam tampilan ini, *blouse* digunakan secara kreatif oleh laki-laki. Tampilan yang mengesankan *playful* dan *cheerful* ini menampakkan sisi lain dari laki-laki yang selama ini—dalam ketetapan gender—diharuskan untuk terlihat kuat dan *macho*.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 29 tahun 1999

Gambar 10. Contoh *fashion item* khusus perempuan yang digunakan oleh laki-laki dalam *Harajuku*

Contoh *Harajuku style* berikut masih diekspresikan oleh orang yang sama seperti sebelumnya. Gaya ini dapat dilihat pada edisi musim gugur tahun 2000. Kali ini dia menggunakan *blouse* tanpa lengan warna merah muda dengan motif marmer berwarna biru di atas baju berwarna merah muda dengan motif spiral berwarna biru. Garmen ini dipadukan dengan *cargo pants* (celana longgar dengan kantung di sampingnya) berwarna putih dengan motif kotak-kotak. Beberapa detail kecil ditambahkan pada gaya ini, seperti berbagai pin yang disematkan pada *blouse*-nya serta sabuk kecil berwarna merah yang digunakan sebagai *chocker* (jenis kalung yang digunakan rapat di leher). Tampilan yang disusun atas *fashion item* yang ditujukan untuk perempuan ini

menampilkan kesan feminin. Selain itu, dari kedua tampilan yang digunakan oleh laki-laki ini, kita bisa melihat bahwa dia memiliki *style*-nya sendiri, yang merupakan bagian dari individualitasnya. *Harajuku style* yang digunakannya dimaksudkan untuk mengekspresikan diri karena disusun atas hal-hal yang dia inginkan untuk menampilkan gaya tertentu. Keunikan dan ciri khasnya inilah yang menjadi pembeda dari yang lain.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 40 tahun 2000

Gambar 11. Contoh lain *fashion item* khusus perempuan yang digunakan oleh laki-laki dalam *Harajuku*

Contoh lain *Harajuku style* yang menampilkan kesan feminin dapat dilihat pada edisi musim gugur tahun 1998. Dalam halaman majalah *FRUiTS* ini kita bisa melihat laki-laki yang mengenakan baju berlengan panjang dan berwarna merah dengan *fur vest* (rompi bulu) berwarna putih dan celana panjang berwarna merah muda. Garmen ini diberi beberapa aksesoris pelengkap seperti *knit cap* (topi rajut) berwarna merah muda, ikat pinggang lebar yang juga berwarna merah yang digunakan di luar rompi, rantai yang digunakan sebagai kalung, serta borgol yang disematkan pada bagian depan celana. Warna yang digunakan dalam garmen ini didominasi oleh warna merah muda, warna yang secara umum dikaitkan dengan feminitas perempuan. Warna sering kali dikaitkan dengan makna

tertentu, misalnya putih dilambangkan sebagai kesucian, hitam sebagai kematian dan merah sebagai keberanian. Dalam persepsi masyarakat pada umumnya, warna merah muda merupakan warna perempuan. Sehingga saat laki-laki—maupun perempuan—menggunakan warna ini, citra yang ditampilkan adalah feminin. Gaya ini merupakan ekspresi dari penggunanya yang menyukai warna merah muda.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 5 tahun 1997

Gambar 13. Contoh salah satu gaya Harajuku favorit penulis dalam majalah *FRUiTS*

Harajuku style berikut merupakan salah satu gaya favorit saya dalam majalah *FRUiTS* sebab gaya ini merupakan gaya yang paling mencitrakan feminitas yang biasanya dicerminkan oleh perempuan. Laki-laki ini memiliki rambut panjang—yang entah rambut aslinya atau bukan—berwarna hitam dengan *highlight* ungu. Rambut ini diikat dua di bagian atas dengan pita tipis berwarna putih di satu sisi dan berwarna biru di sisi lainnya, menciptakan kontras lain pada rambutnya—selain warna rambut. Selain rambut yang tidak biasa, pria ini juga menggunakan riasan wajah layaknya perempuan, yaitu *lipstick* berwarna merah, riasan mata berwarna putih serta alis yang dirapihkan. Dia mengenakan kemeja putih polos dan berlengan panjang. Kemeja ini dipermanis dengan dasi yang diikat asal-asalan pada kerah bajunya, yang sepertinya dimaksudkan untuk berbentuk

pita. Atasan ini dipadukan dengan *palazzo pants* berwarna hitam, yaitu jenis celana panjang wanita dengan ujung yang sangat lebar. *Harajuku style* ini benar-benar ekspresif dalam membolak-balikkan serta melawan aturan-aturan gender. Secara total dia mengenakan setiap aspek feminin yang bisa dijumpai pada seorang perempuan, mulai dari pakaian, gaya rambut bahkan riasan wajah.

Feministas dengan *Fashion* yang Maskulin

Jika contoh sebelumnya membahas mengenai laki-laki yang menggunakan *fashion item* perempuan untuk mencitrakan feminitas, kali ini saya akan membahas perempuan yang mencitrakan maskulinitas. Sebenarnya, kita bisa menemukan banyak sekali contoh *Harajuku style* yang digunakan oleh perempuan dengan mencitrakan aspek-aspek maskulinitas, misalnya perempuan yang menggunakan celana. Karena pada dasarnya celana merupakan jenis pakaian yang diperuntukkan bagi laki-laki. Pakaian perempuan yang lebih praktis dan sehat mulai dinyatakan oleh pembela hak-hak perempuan dan para pembaharu di sekitar tahun 1850-an (English, 2013). Seiring berjalannya waktu, penggunaan celana oleh perempuan tidak lagi menjadi hal yang ganjil. Oleh karena itu, maskulinitas dalam berpakaian bagi perempuan menjadi agak sulit dicapai karena pakaian laki-laki dan perempuan disusun berdasarkan jenis yang sama. Jadi, jenis garmen yang digunakan oleh laki-laki juga terdapat dalam *fashion* perempuan dan tidak sebaliknya. Meskipun begitu, beberapa contoh di bawah ini berhasil menampilkan maskulinitas dalam *Harajuku style*.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 1 tahun 1997

Gambar 14. Contoh maskulinitas dalam *Harajuku style*

Contoh pertama dapat ditemui dalam edisi pertama majalah *FRUiTS*. Perempuan ini mengenakan kemeja bermotif *floral* berwarna jingga yang dipadukan dengan *cargo shorts* (jenis *cargo pants* yang pendek) bermotif *army*. Dia mengenakan kaos kaki berwarna merah muda serta sepatu berwarna merah dengan sol berwarna putih. Hal yang paling menarik dari *Harajuku style* ini adalah gaya rambut yang dia gunakan. Rambut itu sangat pendek dan menyerupai gaya rambut laki-laki. Dia mencukur sisi kepalanya hingga botak dan menyisakan sedikit rambut di bagian tengah. Gaya rambut disertai dengan susunan garmen yang dia pilih sangat menampilkan maskulinitas. Secara pribadi, pengguna *Harajuku style* ini sangat berani mengambil resiko untuk memotong rambutnya sependek itu. Hal ini menunjukkan perlawanan dan membuktikan bahwa *fashion* serta *hairstyle* tidak hanya diperuntukkan bagi satu gender tertentu, melainkan dapat mencakup semuanya.

Contoh perlawanan selanjutnya dapat dijumpai pada edisi kedua majalah *FRUiTS*. Perempuan ini berambut cepak ini mengenakan kaos tanpa lengan berwarna putih dan bermotif kupu-kupu yang dipasangkan celana kulit berwarna *berry* (jenis warna biru keunguan) yang panjangnya hingga pertengahan betis.

Garmen sederhana ini dilengkapi dengan *combat boots* (sepatu bot dalam militer yang tingginya hingga menutupi mata kaki) berwarna hitam. Seperti contoh sebelumnya, perempuan ini juga menggunakan potongan rambut yang sangat pendek seperti laki-laki. Garmen yang digunakannya juga mencerminkan maskulinitas. Jika dilihat sekilas, kemungkinan besar orang tidak akan sadar bahwa dia adalah perempuan. Perlawanan perempuan atas stereotip gender melalui potongan rambut ini sangat luar biasa. Hal ini juga menampik pepatah yang sangat terkenal di dunia termasuk di Jepang yang mengatakan bahwa "*hair is woman's crown*", di mana kecantikan perempuan dinilai dari rambut yang panjang dan indah. *Harajuku style* ini membuktikan bahwa seorang perempuan dapat melakukan apa saja terhadap rambutnya, termasuk memilih potongan rambut yang lebih maskulin.



Sumber: Majalah FRUiTS no. 2 tahun 1997

Gambar 15. Contoh lain maskulinitas dalam *Harajuku style*

PENUTUP

Menjadi jelas bahwa pemilihan *fashion* merupakan praktik penandaan dimana makna yang ingin dinarasikan oleh pemakainya berada dalam satu proses tarik menarik dengan bagaimana masyarakat memaknainya sesuai dengan kesepakatan dan konvensi yang dibentuk di satu tempat dan di satu waktu. Dengan kata lain, *fashion* dapat di satu sisi menjadi alat untuk

membentuk dan memastikan diikutinya aturan—dalam tulisan ini aturan gender—bagi pemakainya yang ditetapkan oleh masyarakat, di sisi lain menjadi alat bagi pemakainya untuk memperlakukan bahkan melawan aturan masyarakat tersebut.

Harajuku style sebagai salah satu *fashion* merupakan alat yang digunakan oleh kaum muda Tokyo untuk mengekspresikan diri serta identitasnya yang akan membedakannya dengan anak muda lainnya. Gaya yang mereka gunakan dipilih untuk mencerminkan identitasnya dengan menekankan tanda-tanda kelas, asal (misal dengan *brand* yang dipilih), maupun gender. Pemakai mengikuti aturan gender yang ada meski dilebih-lebihkan melalui warna, potongan, atau aksesoris, atau dengan membolak-balikkan *fashion item* yang bersifat feminin dan maskulin.

Penggunaan elemen feminin oleh laki-laki dan elemen maskulin oleh perempuan bisa dimaknai secara berbeda. Pertama penggunaan ini merupakan bagian dari perlawanan yang bertujuan sebagai menciptakan anomali gender atau sering disebut sebagai *gender bending*. Tapi tidak semua pembolak-balikan *fashion item* bisa atau perlu dimaknai sebagai perlawanan. Pembolak-balikan ini dapat diberi makna kedua sebagai pengekspresian diri yang bersifat eksploratif atau bermain-main (*playful*). *Gender bending* dalam *Harajuku style* diekspresikan melalui penggunaan *fashion item*, *makeup* ataupun potongan rambut yang dalam aturan gender yang konvensional tidak digunakan oleh jenis kelamin tertentu. Salah satu contoh yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya adalah gaya rambut cepak yang digunakan oleh perempuan. Hal ini mencerminkan perlawanan atas feminitas yang dalam aturan gender diharuskan dimiliki oleh perempuan. Potongan rambut maskulin yang digunakan oleh perempuan dalam *Harajuku style* ini juga menyatakan perlawanan atas gaya rambut *mainstream* yang digunakan oleh perempuan pada umumnya.

Tidak hanya rambut, pilihan garmen dalam gaya ini juga memberikan kesan-kesan maskulin sehingga keseluruhan penampilan ini mengekspresikan identitas yang maskulin dan sarat akan perlawanan. Gaya ini menegaskan bahwa perempuan dapat menyusun identitasnya berdasarkan hal-hal yang maskulin maupun feminin, demikian pula dengan laki-laki. Salah satu contoh yang telah saya jelaskan pada bagian sebelumnya adalah laki-laki berambut ungu dengan atasan berwarna putih dan bawahan berwarna hitam. Laki-laki ini mengenakan semua elemen yang mencirikan feminitas. Mulai dari gaya rambut, pemilihan garmen, bahkan penggunaan riasan wajah. *Harajuku style* ini menampilkan perlawanan total atas maskulinitas tradisional yang mengharuskan laki-laki terlihat kuat dan perkasa. Tampilan ini mencerminkan feminitas yang normalnya dijumpai dalam *fashion* perempuan. Hal ini berarti pengguna gaya sebagai subjek secara aktif membuat dan menyusun hal-hal yang diinginkannya untuk menjadi identitas yang dia sampaikan melalui gaya. Identitas ini kemudian berisi feminitas yang mencerminkan perlawanan atas maskulinitas tradisional yang *mainstream*.

