

BAB IV

KAMPANYE THE INCREDIBLE INDIA

A. Kampanye The Incredible India

Tahun 2002, Amitabh Kant dibawah kuasa Kementerian Pariwisata India mencetuskan sebuah kampanye internasional bernama The Incredible India. Kementerian Pariwisata India menjadikan kampanye The Incredible India sebagai cara profesional untuk mempromosikan budaya dan pariwisata India ke seluruh dunia dengan tujuan utama yaitu menjadikan India sebagai kota wisata dengan cara menaikkan jumlah kunjungan turis mancanegara ke India. Kampanye The Incredible India menonjolkan sisi kebudayaan India untuk menarik minat turis mancanegara untuk berwisata ke India. Kebudayaan yang ditonjolkan dalam kampanye The Incredible India antara lain seperti yoga, tarian tradisional, situs-situs bersejarah, cita rasa masakan India, rempah-rempah, dan kesenian. Dalam tahun pertama sejak kampanye The Incredible India diluncurkan, terjadi kenaikan kunjungan

wisatawan mancanegara ke India sebesar 16%.⁵⁰

Sejak diresmikannya kampanye The Incredible India, Kementerian Pariwisata India mempromosikan kampanye tersebut melalui TV dan internet sebagai alat utama dalam proses pengenalan kampanye di beberapa negara seperti Asia,

⁵⁰ *Incredible India Campaign*. (2002, Maret). Retrieved from Incredible India Campaign web site: <http://www.incredibleindiacampaign.com/> diakses pada tanggal 2 Desember 2017

New Zealand, Eropa, Timur Tengah, Afrika serta Australia. Kementerian Pariwisata juga meluncurkan *web site* resmi kampanye The Incredible India agar memudahkan setiap wisatawan yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang pariwisata India dan juga para wisatawan dapat langsung merencanakan perjalanan mereka ke India melalui *web site* kampanye The Incredible India yaitu www.incredibleindia.org.

Selain bidang budaya dan kesenian yang terkenal dari India, India juga dikenal dengan negara dengan penganut Hindu yang cukup besar. Melihat kesempatan ini, Kementerian Pariwisata India mengembangkan liburan spiritual bagi mereka yang ingin melakukan perjalanan spiritual atau mengunjungi tempat-tempat spiritual yang ada di India. Yoga juga dijadikan sebagai media promosi The Incredible India dalam bidang spiritual. India juga menginginkan agar Yoga menjadi satu ciri khas India dan diakui berasal dari India.

Pemerintah India pun telah menyiapkan berbagai program dan rencana khusus yang diperuntukan bagi diasporanya dalam mendukung dan mempromosikan kebudayaan dan pendidikan di India.

Strategi pemerintah India untuk mempromosikan kampanye The Incredible India tidak berhenti hanya melalui TV dan internet. Promosi kampanye The Incredible India juga disebarkan melalui brosur dan pamflet digital. Kontes fotografi yang diadakan pun digunakan untuk media promosi kecantikan alam India sekaligus mempromosikan kampanye ini. Dalam promosi pariwisata dalam negeri, India mempromosikan kampanye The Incredible India melalui tiket-tiket yang dijual. Misalnya pada tiket pertandingan kriket,

mengingat kriket adalah olahraga yang sangat digemari masyarakat India.⁵¹

Pada tahun 2005, Kementerian Pariwisata India membentuk agensi yang khusus menangani periklanan dan promosi untuk kampanye The Incredible India. Kerjasama yang dilakukan dengan agensi periklanan dikhususkan bagi semua iklan yang menyangkut kampanye The Incredible India. Agensi yang telah dibentuk ini pun menggunakan jasa beberapa selebriti untuk ikut mengkampanyekan The Incredible India seperti Amir Khan.

