

## ABSTRAK

Globalisasi telah mengubah hubungan internasional secara signifikan. Hubungan internasional, yang tadinya hanya terfokus pada hubungan antar-negara, kini telah semakin kompleks dengan semakin membesarnya peranan aktor-aktor non-negara. Dalam konteks demikian, diplomasi tidak lagi cukup dilakukan hanya melalui diplomasi tradisional yang resmi (*official diplomacy*), tetapi juga harus melalui jalur-jalur (*track*) alternatif lainnya. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia memutuskan untuk mengembangkan usaha diplomasinya dengan diplomasi publik atau yang juga dikenal sebagai *soft diplomacy*. Cara *soft diplomacy* ini diharapkan dapat memperkenalkan Indonesia dan meningkatkan pemahaman tentang negeri ini kepada masyarakat internasional yang lebih luas agar mereka memiliki perspektif yang berimbang mengenai Indonesia di tengah maraknya pemberitaan negatif tentang Indonesia. Salah satu saluran yang dapat digunakan dalam rangka *soft diplomacy* adalah pariwisata. Pemerintah, dalam hal ini Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, mencanangkan program *Visit Indonesia Year 2008* (VIY 2008).

Penelitian ini ingin menunjukkan bahwa VIY 2008, sekalipun tidak secara eksplisit dimaklumkan sebagai suatu upaya *soft diplomacy* Indonesia, memenuhi seluruh kriteria untuk menjadi suatu upaya *soft diplomacy*. Untuk dapat disebut sebagai suatu *soft diplomacy*, upaya tersebut harus dapat memfasilitasi terciptanya suatu pemahaman bersama (*mutual understanding*) antara negara dengan masyarakat, baik domestik maupun internasional. Berikutnya, upaya tersebut harus mampu mencakup tiga *currency soft power*, yaitu citra, kredibilitas, dan reputasi. Dan ketiganya hanya mungkin tercipta dalam konteks pengertian bersama (*mutual understanding*) tadi.

### Kata Kunci

*Visit Indonesia Year 2008*, Pariwisata, *soft diplomacy*, *soft power*, pemahaman bersama, citra.