Dari pemaparan ini bisa disimpulkan bahwa meskipun *Harajuku style* sebagai *street style* merupakan gaya yang memberikan peluang untuk melakukan praktik-praktik perlawanan, tidak semua pelaku *Harajuku style* melakukannya. Sangat dimungkinkan, sebagian anak muda, seperti kata lagu, “*just want to have some fun.*”

PUSTAKA ACUAN

Anggraini, C. (2018a). Harajuku Free Style dan “Kebebasan” Anak Muda Tokyo dalam Majalah FRUiTS. *Skripsi*. Makassar: Universitas Hasanuddin.

_____. (2018b). Memakai Harajuku Style: Brand-brand Lokal dan Street Style di Jepang. *Lensa Budaya*. 13 (2).

- Barker, C. (2005). *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- _____, C. (2014). *Kamus Kajian Budaya*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Beasley, W. G. (2003). *Pengalaman Jepang*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- English, B. (2013). *A Cultural History of Fashion in The 20th and 21st Centuries*, London: Bloomsburry Academic.
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fukai, A. (2002). Fashion. Dalam S. Buckley (Ed.), *Encyclopedia of Contemporary Japanese Culture*. London and New York: Routledge.
- Groom, A. (2011). Power Play and Performance in Harajuku. *New Voice*, 4.
- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*, Depok: Komunitas Bambu.
- Jiratanatiteenun, A., Mizutani, C., Kitaguchi, S., Sato, T., Kajiwaru, K. (2012). The Transformation of Japanese Street Fashion between 2006 and 2011. *Advances in Applied Sociology*, 2 (4).
- McVeigh, B. (2017). Wearing Ideology: How Uniforms Discipline Minds and Bodies in Japan. *Fashion Theory*. 1 (2).
- Miller, L. (2006). *Beauty Up. Exploring Contemporary Japanese Body Aesthetics*. London: University of California Press.
- Nakao, A. (2015). The Formation and Commodification of *Harajuku's* Image in Japan. *Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies*, 34.
- Narumi, H. (2010). Street Style and Its Meaning in Postwar Japan. *FashionTheory*, 14 (4).
- Suzuki, T., Best, J. (2003). The Emergence of Trendsetters For Fashions and Fads. *The Sociological Quarterly*, 44 (1).
- Widarahesty, Y. (2018). "Fathering Japan": Diskursus Alternatif dalam Hegemoni Ketidaksetaraan Gender di Jepang. *Jurnal Kajian Wilayah*. 9 (1).
- Woodward, S. (2009). The Myth of Street Style. *Fashion Theory*, 13 (1).



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: [2087-2119](#)

e-ISSN: [2502-566x](#)

RINGKASAN HASIL PENELITIAN: PERTUMBUHAN DAN PEMBANGUNAN DI SUB-SAHARA AFRIKA: PENGALAMAN ETHIOPIA

RESEARCH SUMMARY: GROWTH AND DEVELOPMENT IN SUB-SAHARAN AFRICA: ETHIOPIA'S EVIDENCE

Muzzar Kresna¹, Saiful Hakam², Ahmad Helmy Fuady³ dan Erwiza⁴

Pusat Penelitian Sumber Daya Regional, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2SDR-LIPI)
email: ¹kresnamuzzar@gmail.com, ²hakam9@gmail.com, ³elhelmy@yahoo.com, ⁴erwiza_e@yahoo.com

Diterima: 26-12-2018

Direvisi: 11-1-2019

Disetujui: 15-1-2019

ABSTRACT

Ethiopia's economy heavily depending on agriculture sector, especially coffee. Though the rapid rate of economic growth since 2004 has been due to an increase in the service sector and industry (mainly construction and energy). To sustain its economic growth, Ethiopia adopted several policy strategies including: developing light manufacturing industries (garments, leather products and footwear) by utilizing the Africa Growth & Opportunity Act (AGOA) scheme, developing Ethiopian Airlines airlines, utilizing the Africa Single Aviation Market scheme, and the construction of a Dry Port. Meles Zenawi's understanding of the developmental state model embodied in infrastructure-based development is not only supported by international institutions such as the World Bank and African Development Bank but also encouraged by China's increasing role in Africa. Not surprisingly, the level of infrastructure development in Ethiopia, such as roads, railroads, bridges, power plants and irrigation channels, has risen sharply with funding from multilateral and bilateral donors, especially with China's involvement in its development. Compared to other countries, Ethiopia has benefited because of its relationship with China, especially with the shift in global economic power after the global financial crisis. This research seeks to explain how economic growth and development in Ethiopia is caused by changes in development orientation in the country.

Keywords: *infrastructure, economic growth, China*

ABSTRAK

Ethiopia merupakan negara dengan basis perekonomiannya adalah sektor pertanian, terutama komoditas kopi. Tetapi, pesatnya tingkat pertumbuhan ekonomi sejak tahun 2004 lebih disebabkan oleh peningkatan

<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i2.805>

2087-2119 / 2502-566X ©2018 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

sektor jasa dan industri (terutama konstruksi dan energi). Untuk menopang pertumbuhan ekonominya, Ethiopia menempuh beberapa strategi kebijakan antara lain: pengembangan industri manufaktur ringan (garmen, produk kulit dan alas kaki) dengan memanfaatkan skema *Africa Growth & Opportunity Act* (AGOA), pengembangan maskapai Ethiopian Airlines, pemanfaatan skema *Africa Single Aviation Market*, dan pembangunan *Dry Port*. Pemahaman Meles Zenawi tentang model *developmental state* yang diwujudkan dalam pembangunan berbasis infrastruktur, tidak hanya didukung oleh lembaga internasional seperti World Bank dan African Development Bank, namun juga didorong dengan naiknya peran China di Afrika. Tidak mengherankan tingkat pembangunan infrastruktur di Ethiopia, seperti jalan raya, rel kereta, jembatan, pembangkit listrik, dan saluran irigasi meningkat tajam dengan pendanaan dari donor multilateral dan bilateral, terutama dengan keterlibatan China dalam pembangunannya. Dibandingkan dengan negara-negara lain, Ethiopia menjadi negara yang diuntungkan karena hubungannya dengan China, terutama dengan pergeseran kekuatan ekonomi global setelah adanya krisis finansial global. Penelitian ini berusaha menjelaskan bagaimana pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Ethiopia disebabkan oleh perubahan orientasi pembangunan di negeri tersebut.

Kata kunci: *Infrastruktur, pertumbuhan ekonomi, China*

PENDAHULUAN

Ethiopia merupakan salah satu negara tertua di dunia. Kisah negeri ini bahkan telah tertuang dalam catatan sejarah sejak zaman Kerajaan D'mt dan Aksum di abad ke-8 SM hingga Abyssinia, di masa kejayaan peradaban Islam pada abad ke-7 Masehi. Ethiopia juga menjadi satu-satunya negara di benua Afrika yang tidak pernah mengalami kolonialisasi dari bangsa Eropa. Bahkan, Ethiopia sempat mengalahkan upaya kolonialisme Italia di perang *Battle of Adwa* pada 1896 dan kedua kalinya pada tahun 1935-1936. Kisah heroik negeri ini pun menginspirasi bangsa-bangsa di Afrika untuk mengadopsi tiga warna dasar bendera negara Ethiopia, yaitu garis horizontal hijau, kuning dan merah yang melambangkan harapan dan tanah yang subur (warna hijau), keadilan dan harmoni (warna kuning) serta kepahlawanan dan nasionalisme (warna merah). Selanjutnya, corak bendera tersebut terkenal sebagai warna Pan-Afrika.

Kisah dan catatan kejayaan Ethiopia tersebut seakan sirna di abad ke-20. Pada masa ini, lebih tepatnya pada kurun waktu 1970 – 1990-an, narasi yang muncul terkait Ethiopia adalah tentang krisis, mulai dari krisis ekonomi, perang sipil, kekeringan berkepanjangan hingga bencana kelaparan massal. Pada tahun 1983 – 1985, bencana kelaparan akibat kekeringan di negara

tersebut telah menewaskan lebih dari 400 ribu jiwa penduduknya. Bencana tersebut pun mengundang aksi solidaritas sosial yang begitu besar di seluruh dunia. Michael Jackson dan Lionel Richie pada awal 1985 menulis lagu '*We Are The World*' yang dinyanyikan oleh para artis papan atas Amerika Serikat dan terjual lebih dari 20 juta *copies* di seluruh dunia. Di Indonesia, musisi Iwan Fals pada tahun 1986 mengeluarkan album berjudul '*Ethiopia*' sebagai bentuk empati atas bencana kelaparan yang terjadi di negara *horn of Africa* ini. Banyak sekali foto-foto dan film dokumenter yang beredar mengisahkan tentang orang-orang dan anak-anak yang berperawakan kurus hanya tinggal kulit yang membalut tulang berkumpul menahan lapar dan menunggu datangnya bantuan pangan yang bagaikan fatamorgana. Sejak saat itu, narasi yang terbangun tentang Ethiopia adalah narasi tentang krisis, kelaparan dan pembangunan yang gagal. Hal tersebut menjadikan persepsi negatif relatif lebih sering muncul dan bahkan identik dengan topik-topik pembahasan mengenai Ethiopia.

Ethiopia kini kembali merebut perhatian dunia. Bukan karena bencana kelaparan dan kekeringan parah yang sempat melanda jutaan penduduknya, tetapi perhatian tertuju kepada pertumbuhan

ekonomi mengagumkan dalam satu dasawarsa terakhir ini. Narasi tentang krisis, stagnasi dan berbagai persepsi negatif mengenai Ethiopia mulai berubah sejak awal tahun 2000-an. Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Ethiopia sejak tahun 2004 yang terus menunjukkan tren kinerja positif, bahkan selalu mencapai angka dua digit, kecuali pada tahun 2009, 2012 dan 2016. Pertumbuhan ekonomi riil Ethiopia sepanjang kurun waktu 2004 – 2016 adalah yang tertinggi di Afrika, dengan rata-rata sebesar 10,65% per tahunnya. Dana Moneter Internasional (*International Monetary Fund*, IMF) pun menempatkan Ethiopia sebagai salah satu dari lima negara dengan tingkat pertumbuhan ekonomi tertinggi di dunia pada tahun 2013 – 2014, yaitu sebesar 10,3%.

Sementara itu, Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita Ethiopia sebagai salah satu indikator standar hidup penduduknya juga mengalami peningkatan pesat. Setelah cenderung statis pada kisaran angka USD 200 pada periode 1980 dan 1990-an, PDB per kapita Ethiopia mulai terus mengalami pertumbuhan positif sejak tahun 2003. Bahkan, sempat mencatatkan rekor baru dengan menembus angka USD 325 di tahun 2008 dan mencapai USD 706 pada tahun 2016 atau yang tertinggi sepanjang sejarah bangsa ini. Berdasarkan data Bank Dunia (2017), nilai ekonomi negara ini adalah yang terbesar kedelapan di benua Afrika atau terbesar kelima di antara negara di kawasan Sub-Sahara Afrika pada tahun 2016, yaitu sebesar USD 72,374 milyar.

Seperti halnya Tanzania dan Kenya, Ethiopia juga mengalami pertumbuhan di sektor infrastruktur yang didukung oleh peran China. Afrika merupakan tujuan utama investasi China di dunia. Bahkan, hasil dari pertemuan *Forum on China-Africa Cooperation* yang digelar di Beijing pada 3-4 September 2018 menyatakan bahwa ‘negeri tirai bambu’ berkomitmen menggelontorkan pembiayaan hingga senilai USD 60 milyar

bagi negara-negara di Afrika mulai tahun fiskal 2019. Dimana pos terbesar adalah pinjaman untuk pembangunan infrastruktur. Di Addis Ababa, ibu kota sekaligus kota terbesar di Ethiopia dan lokasi kantor pusat Uni Afrika ini, terlihat pembangunan gedung dan infrastruktur publik tampak berjalan begitu pesat. Keterlibatan dana bantuan dan investasi modal asing, terutama dari China turut berkontribusi mentransformasi wajah kota ini.