Dalam kampanye The Incredible India, pemerintah India menetapkan 3 tema demi kelancaran kampanye ini yang pertama adalah *Athithi devo bhava*, berarti semua tamu adalah Tuhan. Perumpamaan ini menunjukkan agar semua masyarakat India menghormati semua tamu yang datang ke India dan memberikan semua yang terbaik. Pemerintah India memberikan pelatihan bahasa Inggris bagi pemandu wisata dan supir taksi agar bisa melayani tamu wisatawan dengan baik. Yang kedua adalah *Rural Tourism* atau wisata pedesaan, dimana setiap desa yang menjadi desa wisata membuat kerajinan tangan maupun sebuah karya seni yang dapat dijadikan mata pencaharian sampingan dan mendapat manfaat dari kampanye pariwisata ini. Yang ketiga adalah *Priyadarshini*, dimana pemerintah melibatkan perempuan untuk turut serta bekerja dalam mendukung kampanye ini misalnya seperti menjadi supir taksi.

⁵¹ Dr. Sultan Singh, P. M. (2005). *INDIAN TOURISM IN THE PARADIGM OF INCREDIBLE INDIA CAMPAIGN*. Retrieved from Publishing India Web site: <http://www.publishingindia.com/GetBrochure.aspx?query=UERGQnJvY2h1cmVzfC85NC5wZGZ8Lzk0LnBkZg==> pada tanggal 5 Desember 2017

Kampanye The Incredible India pun perlahan-lahan mulai menyebar ke seluruh negara. Tentu setiap negara berbeda-beda dalam mempromosikannya. Salah satu negara yang juga terdapat kampanye The Incredible India didalamnya adalah Indonesia.

B. Strategi diaspora India Dalam Mendukung

The Incredible India

India memiliki cara sendiri untuk melakukan pendekatan dalam mengembangkan sektor pariwisatanya. Sektor pariwisata dirasa memiliki dampak yang besar bagi pertumbuhan ekonomi untuk India sendiri. Menurut statistik pemerintah India, selain menjadi mesin pendorong pertumbuhan ekonomi, pariwisata juga menjadi pemasok mata uang asing, demikian dilaporkan oleh Dr. R.K. Bhatnagar, Additional Director General, Ministry of Tourism dalam pembukaan International Travel Mart 2016 di Imphal, India, pada Kamis, 24 November 2016. Sektor pariwisata yang dikelola dengan baik pun menghasilkan segudang manfaat dan dampak positif bagi negara yang menerapkannya, karena pariwisata adalah sektor penting dalam membangun perekonomian sebuah negara terutama bagi India. Berikut adalah alasan mengapa pariwisata penting dalam mengembangkan perekonomian sebuah daerah atau negara dalam buku *Diaspora Indonesia*⁵²:

1. Peningkatan kegiatan ekonomi akibat dibangunnya sarana pariwisata, sehingga memungkinkan orang-orang melakukan aktivitas ekonominya dari satu tempat ke tempat lainnya.

⁵² Yoeti, O. A. (2014). Peran Pariwisata dalam Pembangunan. In *Ekonomi Pariwisata* (p. 27). Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

2. Bertumbuh pesatnya industri-industri kecil maupun besar yang berkaitan dengan bidang pariwisata misalnya: *Villa, Hotel, Motel, Tourist Centre, Transportation, Restaurant*)
3. Meningkatkan permintaan terhadap *Souvenir, Handicraft* atau cenderamata yang khas buatan lokal dari sebuah negara.
4. Meningkatkan hasil pertanian dan peternakan dalam negeri yang digunakan untuk kebutuhan hotel dan restoran karena padatnya jumlah wisatawan yang berkunjung.
5. Menjadikan barang-barang lokal suatu daerah atau negara akan lebih dikenal luas di dunia internasional termasuk makanan dan minuman.
6. Meningkatkan devisa negara, penerimaan pajak, pendapatan nasional, sehingga dapat mengurangi beban defisit neraca pembayaran.
7. Membuka kesempatan bekerja serta lapangan kerja baru bagi masyarakat
8. Mempercepat perputaran ekonomi pada negara-negara yang tinggi jumlah wisatawan (*Tourist Receiving Countries*).