Geliat pembangunan infrastruktur di Ethiopia juga ditunjukkan salah satunya melalui mega proyek bendungan Grand Renaissance Dam yang menelan nilai investasi sebesar USD 3,38 milyar. Pembiayaan pembangunan infrastruktur ini didanai oleh anggaran belanja pemerintah pusat Ethiopia dan pinjaman luar negeri China. Melalui proyek super ambisius yang berlokasi 500 km di barat laut kota Addis Ababa ini diharapkan dapat menghasilkan energi listrik berbasis energi potensial dan kinetik dari air (hidroelektrik) sebesar hingga 15 GWh per tahun. Berdasarkan potensi nilai kapasitas produksi listrik yang dihasilkan, maka bendungan Grand Ethiopian Renaissance Dam akan menjadi instalasi pembangkit listrik tenaga air terbesar di benua Afrika dan terbesar ketujuh di dunia.

Bagaimana kita memahami perubahan yang terjadi di Ethiopia ini? Jika Ethiopia dulu dianggap memiliki narasi keterbelakangan, kemiskinan dan konflik sipil, kini telah berubah menjadi salah satu narasi kebangkitan Afrika. Penelitian ini mengajukan argumen bahwa kemajuan yang terjadi di Ethiopia disebabkan oleh perubahan orientasi pembangunan di negeri tersebut, yang bertepatan dengan pergeseran kekuatan ekonomi global, dengan naiknya peran China di pentas ekonomi dunia. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kedua hal tersebut berinteraksi. Pertama, penelitian menganalisis perubahan karakteristik dan strategi pertumbuhan ekonomi di Ethiopia.

Kedua, menganalisis bagaimana naiknya peran China dalam perekonomian Afrika, dan bagaimana Ethiopia memanfaatkannya untuk kepentingan pembangunannya.

Sekilas tentang Ethiopia

Republik Demokratik Federal Ethiopia, atau yang lebih umum dikenal sebagai Ethiopia, merupakan sebuah negara yang terletak di sisi timur laut benua Afrika (wilayah *horn of Africa*). Mengutip pada laman situs Kementerian Luar Negeri RI (2015), asal nama Ethiopia adalah bersumber dari bahasa Yunani Kuno, yakni “Aethiopia” yang terdiri atas gabungan dua suku kata, yaitu *aitho* (yang berarti saya membakar) dan *ops* (yang berarti wajah). Selain itu, kata *Aethiopia* juga sering merujuk pada suatu wilayah di selatan Mesir (dalam hal ini wilayah di bagian hulu sungai Nil). Ibu kota negara Ethiopia berada di Addis Ababa (yang dalam bahasa Amharic berarti bunga baru) yang secara geografi terletak tepat berada di ‘jantung’ negara ini. Ethiopia berbatasan langsung dengan Sudan di sebelah barat laut, Sudan Selatan di sebelah barat, Kenya di sebelah selatan, Somalia (termasuk Somaliland) di sebelah timur hingga timur laut, serta berbatasan dengan Djibouti dan Eritrea di sebelah utara. Deklarasi kemerdekaan Eritrea yang memisahkan diri pada 24 Mei 1993 menjadikan Ethiopia sebagai negara *landlocked* (tidak memiliki perbatasan langsung dengan laut).

Sementara bagi Indonesia, hubungan bilateral dengan Ethiopia telah dijalin dalam rentang waktu yang relatif panjang. Hubungan diplomatik antara Indonesia dan Ethiopia diresmikan sejak tahun 1961. Pada tahun 1964, Indonesia secara resmi membuka Kedutaan Besarnya di Addis Ababa. Sementara itu, pemerintah Ethiopia menempatkan *Resident Ambassador* untuk Indonesia di Jakarta pertama kalinya pada tahun 2016 setelah sebelumnya dirangkap oleh perwakilan mereka di Tokyo. Data Badan Pusat Statistik (BPS) seperti dikutip oleh Kementerian Perdagangan

Republik Indonesia mencatat bahwa Ethiopia merupakan negara mitra dagang Indonesia yang terbesar keempat belas di Sub-Sahara Afrika pada tahun 2015-2016, setelah beberapa mitra dagang utama seperti: Nigeria, Afrika Selatan, Angola, Djibouti, Tanzania dan Kenya. Total neraca perdagangan antara Indonesia dengan Ethiopia pada tahun 2016 adalah USD 66,103 juta atau mengalami tren peningkatan nilai sebesar 11,33% sejak tahun 2012, dengan surplus perdagangan sebesar USD 18,764 juta berada di Indonesia. Namun, total nilai riil perdagangan antara kedua negara kemungkinan dapat lebih besar lagi, mengingat posisi *landlocked* Ethiopia membuat sebagian besar kegiatan ekspor-impor negaranya harus melalui pelabuhan laut di Djibouti. Dimana 50% ekspor Djibouti adalah berasal dari Ethiopia (re-ekspor) sedangkan 25% impornya adalah tujuan Ethiopia. Sedangkan mengutip pada laman situs KBRI Addis Ababa, total perdagangan antara Indonesia dan Ethiopia berdasarkan data Ethiopian Custom Authority pada tahun 2016 adalah sebesar USD 351,751 juta.



Sumber: Encyclopædia Britannica, 2018.

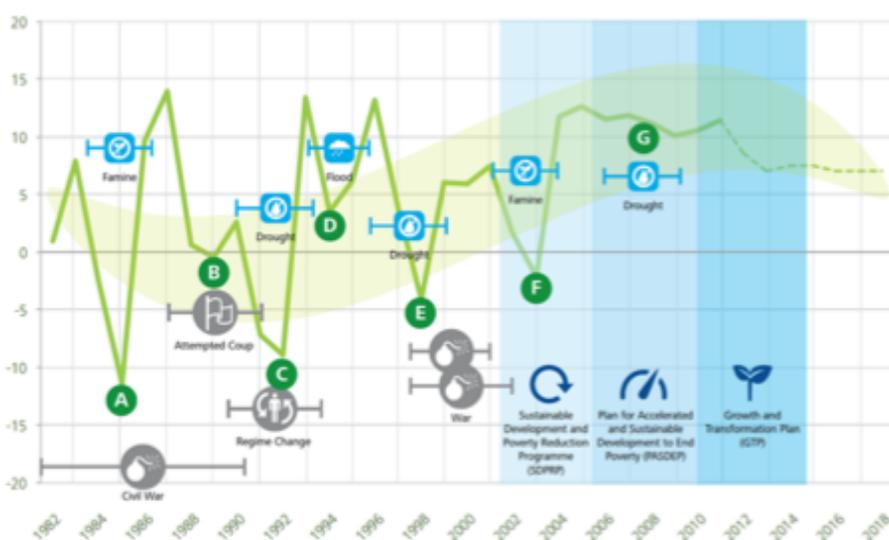
Gambar 1. Peta Negara Ethiopia

KARAKTERISTIK DAN STRATEGI PERTUMBUHAN EKONOMI ETHIOPIA

Ethiopia mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat sebenarnya telah dimulai sejak tahun 1993, yakni pasca digulingkannya rezim pemerintahan komunis Derg pada tahun 1991. Pada masa itu kerangka strategi pembangunan Ethiopia tertuang pada *Agricultural Development-Led Industrialization* (ADLI). ADLI sendiri telah menjadi haluan pembangunan pemerintah Ethiopia sejak periode 1980-an. Dalam ADLI, strategi pembangunan yang ditekankan adalah peningkatan produktivitas pertanian. Hal ini tidak mengherankan mengingat pada masa tersebut sektor pertanian menguasai hingga 80% penyerapan angkatan kerja di Ethiopia. Upaya yang ditempuh pemerintah Ethiopia untuk meningkatkan produktivitas sektor pertanian adalah melalui kegiatan intensifikasi, antara lain melalui: penyediaan pupuk, perbaikan kualitas benih tanaman dan kegiatan penyuluhan terutama kepada kelompok petani kecil. Namun, berbagai peristiwa besar seperti diilustrasikan melalui gambar 2, mulai dari bencana alam, kekeringan berkepanjangan hingga perang dengan Eritrea menjadi penghambat pertumbuhan ekonomi Ethiopia.

Pertumbuhan ekonomi Ethiopia kembali mengalami akselerasi sejak tahun 2004. Rata-rata pertumbuhan PDB Ethiopia selama 2004 hingga 2017 mencapai 10,62%. Bahkan, dengan mengurangkan laju pertumbuhan penduduk Ethiopia yang mencapai 2,4% per tahunnya, maka nilai pertumbuhan ekonomi masih di atas 8%. Angka tersebut merupakan sebuah prestasi besar bagi bangsa ini, bahkan pencapaiannya melebihi rata-rata tingkat pertumbuhan ekonomi di masa Kaisar Haile Selassie I (1951-1973: 1,5%), pemerintahan komunis Derg (1974-1991: -1%) dan masa perubahan haluan politik dan transisi ke ekonomi pasar (1992-2003: 3,73%).

Indikator lain yang dapat dilihat untuk menilai dampak dibalik pesatnya pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Ethiopia adalah jumlah penduduk miskin. Grafik 1 menunjukkan bahwa persentase jumlah penduduk miskin (*poverty headcount ratio*) mengalami tren penurunan sejak tahun 1995 hingga 2015. Berdasarkan kriteria angka kemiskinan dari Bank Dunia, sebanyak 26,7% dari penduduk Ethiopia hidup dengan penghasilan di bawah USD 1,9 (*Purchasing Power Parity*, PPP) per hari. Dengan kata lain, hampir sekitar 26 juta orang dari total 99,8 juta jiwa

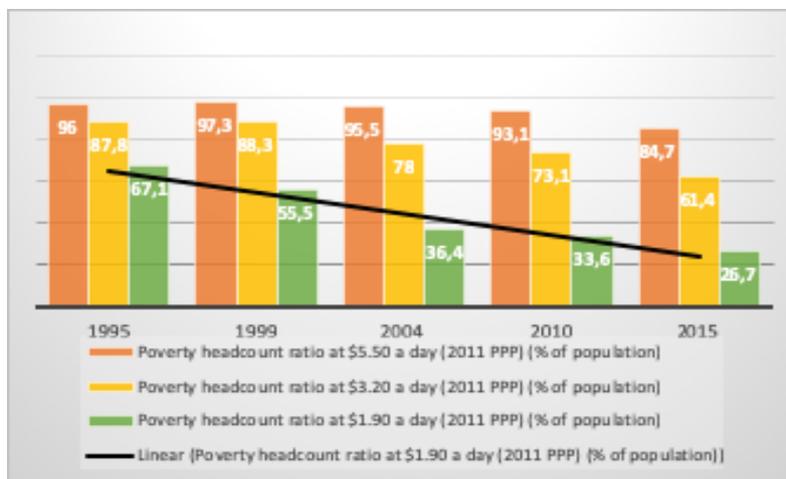


Sumber: Publikasi World Economic Outlook, IMF (2013)

Gambar 2. Ilustrasi Beberapa Peristiwa Penting yang Terjadi Di Ethiopia Tahun 1980-2014

penduduk Ethiopia di tahun 2015 tergolong sebagai miskin. Angka tersebut mengalami penurunan signifikan dibandingkan dengan tahun 1995 yang sempat mencapai hingga 67,1 %.

terbesar (24%) bagi Ethiopia, dengan pasar utama negara-negara Eropa (terutama Jerman), Arab Saudi dan Amerika Serikat. Ethiopia memang terkenal sebagai tempat asal ditemukannya kopi, dan menjadi salah



Sumber: World Development Indicators-Bank Dunia, 2018.

Grafik 1.1 Persentase Penduduk Miskin Di Ethiopia Tahun 1995-2015

Sektor pertanian masih menjadi penggerak utama perekonomian di Ethiopia. Hingga tahun 2013, sektor pertanian merupakan penyumbang terbesar bagi PDB Ethiopia yakni sebesar 41%. Jika dilihat pada Grafik 1.2. angka ini terus mengalami tren penurunan dari puncaknya di tahun 1992 yang mencapai hingga 63% perekonomian Ethiopia. Sebaliknya, menggeliatnya pembangunan infrastruktur di Ethiopia turut mendorong peningkatan kontribusi sektor industri (termasuk konstruksi di dalamnya) yang hingga tahun 2017 sebesar 23% dari PDB. Sektor baru yang kini justru menjadi tulang punggung perekonomian Ethiopia adalah jasa. Sektor jasa mengambil alih pertanian sebagai yang terbesar dalam pembentukan PDB Ethiopia sejak tahun 2014. Hingga tahun 2017, nilai sektor jasa adalah sebesar 37 % dari PDB.