Di Indonesia, kampanye The Incredible India dikelola dan dikembangkan oleh Kedutaan Besar India untuk Indonesia. Diaspora India pun turut membantu dan menjadi relawan atau *Volunteer* dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh tim kampanye The Incredible India. Kedutaan Besar India pun beberapa kali menggelar acara pertemuan bagi diaspora India, yang bertujuan untuk menyatukan visi dan misi untuk selalu dekat dan bersama-sama membangun India. Menyatukan dan menyelaraskan pikiran tentu adalah hal yang utama sebelum melakukan kampanye The Incredible India. Kampanye The Incredible India di Indonesia yang dalam pelaksanaannya turut dibantu oleh diaspora India berada di bidang pendidikan dan kultural.

Incredible India Education Fair, adalah Pameran edukasi yang diadakan oleh Kedutaan Besar India dan didukung oleh diaspora India dalam menjalankan pameran ini. Di Indonesia, Incredible India Education Fair telah dilaksanakan di beberapa kota seperti Jakarta, Bali, Yogyakarta, Semarang dan Medan. Pameran pendidikan ini menghadirkan puluhan universitas yang ada di India dari berbagai macam cabang pendidikan untuk mengikuti pameran pendidikan. Pengunjung akan dijelaskan bagaimana prosedur untuk menimba ilmu di India dan bagaimana prosedur pembelajaran dengan metode kurikulum yang digunakan di India. Pengunjung juga bebas mengunjungi *Booth* masing-masing universitas yang telah disediakan sesuai dengan minat masing-masing. Tujuan kampanye The Incredible India melalui pameran pendidikan Incredible India Education Fair ini adalah untuk meningkatkan hubungan India dan Indonesia dalam bidang pendidikan serta mempromosikan pendidikan yang ada di India. Incredible India Edu Fair diadakan 6 bulan sekali di tiap kota yang berbeda.

Adanya Incredible Edu Fair dapat dijadikan sebagai alat untuk memperkuat hubungan pendidikan antara India dan Indonesia dengan cara India mempromosikan perguruan tingginya di Indonesia serta ada beasiswa dari pemerintah India untuk masyarakat Indonesia yang berminat untuk menimba ilmu di India. Seorang diaspora India yang juga pengurus inti Incredible India Edu Fair bernama Ravi Makhija melalui situs Indo Indians mengatakan bahwa saat ini India mengalami peningkatan mutu dalam bidang pendidikan dimana dahulu gaji yang didapat dalam bidang pendidikan rendah dan mutunya yang kurang. Namun sejak adanya kampanye The Incredible India yang mempromosikan kebudayaan dan pendidikan, India semakin meningkatkan mutu pendidikannya.⁵³

⁵³ *Ravi Makhija, Promoting Indian Education in Indonesia.* (2016, Desember 16). Retrieved from Indo Indians Web site:

Festival of India dengan slogan “Sahabat India” juga strategi yang digunakan untuk mengkampanyekan kampanye The Incredible India di Indonesia. Festival ini diadakan dari bulan Januari hingga Mei 2015. Festival ini telah mendapat dukungan langsung dari Kementerian Luar Negeri, Pariwisata, dan Pendidikan Indonesia untuk menjalankan festival ini. Dalam festival ini diaspora India turut membantu dan berpartisipasi dalam jalannya acara. Acara yang diadakan dalam festival ini antara lain Yoga day, pameran makanan khas India, Pameran kesenian India, tarian tradisional India, promosi perdagangan India, juga pertunjukan kesenian secara langsung juga ada pameran buku. Festival akan diadakan di 17 kota di Indonesia antara lain Bandung, Jakarta, Bogor, Serang, Purwakarta, Semarang, Solo, Yogyakarta, Bali, Makassar, Padang, Samarinda, Balikpapan, Aceh, Medan dan Palembang. Diaspora India di Indonesia turut berpartisipasi dalam menampilkan tarian tradisional kepada pengunjung dan membuat serta menjual makanan tradisional khas India. Diaspora India juga turut mempresentasikan *handicraft* yang dibuat juga membuka booth henna.⁵⁴

Keistimewaan atau *Privilege* yang didapat oleh diaspora India dapat menjadi salah satu faktor mengapa diaspora India begitu erat hubungannya dengan India. Keistimewaan ini juga setara dengan apa yang telah dilakukan oleh diaspora India kepada India. Adanya kemauan bagi diaspora India untuk membantu dan tetap berhubungan erat antara satu diaspora dengan yang lainnya dapat menjadi contoh bagi diaspora dari negara lain. Strategi diaspora India di Indonesia yang dilakukan untuk mendukung kampanye The

<https://www.indoindians.com/ravi-makhija-promoting-indian-education-in-indonesia/> diakses pada tanggal 14 Desember 2017

⁵⁴ Indian Embassy Jakarta. (2015, Januari). *Festival of India in Indonesia*. Retrieved from Indian Embassy Jakarta: <http://indianembassyjakarta.com/Final%20Booklet%20Sahabat%20India.pdf> diakses pada tanggal 5 Desember 2017

Incredible India belum terlalu signifikan mengingat jumlah diaspora India di Indonesia yang jumlahnya tidak begitu besar jika dibandingkan dengan jumlah diaspora India di Malaysia atau Singapura.

C. Keistimewaan yang didapat oleh Diaspora

India

Keberhasilan kampanye The Incredible India tentu tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak salah satunya yaitu diaspora India. Meskipun tidak ada perjanjian maupun kerjasama tertulis untuk turut mempromosikan kampanye dan budaya India namun diaspora India tetap dengan senang hati melakukannya. Seperti yang telah diketahui bahwa ikatan emosional yang erat antara diaspora India dengan India juga merupakan sebab mengapa diaspora India turut meramaikan dan mendukung seluruh rangkaian acara yang diadakan oleh tim kampanye The Incredible India. Pemerintah India memiliki cara sendiri untuk berterima kasih sekaligus semakin mempererat hubungannya dengan para diaspora. Keistimewaan yang didapat oleh diaspora India dari pemerintah India antara lain:

1. Scholarship Programme For Diaspora Children (SPDC)

Pemerintah India melalui The Ministry of Overseas Indian Affairs (MOIA) menggagas sebuah beasiswa yang dikhususkan bagi anak-anak diaspora India untuk mendapat gelar sarjana di Universitas di India. NRI (*Non Resident Indians*) dan OCI (*Overseas Indian Citizen*) dapat mendapatkan beasiswa namun hanya dikhususkan bagi 40 negara terpilih yaitu Australia, Bahrain, Kanada, Fiji, Perancis, Jerman, Guyana, Hongkong, Indonesia, Israel, Italia, Jamaika, Kenya, Kuwait, Madagaskar, Malaysia, Mauritius, Mozambik, Myanmar, Belanda, New Zealand, Oman, Nigeria, Filipina,

Portugal, Qatar, Singapura, Saudi Arabia, Afrika Selatan, Spanyol, Sri Lanka, Suriname, Tanzania, Thailand, Trinidad and Tobago, Uni Emirat Arab, Inggris, Amerika, Yaman, dan Reunion Island.

Beasiswa khusus diaspora India ini memiliki kuota terbatas yaitu hanya 100 orang terpilih yang berasal dari kedua jenis kewarganegaraan yaitu NRIs (*Non-Resident of Indians*) dan OCIs (*Overseas Citizens of Indian*) dengan proporsi 50 untuk OCIs dan 50 untuk NRIs. Beasiswa ini pun memberikan batasan bagi seorang yang berstatus NRIs bahwa pendapatan keluarganya tidak lebih dari US\$2.250. Bagi mereka yang berstatus OCIs tidak ada pembatasan dalam hal pendapatan keluarga.⁵⁵

2. Pravasi Bharatiya Divas

Pravasi Bharatiya Divas merupakan sebuah perayaan yang dicetuskan pada tahun 2003 oleh Ministry of Overseas Indian Affairs (MOIA) dan didukung oleh beberapa institusi resmi seperti Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry dan Confederation of Indian Industry di India yang ditujukan untuk menghargai dan menghormati para diaspora India yang ada di seluruh dunia atas kontribusinya bagi kemajuan India. Pravasi Bharatiya Divas dirayakan setiap tahunnya pada tanggal 9 Januari. Pada tanggal yang sama di tahun 1915, Mahatma Gandhi kembali dari Afrika ke Bombay setelah menjadi aktivis Hak Asasi Manusia (HAM), mengembangkan ide politiknya dan mendorong agar pemuda