Dominasi sektor pertanian di Ethiopia ini juga terlihat dari besarnya komponen pertanian dalam ekspor negeri tersebut. Menurut data Observatory of Economic Complexity (OEC), pada tahun 2016, kopi merupakan penyumbang ekspor

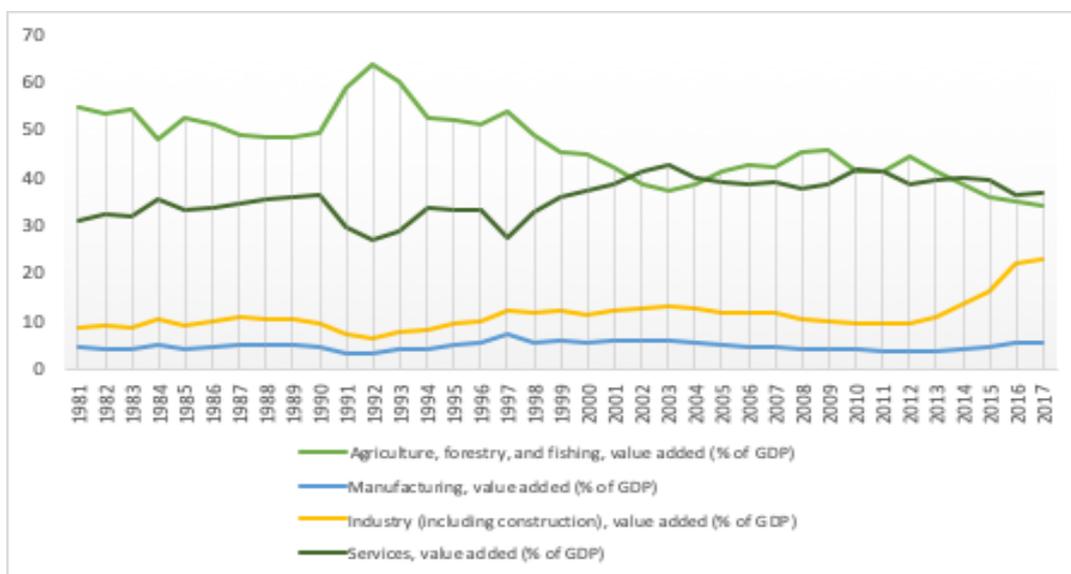
satunya negara pengekspor kopi Arabika terbesar di dunia. Data dari Asosiasi Eksportir Kopi Ethiopia (2018) menunjukkan produksi kopi di negara tersebut mencapai 500-700 ribu ton setiap tahunnya, dengan total luas area produksi mencapai 900 ribu hektar, dan ekspor rata-rata mencapai 200 ribu metrik ton setiap tahunnya (dalam 10 tahun terakhir). Masyarakat Ethiopia juga terkenal sebagai peminum kopi, sehingga tidak mengherankan 50% produksi kopinya dikonsumsi secara domestik.

Produk pertanian lain yang terlihat cukup besar dalam ekspor Ethiopia adalah bunga potong. Menurut data OEC, pada tahun 2016 bunga potong menyumbang USD 173 juta atau 5,5% dari total ekspor Ethiopia. Pasar ekspor utama bunga potong Ethiopia adalah negara-negara Eropa, dengan ekspor ke Belanda mencapai 75%. Sampai tahun 2004 baru ada empat perusahaan ekspor bunga mawar, namun hal ini kemudian berkembang dan menarik investor luar negeri (FDI), terutama dari Belanda untuk menanamkan modalnya di Ethiopia. Sampai tahun 2007 ada sekitar

100 perusahaan swasta yang memproduksi dan mengekspor bunga potong dan 55% darinya adalah investor luar negeri. Pada saat ini Ethiopia sudah berada pada urutan keenam sebagai eksportir bunga potong di pasar global. Jumlah ini meningkat terus, dan pada tahun 2014, terdapat 120 perusahaan bunga, dan areal penanamannya meningkat pesat dari 40 ha tahun 2002 menjadi 1.618 ha dalam tahun 2014 (Nour, 2012). Pada tahun 2016 jumlah perusahaan menurun menjadi 84, dengan komposisi 52 perusahaan luar negeri, 26 perusahaan dalam negeri dan 6 perusahaan patungan. Walaupun jumlahnya menurun, akan tetapi luas wilayah yang digunakan meningkat dari 1.618 ha menjadi 2.000 ha pada tahun 2016. Kondisi ini memperlihatkan ekspansi industri bunga berskala besar yang luar biasa di Ethiopia yang telah membuatnya menjadi pengeksportir bunga potong kedua setelah Kenya dan menjadi suplier bunga urutan keempat di pasar bunga internasional (Mangistie 2016).

ini diindikasikan dalam laporan (The World Bank, 2016) yang menyatakan bahwa sektor jasa yang menyumbang perekonomian Ethiopia mayoritas bersifat aktivitas *non-tradable*. Aktivitas tersebut antara lain adalah jasa konstruksi bangunan, pertukangan dan jasa lainnya yang bersifat lokal, hanya ditemui di Ethiopia.

Perubahan karakteristik ekonomi yang terjadi di Ethiopia justru sebuah 'lompatan' tahapan pembangunan. Dari sebelumnya perekonomian berbasis pertanian menjadi berbasis jasa. Padahal, menurut Teori Tahapan Pembangunan, sektor jasa justru dicapai setelah suatu negara mencapai tingkat pertumbuhan ekonomi tertentu di sektor manufaktur. Kondisi tahapan pertumbuhan yang terjadi Ethiopia berbeda dengan yang disyaratkan dalam Model Transformasi Struktural Arthur Lewis. Tren penurunan sektor pertanian yang dianggap memiliki produktivitas rendah pada kasus Ethiopia tidak lantas mendorong pertumbuhan



Sumber: World Development Indicators-Bank Dunia, 2018.

Grafik 1.2 PDB Ethiopia Per Sektor Tahun 1980-2017

Pertumbuhan sektor jasa tidak terlepas dari menggeliatnya aktivitas di sektor industri konstruksi, terutama terkait pembangunan infrastruktur. Hal

sektor manufaktur. Hingga tahun 2017, kontribusi sektor manufaktur masih stagnan di kisaran angka 4-5%. Nilai ini dianggap cukup rendah sebagai faktor penarik untuk

mendorong transformasi struktural dari pertanian menjadi manufaktur.

Untuk menyiasatinya, strategi yang ditempuh oleh pemerintah Ethiopia mulai dari GTP II adalah dengan mendorong pertumbuhan sektor manufaktur ringan yang dianggap memiliki keunggulan kompetitif. Empat sektor utama tersebut adalah tekstil, garmen, produk kulit dan alas kaki dengan memanfaatkan skema *Africa Growth and Opportunity Act* (AGOA) dari Amerika Serikat dan *Everything but arms* dari Uni Eropa. Dua faktor utama bagi keempat sektor manufaktur prioritas nasional tersebut untuk tumbuh berkembang adalah rendahnya tingkat upah dan biaya energi di Ethiopia. Sebagai perbandingan tingkat upah pekerja di sektor manufaktur Ethiopia adalah salah satu yang terendah di Afrika dan di dunia, dengan nilai USD 75. Sementara di sektor yang sama, tingkat upah pekerja manufaktur China mencapai USD 600 per bulannya.

Sementara untuk sektor industri, strategi yang ditempuh oleh Ethiopia adalah pengembangan industri penerbangan maskapai udara nasional, Ethiopian Airlines, memanfaatkan skema *Africa Single Aviation Market* dalam *Africa Continental Free Trade Agreement*. Sektor penerbangan di Afrika menjadi yang pertama kali akan memberlakukan perdagangan bebas. Meskipun hingga saat ini, baru 23 negara Afrika yang baru menyetujui kebijakan ini. Ethiopian Airlines merupakan perusahaan yang akan paling diuntungkan dengan penerapan kebijakan tersebut, mengingat maskapai milik pemerintah Ethiopia ini telah memiliki rute destinasi penerbangan yang tidak hanya menghubungkan hampir mayoritas kota di Afrika serta kota-kota besar di Amerika, Eropa hingga Asia. Faktor kesiapan secara teknis dan keunggulan konektivitas rute yang dimiliki menjadikan maskapai Ethiopian Airlines memiliki keunggulan kompetitif lebih baik dibandingkan dengan maskapai milik negara Afrika lainnya.

Kebangkitan “Infrastructure-Led Development”

Ekonomi Ethiopia yang tumbuh rata-rata 10 persen setiap tahunnya sejak 2004 juga tidak terlepas dari paradigma *infrastructure-led development*. Menurut laporan IMF (2018), pesatnya tingkat pertumbuhan Ethiopia, diantaranya adalah karena tingginya tingkat pertumbuhan industri (terutama pembangkit energi listrik dan konstruksi). Pada periode 2016/17, walaupun harga komoditas global masih lemah dan terjadi kekeringan di beberapa wilayah Ethiopia, namun ekonomi negeri para peminum kopi tersebut masih tumbuh meyakinkan, sebesar 9 persen. Hal tersebut, menurut laporan IMF, di antaranya disebabkan karena pertumbuhan industri (pembangkit listrik dan konstruksi) yang mencapai 16 persen. Investasi pada infrastruktur publik yang dibiayai hutang di Ethiopia dalam beberapa tahun terakhir telah meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara tersebut (IMF, 2018).

Sesudah runtuhnya pemerintahan Derg pada tahun 1991, tingkat perekonomian Ethiopia belum menunjukkan tanda-tanda kebangkitan. Hal ini karena periode tersebut merupakan masa konsolidasi politik, reformasi ekonomi, dan eksperimen kebijakan, termasuk bagaimana menjamin keamanan pangan dan perang Ethiopia-Eritrea. Karenanya, dari 1991 sampai berakhirnya perang dengan Eritrea pada tahun 2000, Tesfaye (2017), menyebutnya sebagai dekade konsolidasi politik.

Dalam fase konsolidasi politik (1991-2002), hampir tidak terlihat adanya perubahan GDP per capita di Ethiopia. Hal ini menunjukkan bahwa secara ekonomi tingkat kesejahteraan masyarakat tidak mengalami peningkatan signifikan. Kondisi sosial politik yang belum stabil, misalnya karena faksi-faksi dalam koalisi politik dan perang dengan Eritrea, menyebabkan pemerintah belum sepenuhnya bisa fokus mengurus perekonomian.

Peningkatan pertumbuhan ekonomi yang signifikan baru terlihat sejak 2004.

Sejak saat itu terjadi peningkatan besar-besaran PDB Ethiopia, ditopang oleh peningkatan produktivitas pertanian, pembangunan infrastruktur yang signifikan dalam bentuk jalan raya dan bendungan, dan menyediakan penduduk pedesaan Ethiopia dengan sistem kesehatan yang bisa diterapkan secara memadai (Tesfaye, 2017). Ethiopia berusaha meniru negara-negara “Macan Asia” selama periode pertumbuhan tercepat mereka, dengan memanfaatkan stabilitas politik, investasi dalam infrastruktur fisik, reformasi selektif dan peningkatan industri, dan industrialisasi berorientasi ekspor (Tesfaye, 2017). Ethiopia juga mulai membangun infrastruktur yang diperlukan untuk pembangunan, termasuk pembangunan jalan raya, pembangkit listrik tenaga air, hingga sistem telekomunikasi modern (Tesfaye, 2017). Data capaian pembangunan infrastruktur selama periode 2004/05-2009/10 atau masa PASDEP juga menunjukkan capaian yang signifikan.

Pertumbuhan yang didorong oleh sektor infrastruktur di Ethiopia bukan tanpa masalah. Belum adanya pengakuan terhadap kepemilikan tanah menyebabkan pemerintah dengan mudah bisa mengambil alih tanah untuk pembangunan infrastruktur. Akibatnya, banyak protes dan ketidakpuasan atas kebijakan tersebut. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi, tingkat inflasi di Ethiopia juga cukup tinggi. Dengan mata uang lokal (Birr) yang dipatok tetap terhadap dollar, inflasi yang tinggi menyebabkan apresiasi mata uang lokal dan menurunkan daya saing produk ekspor Ethiopia. Meningkatnya bantuan asing untuk pendanaan pembangunan infrastruktur telah menciptakan resiko terhadap *debt sustainability*. Kelangkaan dollar yang terjadi pada paruh pertama 2018 merupakan kombinasi dari persoalan *debt sustainability* dan pengelola nilai tukar.

Berbagai literatur yang ada memang menunjukkan pentingnya pembangunan infrastruktur, terutama di negara-negara Afrika yang mengalami defisit infrastruktur

sangat besar. Pembangunan infrastruktur diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, penciptaan akses pasar dan konektivitas, penciptaan lapangan kerja, penurunan ketimpangan antar wilayah, dan peningkatan kualitas hidup dan sebagainya. Namun, hal penting yang mengapa mengapa infrastruktur mengemuka adalah pemikiran yang sedang berkembang tentang model pembangunan yang ada.

Pada awal 1990-an, Ethiopia di bawah Pemerintah EPRDF yang dipimpin oleh Meles Zenawi mengambil kebijakan membuka ekonominya. Dokumen perencanaan ekonomi yang dihasilkan pada tahun di awal pemerintahan Perdana Menteri Meles Zenawi merupakan dokumen-dokumen yang sangat kental dengan pandangan Bank Dunia, untuk pengurangan kemiskinan. Hal ini terlihat dari dokumen *Sustainable Development and Poverty Reduction Programme (SDPR)* (2002-2004) dan *Plan for Accelerated and Sustained Development to End Poverty (PASDEP)* (2004-2009). Namun demikian, Meles Zenawi merupakan seorang yang tidak percaya begitu saja dengan agenda-agenda neo-liberalism. Dalam thesis yang ditulisnya ketika studi di Belanda (yang belum selesai, namun sangat terkenal), ‘*African Development: Dead Ends and New Beginnings*’, menggambarkan bagaimana paradigma neoliberalisme tidak sesuai dengan pembangunan Afrika.

Menurut Meles Zenawi, model pembangunan *developmental state* ala Asia Timur seperti Korea Selatan dan Taiwan adalah yang lebih tepat bagi Afrika. Meles Zenawi tidak menolak pandangan ekonomi pasar namun ia menolak fundamentalisme pasar secara langsung. Ia menegaskan pentingnya peran sentral negara dalam pembangunan, sekaligus menolak negara predator dan parasit yang dikendalikan oleh para petualang politik atau pencari rente. Model *infrastructure-led development* yang saat ini berkembang di Ethiopia merupakan perwujudan nyata dari *developmental*

state, dengan peran sentral negara dalam mewujudkan visi pembangunan. Pembangunan infrastruktur secara masif ini dimulai sejak periode PASDEP (2004-2009), melalui pembangunan jalan, rel kereta, pembangkit listrik, irigasi.

Peran China dalam Pembangunan Ethiopia

Hubungan ekonomi, diplomatik dan politik kontemporer Ethiopia dengan China dapat ditelusuri kembali pada lima tahun pertama EPRDF ketika pemerintah koalisi baru memperkuat kembali hubungan bilateral dengan China (Shinn, 1982). Dalam periode ini, perdebatan sengit tentang kebijakan luar negeri Ethiopia dipicu oleh kekhawatiran bahwa kehendak Ethiopia tidak selalu sejalan dengan kehendak negara-negara Barat. Rusia dan China memang diidentifikasi sebagai tujuan diplomasi. Namun, pemerintah baru di bawah EPRDF mengirim para diplomatnya ke Beijing untuk membangun prospek baru. Ethiopia ingin belajar ideologi sosialisme China yang digerakkan oleh pasar.

Penguatan kembali hubungan bilateral Ethiopia memuncak ketika Perdana Menteri Meles Zenawi melakukan lawatan resmi ke China pada 1995. Periode 1996 dan 2005 adalah konsolidasi hubungan China-Ethiopia. Begitu pula sebaliknya, China mendukung penuh penguatan hubungan diplomatik ini. Presiden China waktu itu, Jiang Zemin melakukan kunjungan balasan kepada Perdana Menteri Meles Zenawi dengan melakukan lawatan resmi ke Addis Ababa pada Mei 1996. Ada hal istimewa kepentingan dan peran China di Ethiopia dalam konteks yang peran dan hubungan diplomatik China di Benua Afrika karena posisi strategis Ethiopia (Davies, 2008). China sekarang ini menjadi mitra dagang terbesar Ethiopia dan salah satu investor luar negeri terbesar di Ethiopia.

Tidak jauh berbeda dengan negara-negara Barat, pemerintah China memandang Ethiopia sebagai sekutu

strategis di Sub Sahara Afrika. Bagi China, Ethiopia adalah pasar besar sekaligus tujuan investasi. Addis Ababa adalah ibukota diplomatik Afrika. Addis Ababa merupakan tuan rumah Uni Afrika. Ethiopia memiliki pengaruh nyata, dan cukup besar terhadap keputusan-keputusan badan kontinental itu. China juga menggunakan investasi mereka di Addis Ababa sebagai sebuah etalase untuk dipamerkan kepada negara-negara Afrika lain. Ini biasanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan milik negara atau perusahaan-perusahaan besar swasta yang mendapatkan kontrak dari pemerintah China.

Perusahaan negara, perusahaan daerah dan perusahaan swasta menjadi aktor penting dalam keterlibatan modal China dalam pembangunan ekonomi di Ethiopia (Sun Yun, 2014). Karena sejarah ekonomi dan politiknya yang unik yang dicirikan oleh sosialisme serta peran kuat negara dalam sektor ekonomi, China mereorganisasi hubungan antar institusi dalam era reformasi. Hubungan formal antara partai, negara dan ekonomi dibentuk melalui perubahan pada prinsip-prinsip dan struktur organisasi negara China, perubahan gagasan ini tercermin dalam reformasi partai dan konstitusi negara, dan dengan masuknya China ke dalam tata ekonomi global yang kapitalis. Model investasi China pada dasarnya membawa pertumbuhan ekonomi. Bersama kebijakan luar negeri, pertumbuhan ekonomi memandu perdagangan dan keputusan-keputusan untuk menanamkan investasi di Afrika. Hal ini terjadi tanpa ikatan bantuan keuangan dan bantuan teknis. China berhasil menanamkan investasi di Ethiopia berkat strateginya yang kompleks dan melibatkan pengaruh pemerintah pusat China. Untuk memastikan aktifitas ekonominya di Ethiopia, modal China digerakkan oleh berbagai sumber daya.

Untuk mendanai aktivitas internasionalnya, pemerintah China melakukannya melalui berbagai instansi

(AFRODAD, 2001). Namun, jauh sebelum hubungan erat di masa kini, *Joint Ethiopia China Commission* (JECC) telah didirikan pada tahun 1988 memperkenalkan kerangka bilateral kerjasama ekonomi, teknologi dan budaya antar kedua negara. Tugas utamanya adalah untuk meninjau dan menilai hubungan bilateral setiap dua tahun dan merekomendasikan kebijakan-kebijakan yang bisa memberikan kontribusi pada konsolidasi lanjutan. Juga pada tahun 1996 telah dilangsungkan Perjanjian Sino-Ethiopia di sektor perdagangan, kerjasama ekonomi dan teknis. Dengan dibangunnya institusi semacam ini maka didirikanlah institusi utama yakni Bank Ekspor-Impor (EXIM) China pada tahun 1994. Bank Exim ini dimiliki sepenuhnya oleh negara dan beroperasi di bawah kendali pemerintah. Ini adalah bank kebijakan pemerintah dan secara khusus dikelola di bawah Dewan Negara. Bank Exim merupakan lembaga kredit ekspor terbesar ketiga di dunia. Bank Exim menjadi roda penggerak penting dalam ekspansi pesat perdagangan dan investasi global China.

Bersama dengan *China Development Bank* (CDB) dan *China Agriculture Development Bank* (CADB), EXIM Bank mempromosikan ekspor dan investasi asing (Asayehgn, 2009). Kredit ekspornya fokus pada infrastruktur yakni jalan raya, pembangkit listrik, pipa minyak dan gas, telekomunikasi dan proyek air. Pinjaman investasinya menargetkan proyek energi, pertambangan, telekomunikasi, industri dan air. Bantuan pembangunan China ke Ethiopia diterapkan melalui kerangka kerja jalur kembar. Hubungan Bilateral (China-Ethiopia) dan Hubungan Regional (China-Afrika, melalui Forum untuk China –Afrika Forum Kerja Sama (FOCAC)). Singkatnya, Ethiopia memiliki tingkat keterlibatan bilateral dan multilateral dengan China. Keduanya berkembang dengan baik secara individu atau bersama-sama.

Kedutaan Besar dan Konsulat baik di China maupun di Ethiopia menjadi

lembaga paling penting dalam koordinasi, fasilitasi, dan implementasi investasi China di Ethiopia (Ziso, 2018). Kedutaan besar maupun konsulat sangat penting, khususnya di Ethiopia memproses dan memfasilitasi kunjungan diplomasi bisnis tingkat tinggi antara China dan Ethiopia. Melalui kantor kedutaan dan konsulat, China rutin mengirim para pakar ke Ethiopia untuk melatih agen-agen pembangunan di Ethiopia. Di berbagai daerah, para ahli China saling bertukar pengetahuan dan mendirikan pusat pelatihan dan pendidikan pertanian, yang diharapkan bisa melayani negara-negara lain di Afrika. Kesempatan dan bantuan yang diberikan oleh modal-modal China di Ethiopia memberikan ilham bagi cetak biru ekonomi Ethiopia saat ini. Rancangan Pertumbuhan dan Transformasi, *the Growth and Transformation Plan* (GTP). Sebuah rencana ambisius tentu saja karena menargetkan transformasi Ethiopia melalui proyek-proyek infrastruktur besar seperti jaringan jalan raya, jaringan rel kereta api, dan PLTA, serta peningkatan kapasitas produksi.

Hubungan erat antara China-Ethiopia tidak lengkap tanpa melihat kembali peran mantan Perdana Menteri Ethiopia, mendiang Meles Zenawi (Adem, 2012). Ia dianggap oleh para pemimpin China sebagai ekspositor efektif bahkan pembela China sebagai model dan mitra Afrika. Meles Zenawi adalah sebuah institusi karena pengaruhnya begitu besar atas negara. Baik dalam kapasitas sebagai pribadi maupun sebagai Kepala Negara Ethiopia. Meles Zenawi memainkan peran yang sangat penting sebagai pendukung utama aktifitas-aktifitas China di Afrika. Ia menyebutnya sebagai kesempatan emas bagi Afrika untuk mendapatkan keuntungan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Ia menegaskan bahwa kepentingan-kepentingan China di Ethiopia tidak lain tidak bukan adalah rahmat dari Tuhan. Pengusaha China bisa memainkan peran penting dalam pembangunan infrastruktur

dan pengembangan sumber daya alam Ethiopia dengan mengalihkan modal mereka dan memperkenalkan teknologi China yang mudah untuk diadaptasi. Selain Presiden Zimbabwe Robert Mugabe, sulit untuk menemukan kepala negara Afrika lainnya yang berperan menjadi juru bicara model pembangunan China dan relevansinya dengan Kondisi Afrika dengan sangat terbuka dan gigih. Meles Zenawi seolah-olah tidak hanya menjadi juru bicara China di Afrika tetapi juga dari juru bicara Afrika di dunia (Adem, 2012). Peran ini dilakoni hingga ia wafat pada tahun 2012. Penggantinya Hailemariam Desalegn terus melanjutkan gagasannya. Dalam KTT China-Afrika tahun 2015, ia menegaskan kembali bahwa Afrika berkembang pesat dalam dekade terakhir ini dan China banyak memberikan kontribusi. Pemikiran ini membuktikan kontinuitas warisan Zenawi di Ethiopia terhadap China. Terakhir, meskipun hampir semua negara Afrika menjalin hubungan baik dengan China namun hubungan dengan kasus Ethiopia sangatlah luar biasa.

Pandangan optimis mending Pandana Menteri Meles Zenawi terhadap China diungkapkan berkali-kali di depan publik namun ada beberapa pidatonya atau pernyataannya yang sangat sederhana namun kuat tentang China. Dalam Forum Pertemuan Tingkat Tinggi Kerjasama China-Afrika 2006, ia menyatakan bahwa China tidak menjarah Afrika ketika aktifitas-aktifitas China di Afrika dipandang sebagai predator. Meles Zenawi juga menyatakan bahwa Transformasi China menyangkal sikap pesimis bahwa sekali anda miskin maka anda cenderung menjadi miskin selamanya. Komitmennya terhadap ekspansi dan hubungan lebih erat dengan China tidak pernah berhenti. Pengagungannya terhadap hubungan China-Afrika diakui oleh Beijing dan dibalas oleh Presiden China dengan mengunjungi Ethiopia pada tahun 1997. Pada saat dunia sangat skeptis dan berhati-hati terhadap ekspansi global China, Zenawi

tidak menyesal dan secara konsisten bekerja, tanpa lelah dan penuh semangat dalam menjaga hubungan China-Afrika. Namun, partai EPRDF Zenawi memiliki banyak hal yang didapat dari hubungan kuat dengan China. BUMN China siap menggerakkan BUMN Ethiopia, juga usaha-usaha yang terkait dengan partai. Relasi lembaga ini memiliki konsekuensi signifikan dalam menopang EPRDF secara finansial dan memperkuat kekuasaannya dalam negara.

Hubungan Ekonomi China-Ethiopia berakar pada interdependensi di antara kedua negara (Ziso, 2018). China menginginkan sesuatu dari Ethiopia begitu juga sebaliknya. Ethiopia memanfaatkan peluang investasi sangat besar di bidang pertanian, peternakan, pengolahan hasil pertanian, manufaktur, konstruksi, *real estate* dan pariwisata. GTP 2010-2015, disahkan Parlemen Ethiopia pada November 2010, menggerakkan permintaan dan keterbukaan terhadap investasi asing. FDI China di Ethiopia mencapai \$ 58,5 juta pada tahun 2010, dari nol pada tahun 2004 menurut Survei Bank Dunia publikasi tahun 2012. Dalam konteks keseluruhan Ethiopia menjadi tujuan FDI terbesar ketiga di Afrika. China adalah mitra dagang ekspor dan impor terbesar di Afrika Timur pada tahun 2011. Pada tahun 2010, 348 perusahaan swasta dan Perusahaan Negara China beroperasi di Ethiopia. Akhir Desember 2013, ada 701 proyek atau perusahaan China berlisensi di Ethiopia, sebagian besar dan masif berada di Addis Ababa. Sebagai negara berkembang, China terus mencari peluang investasi baru di luar negeri. Sebagai negara berkembang, Ethiopia berupaya menarik FDI ke dalam suatu ekonomi yang harus mengatasi kemiskinan, pengangguran dan produktivitas rendah.

Ethiopia mengadakan pemilihan umum pada tahun 2005 dan dikecam oleh negara-negara donor Barat kecuali China (Borchgrevink, 2015). Hubungan bilateral antara Ethiopia dan China berlanjut. Dari tahun 2006, hubungan China-Ethiopia

berkembang masif. Sebagian besar perusahaan China berinvestasi di Ethiopia terjun di sektor pertanian, manufaktur, jasa dan infrastruktur/konstruksi. Awalnya, perusahaan China di Ethiopia menanamkan investasi industri ringan, tekstil dan industri catering tetapi dalam beberapa tahun terakhir mereka terlibat dalam industri besi dan baja, semen, kaca, perakitan mobil, pembangunan zona/kawasan industri, konsultasi bisnis dan pengembangan real estat. Secara khusus, perusahaan-perusahaan China terjun di bidang telekomunikasi, jalan raya, dan energi listrik Ethiopia. Sering ini digambarkan sebagai quasi-investment dan bukan investasi langsung oleh Geda dan Meskel. Karena, sebagian besar proyek infrastruktur dilakukan oleh pemerintah tetapi dengan pembiayaan China (Li Zhibiao, 2014). Sebagai contoh, pemerintah China menawarkan kepada Ethio Telecom kredit, vendor pembiayaan, senilai US \$ 1,5 miliar. Proyek ini tergantung pada ZTE karena ZTE yang mengerjakan proyek tersebut. Pembangunan infrastruktur membantu pembangunan Ethiopia, terkait erat dengan tujuan China di Ethiopia, yaitu mencapai akses pasar konsumen potensial Ethiopia.

Aktivitas investasi dan kerjasama China di Afrika berlangsung sangat intensif. Dan Ethiopia menjadi China Benua Afrika (Berhanu 2015). Sebagai contoh, industri sepatu Ethiopia menarik investor seluruh dunia termasuk nama besar seperti *Huajian of China* dan *George Shoes Taiwan*. Investasi China membantu menjadikan Ethiopia sebagai pusat manufaktur regional baik lokal maupun pasar ekspor. Ethiopia persis seperti China 30 tahun lalu, infrastruktur transportasi buruk, banyak orang menganggur. Negara memiliki potensi besar dan tidak ada industri selain industri sepatu di Ethiopia. Dengan 35 juta sapi, 39 juta domba dan kambing, 8,6 juta kuda dan satu juta unta, Ethiopia adalah negara pertama di Afrika dan nomor sembilan di dunia populasi ternak. Negara ini setiap

tahun menghasilkan 2,7 juta kulit, 8,1 juta kulit domba dan 7,5 juta kulit kambing. Kemiripan mencolok dengan China, Ethiopia padat penduduk dan potensinya memaksimalkan populasi sangat besar baik sebagai pasar maupun sebagai tenaga kerja. Perusahaan-perusahaan China mengubah lanskap Ethiopia. Mayoritas perusahaan China konsentrasi di sektor manufaktur lebih dari 60%. Ini jauh berbeda dengan investasi China di negara-negara Afrika lainnya di mana FDI China cukup banyak bergerak di sektor sumber daya alam. Perusahaan China di Ethiopia memproduksi alat-alat mesin, baja, bahan kimia, farmasi, gelas dan kertas (AFRODAD, 2011). Maka terkait modal, dua investasi China terbesar di Ethiopia adalah pabrik semen. Pabrik semen terbesar dengan modal \$ 358 juta, adalah *Sino-Saudi Joint Investment Cements Plc*. Dengan modal sebesar \$ 268 juta, perusahaan China terbesar kedua adalah *C. H. Clinker manufacturing Plc*. Dengan menjadi tuan rumah industri manufaktur, didorong oleh China, harapannya adalah kapasitas produksi Ethiopia yang belum berkembang dan sangat terbelakang akan dipacu melalui keterampilan dan transfer teknologi. Perdana Menteri Desalegn yakin bahwa China mendukung visi besar Ethiopia menjadi pembangkit listrik Afrika.

Pemerintah Ethiopia sangat mendukung modal dari China (Ziso, 2018). Barang manufaktur China lebih murah dan dalam jangka pendek menghilangkan pangsa pasar produsen Ethiopia yang terlibat produksi dan penjualan komoditas serupa. Barang-barang murah China, barang-barang manufaktur melemahkan pembangunan Ethiopia dalam jangka panjang karena keunggulan komparatif oleh para produsen China. Efek-nya adalah entitas investasi China menjadi semakin terdiversifikasi dan perusahaan besar dan menengah milik negara dan perusahaan saham gabungan berskala besar ramai-ramai masuk Ethiopia, mengambil alih usaha kecil dan menengah. Beberapa perusahaan raksasa ZTE (*formerly*

Zhongxing Telecommunication Equipment Corporation, China Sinohydro Corporation, China Wanbao Engineering Company, China Ghezouba Water Conservancy and Hydropower, Engineering Corporation, China Road and Bridge Corporation, China, Railway Engineering Corporation, China National Aero Technology, Import and Export Corporation, Zhongcheng Group, CGC Overseas, Construction Company dan Huawei. Fakta ini menunjukkan bahwa semua perusahaan fokus pada konstruksi dan pembangunan infrastruktur. Pembangunan infrastruktur menjadi salah satu aspek kunci modal China di Ethiopia.

Sektor infrastruktur menjadi lambang kehadiran modal China di Ethiopia (Ziso, 2018). Kehadiran China di sektor konstruksi sungguh luar biasa. Pada tahun 2009, semua konstruksi baru, rehabilitasi, peningkatan dan pemeliharaan jalan di Ethiopia dikerjakan perusahaan-perusahaan China. Perusahaan-perusahaan China memang mendominasi dalam pembangunan dan rehabilitasi infrastruktur Ethiopia namun sumber pendanaan untuk proyek-proyek masih berasal dari Bank Dunia, Komisi Eropa, Bank Pembangunan Afrika, Dana OPEC dan Bank Arab untuk Pembangunan Ekonomi. Salah satu aspek paling luar biasa dari kota Addis Ababa saat ini adalah pembangunan infrastruktur di seluruh kota metropolitan. Karena investasi China di bidang infrastruktur, Addis Ababa saat ini menjadi situs mega proyek meliputi jalan raya, kereta api, *real estate*, dan pembangunan Bandara Internasional Addis Ababa-Bole.

China juga secara aktif terlibat dalam memperbaiki dan mengembangkan pembangkit listrik dan pemasangan instalasi listrik kota desa, dengan tiga perusahaan besar China yaitu, Wamboo, TTPC dan CGCC. Mereka aktif bersama Tis-Abay, Tekeze dan *Fincha Rivers*. Ethiopia bernegosiasi kesepakatan dengan perusahaan *China Dongfang Electric Corporation* membangun Pembangkit

Listrik Tenaga Angin 120 megawatt (MW) di Ayisha dekat Perbatasan Djibouti. Menjadi pembangkit listrik yang ke enam belas di Ethiopia. Pembangkit listrik ketiga dan proyek listrik terbesar di bawah teknologi hijau. Proyek ini juga merupakan bagian dari rencana jangka panjang pemerintah untuk akhirnya membuat Ethiopia mencapai kapasitas 10.000 MW dari 2200 MW saat ini. Pemerintah China dan Ethiopia juga berinvestasi dalam pembangkit listrik tenaga air - termasuk yang akan menjadi terbesar di Afrika, Bendungan Renaissance Ethiopia di Nil meningkatkan pasokan listrik Ethiopia lima kali lipat pada 2020. Aspek kunci dari investasi China di Ethiopia bagaimanapun adalah prevalensi perusahaan milik negara di tiap sisi mega proyek infrastruktur.

Investasi langsung China meningkat di sektor manufaktur di Ethiopia juga didorong oleh Kawasan industri atau Kawasan Ekonomi Khusus. Setelah kunjungan Perdana Menteri Zenawi pada bulan November 2006, kesepakatan disepakati antara China dan Ethiopia pada tahun 2008 yang bertujuan menciptakan zona industri, atau zona ekonomi khusus di pinggiran Addis Ababa. Pada tahun 2006, China komitmen untuk membangun lima zona di Afrika. Pada tahun 2007, komitmen membangun lima zona. Karena itu, salah satu dari enam Kawasan Ekonomi Khusus pertama didirikan di Afrika dalam kerangka FOCAC. Kawasan Industri Jiangsu Timur atau *East Industrial Zone (EIZ)* sepenuhnya didirikan oleh China sebagai zona perdagangan bebas dan disebut sebagai karir dalam mentransfer industri China, basis perdagangan pengolahan luar negeri dan jembatan penting bagi perusahaan China masuk pasar Afrika, Timur Tengah, Eropa dan Amerika.

Pemerintah Ethiopia mendukung pembangunan *Ethiopian Industrial Zone* dan menyerahkan pembangunan dan pengembangannya kepada investor China. Kawasan Industri Timur adalah 100% milik China. Secara prinsip dikelola oleh Qiyuan

Group, pabrik baja, dan dua perusahaan kecil. Sedangkan, *Zhangjiagang Free Trade Zone* dimasukkan sebagai bagian teknis. Pemerintah tidak bertanggung jawab untuk pembangunan infrastruktur dalam KEK, Grup Qiyuan diminta untuk mengembangkan infrastruktur, seperti transmisi listrik, pasokan air, dan pengolahan limbah dengan penggantian 30% dari biaya oleh Pemerintah Ethiopia. Sebagai bagian dari Program Pembangunan Berkelanjutan dan Penanggulangan Kemiskinan, Pemerintah Ethiopia dan salah satu proyek paling penting dalam rencana pengembangan industrinya.

Internasionalisasi modal atau negara adalah bagian atau bentuk dari kekuatan penyebaran modal dalam lintas ruang dan waktu, KEK China di Afrika adalah suatu hal yang baru dalam tata ekonomi global. Mereka menyimpulkan tiga hal: (1) munculnya pemerintahan transnasional dan lembaga-lembaga di ruang *enclave*; (2) motif investasi dan faktor pilihan lokasi aktor China di Afrika; dan (3) implikasi pembangunan dan relasi kekuasaan.

Hubungan China-Ethiopia juga didorong pertimbangan politik. Satu faktor politik yang memfasilitasi hubungan antara kedua negara adalah kebijakan luar negeri internasional 1991 saat Beijing terguncang karena kritik Barat atas pelanggaran hak asasi manusia Pembantaian Tiananmen 1989. Kedua negara punya banyak kesamaan dalam sistem pemerintahan. Secara ideologis, pemerintah di China dan Ethiopia sangat tersentralisasi dan membatasi oposisi politik. Keduanya memiliki catatan hak asasi manusia yang negatif dan karena China menganut prinsip non-intervensi di negara-negara berdaulat, ada ruang untuk lebih banyak kesamaan dengan EPRDF.

Kedua negara juga saling mendukung di forum internasional dan pada isu-isu domestik yang memiliki potensi konflik internasional. Misalnya, pada tahun 2006, Parlemen Ethiopia mensahkan resolusi mendukung Undang-undang Anti Subversif

China. Pada 2007, Ethiopia bergabung dengan negara-negara Afrika mencegah resolusi Komisi Hak Asasi Manusia PBB mengkritik praktik pelanggaran HAM di China. Pada 2008, Perdana Menteri Meles mengatakan Tibet adalah urusan internal dan kekuatan eksternal tidak punya hak ikut campur. Ia menambahkan bahwa Ethiopia sangat menentang upaya kekuatan eksternal menghancurkan persatuan nasional China dan menciptakan kebencian pada China. Duta besar China untuk Ethiopia memuji dukungan kuat Addis Ababa pada posisi China di Taiwan dan Tibet. Sebaliknya, China tidak pernah mengkritik kebijakan hak asasi manusia Ethiopia atau komentar secara terbuka tentang konflik internal.

PENUTUP

Tulisan ini telah menguraikan bagaimana pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Ethiopia disebabkan oleh perubahan orientasi pembangunan di negeri tersebut, yang bertepatan dengan pergeseran kekuatan ekonomi global, dengan naiknya peran China di pentas ekonomi dunia. Ethiopia merupakan perekonomian yang masih didominasi sektor pertanian, terutama komoditas kopi. Namun, tingkat pertumbuhan yang cepat sejak 2004 terutama disebabkan oleh peningkatan sektor jasa dan industri (terutama konstruksi dan energi). Untuk menopang strategi pertumbuhan ekonominya, Ethiopia mencoba mengembangkan industri manufaktur ringan, seperti tekstil, garmen, produk kulit dan alas kaki dengan memanfaatkan skema AGOA, pengembangan maskapai Ethiopian Airlines, memanfaatkan skema Africa Single Aviation Market, dan pembangunan Dry Port. Pemahaman Meles Zenawi tentang model *developmental state* yang mewujud dalam pembangunan berbasis infrastruktur, tidak hanya didukung oleh lembaga internasional seperti World Bank dan African Development Bank, namun juga didorong dengan naiknya peran China di Afrika. Tidak mengherankan tingkat

pembangunan infrastruktur di Ethiopia, seperti jalan raya, rel kereta, jembatan, pembangkit listrik, dan saluran irigasi meningkat tajam dengan pendanaan dari donor multilateral dan bilateral, terutama dengan keterlibatan China dalam pembangunannya. Dibandingkan dengan negara-negara lain, Ethiopia menjadi negara yang diuntungkan karena hubungannya dengan China, terutama dengan pergeseran kekuatan ekonomi global setelah adanya krisis finansial global.

PUSTAKA ACUAN

- AFRODAD, 'Mapping Chinese Development Assistance in Africa: An Analysis of the Experiences of Ethiopia', African Forum and Network on Debt and Development, Harare, 2011
- Borchgrevink, A., 'Ethiopia: Rapid and green growth for all?', in Arve Hansen and Ulrikke Wethal (Eds), *Emerging Economies and Challenges to Sustainability: Theories, Strategies, Local realities*, Routledge, London, 2015
- Davies, M., 'How China delivers development assistance to Africa', Centre for Chinese Studies, Stellenbosch, February 2008, pp. 1–61.
- IMF. (2018). IMF Country Report No. 18/18 STAFF REPORT FOR THE 2017 ARTICLE IV CONSULTATION. Washington, D.C.: International Monetary Fund.
- Kementerian Luar Negeri RI. (2015). Diakses 8 Januari 2017. <https://www.kemlu.go.id/addisababa/id/Pages/Ethiopia.aspx>
- Kementerian Perdagangan RI. (2017). Diakses 31 Januari 2017. <http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/indonesia-export-import/balance-of-trade-with-trade-partner-country?negara=221>.
- Li Zhibiao, 'Empirical Analysis and Reflection on Chinese Companies investing in Africa – Ethiopia –based Enterprises as a Case Study', in Zhang Hongming (Ed), *China-Africa Relations: Review and Analysis Volume 1*, Social Sciences Academic Press, China, 2014.
- Markos B., Ethiopia: Africa's New China?', *Business, Economy* 13 May 2015, <http://www.ethiosports.com/2015/05/13/ethiopiaafricas-new-china/>
- Nour, E. N. S., (2012). *The Investment Promotion and Environment Protection Balance in Ethiopia's Floriculture: The Legal Regime and Global Value Chain*, University of Warwick School of Law, June 2012
- Shinn, D. A., 'Ethiopia and China: How Two Former Empires Connected', 6 November 1982, <http://www.internationalpolicydigest.org/2014/06/11/ethiopia-china-former-empires-connected-20thcentury/>
- Sun Yun, 'Africa in China's Foreign Policy', John L. Thornton China Centre and Africa Growth Initiative, Brookings, April 2014, p. 28
- Tesfaye, A. (2017). *State and Economic Development in Africa: The Case of Ethiopia*. Cham: Palgrave Macmillan.
- World Bank. (2016). *Ethiopia's Great Run: The Growth Acceleration and How to Pace It*.
- World Bank. (2017). "World Development Indicators." *Ethiopia*.
- Ziso, E., *A Post State-Centric, An Analysis of China Africa Relations, internationalisation of Chinese Capital and State-Society Relations in Ethiopia*, 2018.



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: [2087-2119](#)

e-ISSN: [2502-566x](#)

TINJAUAN BUKU: PARIWISATA HALAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF MULTIDIMENSI

BOOK REVIEW: HALAL TOURISM REVIEWED FROM MULTIDIMENSIONAL PERSPECTIVE

Muhammad Djakfar. 2017. *Pariwisata Halal Ditinjau dari Perspektif Multidimensional*. UIN Maliki Press, 222 hlm.

Rita Pawestri Setyaningsih

*Pusat Penelitian Sumber Daya Regional, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2SDR-LIPI)
email: rita_pawestri@yahoo.com*

Diterima: 21-12-2018

Direvisi: 24-12-2018

Disetujui: 30-12-2018

PENDAHULUAN

Buku karangan Muhammad Djakfar ini menceritakan tentang perkembangan pariwisata halal di Indonesia dilihat dari berberbagai perspektif (multidimensi). Diterbitkan pertama kali oleh UIN-Maliki Press dalam bahasa Indonesia, berisi 222 halaman. Perspektif multidisiplin yang dimaksud meliputi perspektif Hukum Islam (*fiqh*), perspektif Maqashid al-syariah, maupun perspektif ekonomi Islam. Selain itu juga ada pembahasan dalam perspektif beberapa Undang-Undang RI, meliputi UU No 33/2014 (tentang Jaminan Produk Halal), UU No 8/1999 (tentang perlindungan konsumen), dan perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Adapun hal-hal yang dianalisis penulis adalah mengenai prinsip teologis,

karactersitik (*ontology*), dan aspek lainnya (*epistemology*). Selain itu juga dibahas pula mengenai perilaku dari sisi konsumen maupun produsen.

Dalam penulisannya buku ini terbagi ke dalam lima bagian, meliputi pendahuluan pada bagian pertama; kajian teoritis-normatif pada bagian kedua; pariwisata halal berdasarkan kajian normative multidimensi pada bagian ketiga. Sementara itu, bagian keempat adalah wisata halal dan kearifan lokal dan bagian kelima adalah penutup. Masing-masing bagian terdiri dari beberapa bab.

Dalam latar belakang, penulis menceritakan bagaimana industri halal berevolusi. Industri halal bermula dari sektor makanan dan minuman kemudian berkembang ke sektor keuangan pada tahun

<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i2.803>

2087-2119 / 2502-566X ©2018 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

1970-an. Melesatnya bisnis minyak di Timur Tengah menjadi pencetus munculnya permintaan akan penyimpanan uang tanpa riba. Kemudian beberapa negara di Eropa memfasilitasi kebutuhan ini, sehingga tidak mengherankan jika bisnis perbankan syariah berkembang di Inggris, Swiss, dan lain sebagainya. Faktor semakin banyaknya Muslim di dunia yang diiringi dengan peningkatan kemampuan daya beli mereka mendorong industri halal merambah ke sektor gaya hidup (*leisure*), yang meliputi sektor pariwisata, *hospitality*, kosmetik, perawatan medis, dan sebagainya.

Data Pew Research mencatat jumlah muslim di dunia tahun 2017 mencapai 1,7 milyar, menjadikan muslim sebagai populasi terbesar di dunia. Sementara menurut Thomson Reuters *Global Islamic Economy Report*, ada 6 sektor yang menjadi konsumsi terbesar Muslim, yaitu makanan, pariwisata pakaian, farmasi, media, rekreasi, dan kosmetik.

Bagian pertama buku ini menjelaskan gambaran umum wisata halal, yaitu bahwa kegiatan wisata merupakan salah satu kebutuhan penting masyarakat saat ini dan menjadi salah satu sumber devisa negara. Sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia (207 juta orang lebih), wisata halal semestinya menjadi daya jual yang tinggi. Saat inipun Indonesia sedang mengembangkan 10 destinasi wisata halal.

Djakfar mendefinisikan pariwisata halal sebagai berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan dari masyarakat, pengusaha, pemerintah (pusat dan daerah) yang sesuai dengan prinsip syariah. Ia menyamakan pariwisata halal dengan pariwisata syariah (hlm.15). Definisi semacam ini kerap disampaikan oleh beberapa ilmuwan seperti Battour & Ismail, (2015) dan Henderson (2009). Meski kadang istilah ini dapat dipertukarkan, meskipun kadang juga bisa dipertanyakan (Battour & Ismail, 2015).

Kini wisata halal juga menjadi trend

di Negara yang mayoritas penduduknya non-muslim, seperti di Taiwan, Jepang, maupun Korea. Meski Djakfar tidak menjelaskan secara lebih rinci mengenai wisata halal di ketiga wilayah tersebut, setidaknya penjelasannya menunjukkan bahwa di tengah maraknya sistem kapitalis yang berkembang di dunia, pariwisata halal yang bersumber dari syariat Islam punya potensi ekonomi yang dapat dijual.

Bagian kedua buku ini merupakan kajian teoritis-normatif. Di sini dijelaskan mengenai perbedaan pariwisata halal dan konvensional, sandaran normatif, sandaran yuridis dan etis, serta posisi dan fungsi pariwisata halal di era modern.

Pedoman yuridis mengindikasikan bahwa pariwisata harus memiliki pijakan hukum yang jelas yang akan mewarnai paradigma pengembangan selanjutnya. Ini meliputi Quran, hadits, dan ijtihad para ulama dalam bentuk fatwa. Etis maksudnya adalah dalam tataran operasional pariwisata ini harus dipandu oleh norma-norma etis yaitu akhlak. Kegiatan wisata harus berperilaku sesuai syariat Islam (hlm. 202).

Menyandang gelar halal membuat wisata halal punya perbedaan karakteristik dengan wisata konvensional (hlm. 31-33). Perbedaan itu terletak pada paradigma yang melatarbelakanginya. Pariwisata halal lahir dari paradigma yang bersumber ajaran wahyu sedangkan pariwisata konvensional lahir dari paradigma materialistik sekularistik berdasarkan perenungan manusia (hlm. 203). Wisata konvensional semata-mata mementingkan urusan duniawi dan tidak mendapat sentuhan ajaran syariat sehingga dalam praktek terdapat kontra produktif dengan ajaran syariat Islam. Masing-masing karakteristik ini menimbulkan konsekuensi berbeda.

Bagian ketiga mendiskusikan tentang pariwisata halal berdasarkan kajian normatif multidimensi. Penulis menjelaskannya melalui berbagai perspektif, meliputi hukum Islam (*Fiqh*), *maqashid al-Syariah*, ekonomi Islam, UU

RI No 33/2014, UU RI No 8/1999, fatwa DSN MUI. Ini yang menjadi kekuatan dari buku ini karena memberi penjelasan latar belakang pentingnya pengembangan wisata halal. Namun ini sekaligus menjadi bagian yang dapat menjemukan karena ulasannya sangat teologis.

Dalam hukum Islam, dikenal dua istilah yaitu syariat Islam (*Islamic law*/ hukum syariat) dan Fiqih Islam (*Islamic Juristrudence*/hukum Fiqih Islam). Dalam praktiknya sering disebutkan istilah hukum Islam saja karena hubungan antar keduanya sangat erat (hlm. 84). Sementara dua ajaran pokok dalam syariat maupun fiqih adalah tentang ibadah (hubungan vertikal manusia dengan Tuhannya) dan muamalah (hubungan horizontal, antarmanusia). Wisata halal adalah contoh salah satu muamalah.

Dulu, wisata dianggap sebagai makruh karena kurangnya manfaat yang dapat diambil. Kemunculan wisata halal merupakan solusi agar masyarakat terhindar dari yang haram (hlm 88).

Sementara menurut Fikih, hukum wisata halal adalah mubah (boleh dilakukan). Dasarnya adalah bahwa hukum asal melakukan muamalah apapun adalah “boleh”, kecuali jika ada dalil yang melarangnya. Penulis menjelaskan 7 karakteristik hukum Islam sebagai pembeda hukum modern namun ditambahkan oleh Hasbi Ash-Shiddieqy 3 karakteristik lain yang menjadi pelengkap akan hukum aktivitas wisata halal (hlm 90-91).

Selain itu penulis juga menjelaskan al-ahkam al-khamsah yaitu lima kaidah atau kategori penilaian mengenai benda dan tingkah laku manusia dalam Islam agar manusia dapat membedakan mana yang boleh dikerjakan dan yang tidak, meliputi wajib, sunnah, jaiz (mubah), makruh dan haram.

Kepastian hukum diperlukan untuk mencegah terjadinya ketidakjelasan. Jika dikaitkan dengan wisata halal, maka wisatawan (muslim dan non-muslim)

perlu mendapatkan perlindungan agar mereka nyaman, aman, dan tenang dalam menikmati wisata. Ini menunjukkan adanya aspek keadilan, kedamaian, kebijakan dan kebaikan (hlm. 87).

Penulis juga menjelaskan tentang fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI No 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan prinsip syariah. Namun fatwa ini belum final dan memerlukan ijtihad baru.

INFRASTRUKTUR PENDUKUNG PARIWISATA HALAL

Terkait infrastruktur, penulis menjelaskan perlunya destinasi wisata agar diarahkan kepada ikhtiar untuk mewujudkan kebaikan umat, penghargaan terhadap lingkungan, memperhatikan nilai-nilai sosial budaya. Infrastruktur pendukung meliputi segala sesuatu yang mendukung keberhasilan pembangunan industri pariwisata halal secara umum. Infrastruktur yang memadai akan menentukan tingkat kepuasan wisatawan. Ini meliputi ketersediaan tempat ibadah dengan segala fasilitasnya, petunjuk kiblat, jadwal waktu sholat, hiburan dan sistem pelayanan bernafaskan Islam. Makanan minuman halal, spa, dan kolam renang yang Islami juga termasuk di dalamnya. Selain itu kemudahan mendapatkan restoran halal, biro perjalanan, *guide* juga sangat penting. Kehadiran akomodasi halal merupakan sebuah upaya melindungi keberagaman wisatawan Muslim dari dampak negative yang dapat mengoyak keyakinan agamanya, bukan untuk menciptakan sekelompok komunitas eksklusif yang berkonotasi negatif. Jika tidak tersedia, maka terjadi asimetrisasi dalam akomodasi (hlm 105).

Meski akomodasi halal menjadi peluang pengusaha perhotelan, mereka juga menghadapi tantangan, yaitu 1) bagaimana membuat branding halal pada akomodasi karena adanya karakter yang berbeda antara hotel halal dan konvensional; 2) adanya perubahan bisnis hotel dari sebuah bisnis tradisional menjadi bisnis yang bersifat

global sehingga memunculkan keterkaitan antara jumlah wisatawan dengan tingkat hunian. Terbukti, menurunnya jumlah wisatawan biasanya menurunkan tingkat hunian, atau sebaliknya. Bahkan ini memperluas pengertian industri pariwisata yang tidak lagi sebatas hotel dan restoran, melainkan meluas kepada usaha bar, gerai *fast food*, *guest house*, *laundry* dan *dry cleaning*, rekreasi keluarga, *gym*, dsb.

Dari perspektif Maqashid al – syariah, beberapa hal yang diterangkan meliputi perlindungan terhadap akidah. Tujuannya adalah agar pelaksanaan wisata benar-benar sesuai yang disyariatkan. Artinya, jika wisata halal menggunakan prinsip syariah, maka sepatutnya muslim harus mentaati prinsip tersebut di manapun berada. Maka, hotel-hotel bersertifikasi halal destinasi wisata halal sepatutnya memfasilitasi hal tersebut termasuk dalam hal penyediaan tempat ibadah maupun restoran halal dan sertifikasi halal.

Pandangan para pakar dalam hal kemaslahatan, manfaat, mafsadah juga turut dijelaskan (hlm 119-124). Pengusaha di bidang wisata halal tidak boleh melakukan diskriminasi terhadap pengunjung. *Icon muslim friendly tourism* merupakan wujud ekspresi bahwa syariat Islam merupakan *rahmatan lil' alamin* (hlm 130). Pengembangan wisata halal dapat menjadi wajib jika menimbulkan kemaslahatan umat. Prinsip *dzari'ah* ini menjadi landasan untuk membangun wisata halal.

Tidak dipungkiri, peran SDM dalam pengembangan wisata halal sangat penting, baik dalam pelaksanaannya, namun juga dalam pengambil kebijakan (menteri dan jajarannya) sampai dengan penguasa daerah dimana wisata tersebut dikembangkan (hlm 203). Penguasa dan pengusaha harus dapat menterjemahkan kebijakan makro di pusat agar dapat dilaksanakan secara mikro sesuai program ideal sesuai kondisi daerah. Selain pemahaman ilmu pengetahuan (sains) dan kemampuan (*skill*), SDM juga harus paham ilmu syariah sehingga mereka

mampu mengelola pariwisata halal secara profesional.

Perbedaan karakteristik wisata halal dan wisata konvensional menuntut prinsip ekonomi yang berbeda dengan prinsip ekonomi konvensional. Menurut ekonomi Islam, prinsip ekonomi adalah memenuhi kebutuhan manusia yang terbatas dengan cara mengelola kebutuhan sumber daya yang tak terbatas. Karenanya, pariwisata halal semestinya mempertimbangkan nilai-nilai ketuhanan, mengatur interaksi antar manusia, mengikuti panduan nilai-nilai etis, mengikuti keseimbangan antara pengusaha dan konsumen, dan tidak semata-mata mengikuti prinsip ekonomi konvensional, (hlm. 141-146).

Perspektif undang-undang dijelaskan melalui tiga hal. Pertama, produk halal diulas melalui perspektif UU No 33/2014 yang memberi jaminan perlindungan hukum kepada konsumen. Konsumen seharusnya disediakan segala macam fasilitas yang halal. Sementara dalam penyediaan produk-produk halal, kejujuran produsen diperlukan melalui pemasangan label halal. Bagi pengusaha, kehadiran UU ini akan membantu meningkatkan nilai tambah karena adanya sertifikasi halal. Di sisi lain, konsumen juga akan terlindungi. Di sini penulis membedakan antara sertifikasi halal dan label halal. Namun penulis tidak menjelaskan bahwa dalam prakteknya, ada pengusaha yang tidak selalu positif dalam menanggapi sertifikasi halal. Sebagian muslim setuju adanya UU ini diterapkan, namun tidak dalam semangat sebagai sebuah kewajiban untuk memaksakan pengusaha melabelisasi halal (Tjitoresmi & Suhodo, 2014).

Kedua, jika dilihat dari perspektif UU No 8/99, perlindungan kepada konsumen perlu diberikan dalam rangka memperkuat posisi wisatawan muslim di hadapan pelaku usaha (hlm 164). Ketiga, kepastian hukum untuk wisata halal juga dijelaskan dalam fatwa DSN MUI yang menyebutkan bahwa wisata pada dasarnya boleh kecuali jika

tujuannya adalah untuk maksiat (hlm 177). Pada bagian ke empat, penulis menjelaskan hubungan wisata halal dan kearifan lokal. Di sini kearifan lokal ditunjukkan oleh ragam seni budaya termasuk kuliner, etnis, dan agama dari berbagai etnis di Indonesia. Keduanya terhubung jika ada pemahaman bahwa kearifan lokal yang mengandung nilai nilai filosofi nyata dapat digali dan dikembangkan sehingga memiliki nilai jual yang mendukung pariwisata halal.

Pada bagian kelima, yaitu penutup penulis memberikan kesimpulan dan rekomendasi kepada seluruh *stakeholder*.

PENUTUP

Semakin meningkatnya *trend* pariwisata halal di Indonesia saat ini diperlukan pengetahuan yang cukup mengenai bagaimana mengembangkan pariwisata halal. Namun sayangnya referensi mengenai wisata halal berbahasa Indonesia masih terbatas. Padahal menurut *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2018 Indonesia masuk peringkat kedua sebagai destinasi wisata halal populer di dunia (Rahmadsyah, 2018). Kehadiran buku ini setidaknya menjadi sumber referensi yang patut dipertimbangkan bagi akademisi maupun pemangku kebijakan lain yang terkait pariwisata halal di Indonesia. Apalagi Muhammad Djakfar, sang penulis, dikenal sebagai guru besar yang memiliki segudang ilmu dengan keahlian antara lain tentang ekonomi Islam, Etika bisnis maupun hukum bisnis.

Buku ini komprehensif dalam memberikan gambaran bagaimana wisata halal sepatutnya dikembangkan. Namun, kelemahannya adalah miskin data statistik sehingga jika ditambahkan dengan data statistik, hal ini akan memperkaya tulisan. Sangat mungkin bahwa kehadiran buku ini menjadi inspirasi munculnya publikasi-publikasi lain berbahasa Indonesia terkait pariwisata halal baik di Indonesia maupun di negara-negara lain.

Untuk mengembangkan pariwisata

halal di Indonesia penulis menganggapnya tidak sulit karena Indonesia termasuk Negara multikultur, memiliki berbagai asset budaya, SDM dan SDA. Namun tantangannya adalah karena di Indonesia wisata halal relatif masuk baru. Sementara keterbatasan SDM sebagai pengelola profesional yang memiliki pengetahuan cukup tentang ajaran syariah juga terbatas. Sementara untuk pengembangan secara akademik, masih diperlukan penelitian secara multidisiplin agar dapat memahami dan memperluas wawasan kepariwisataan yang semakin kompleks dan dinamis.

PUSTAKA ACUAN

- Battour, M., & Ismail, M.N. (2015). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future, *Tourism Management Perspectives*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Djakfar, M. (2017). *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik dan Industri Halal di Indonesia*. UIN-Maliki Press.
- Henderson, J. C. (2009). Islamic tourism reviewed. *Tourism Recreation Research*, 34(2), pp 207–211.
- Rahmadsyah, A. (2018). *Indonesia Peringkat ke-Dua Destinasi Wisata Halal Dunia*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180411180123-269-290115/indonesia-peringkat-ke-dua-destinasi-wisata-halal-dunia>. Diakses 20 Desember 2018.
- Tjitoresmi, E & Suhodo, D. S. (2014). *Peluang usaha Produk Halal di Pasar Global: Perilaku Produsen dalam Memproduksi Produk Halal*. LIPI Press. Jakarta.