⁵⁵ Indian Embassy Jakarta. (2013). *SCHOLARSHIP PROGRAMME FOR DIASPORA CHILDREN [SPDC]*. Retrieved from Indian Embassy Jakarta Web site: <http://indianembassyjakarta.com/index.php/2013-05-20-10-04-25/education2/scholarship/scholarship-programme-for-diaspora-children> diakses pada tanggal 5 Desember 2017

India melakukan penolakan terhadap kolonisasi Inggris pada saat itu.

Perayaan Pravasi Bharatiya Divas juga dirayakan di Indonesia dan diikuti oleh seluruh diaspora India NRI (Non-Resident of Indian) dan OCI (Overseas Citizen of India). Pravasi Bharatiya Divas difasilitasi oleh Kedutaan Besar India di Indonesia dengan mengadakan perayaan di Jakarta dan dihadiri oleh diaspora India yang telah sukses di Indonesia. Dalam perayaan ini, pihak Kedutaan besar India di Indonesia tidak sekedar merayakan dan berkumpul bersama para diasporanya, namun juga mendorong agar para diaspora India mampu bersaing dan dapat berkontribusi lebih banyak lagi bagi kemajuan di India. Pihak Kedutaan Besar India pun menekankan pentingnya investasi di India dalam membantu meningkatkan infrastruktur dan ekonomi India.⁵⁶

Perayaan ini menunjukkan bahwa India sangat menghargai dan ingin menjalin hubungan emosional yang lebih erat lagi dengan diaspora India di seluruh dunia. Adanya *awards* yang diberikan saat perayaan Pravasi Bharatiya Divas menjadi pemacu semangat bagi para diaspora untuk menghasilkan prestasi dan memberi citra yang baik bagi India.

3. Know India Programme

Know India Programme adalah sebuah fasilitas khusus bagi para anak-keturunan diaspora untuk mempelajari India lebih mendalam. Setiap anak yang terpilih untuk mengikuti pelatihan ini, akan dilatih selama 3 minggu untuk memperdalam pengetahuan tentang India dan semua yang

⁵⁶ Embassy of India. (2016, Januari 9). Press Release; Pravasi Bharatiya Divas Celebrated in Jakarta. Diambil kembali dari Indian Embassy Jakarta web site: <http://www.indianembassyjakarta.com/index.php/25-news-and-events/426-pravasi-bharatiya-divas-celebrated-in-jakarta> diakses pada tanggal 2 Desember 2017

berkaitan dengan India. Sehingga setiap anak keturunan diaspora tetap terikat dan memiliki ikatan emosional terhadap India. Aktifitas yang dilakukan ketika menjalani *training* Know Indian Programme antara lain:⁵⁷

1. Mengunjungi pedesaan dan pabrik-pabrik industri
2. Menghadiri acara kebudayaan India
3. Mempelajari tentang industri perfilman India
4. Melakukan kunjungan ke beberapa universitas di India
5. Berinteraksi dengan organisasi dan komunitas yang memiliki interest dalam bidang urusan wanita
6. Mempresentasikan negara-negara beserta sistem politik dan kepentingannya
7. Mengunjungi tempat-tempat bersejarah di India
8. Mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan kepemudaan

Know India Programme juga mengajarkan kepada generasi baru diaspora India untuk mengetahui apa saja pencapaian yang telah dicapai oleh India serta mana yang harus lebih dikembangkan lebih lanjut. Tidak terbatas cakupan belajar disini, para generasi muda ini juga belajar tentang program dan pencapaian India di bidang teknologi, komunikasi, ekonomi, industri, budaya dan lain lain.

⁵⁷ Ministry of External Affairs. (2003). *Know India Programme for Young Overseas Indian*. Retrieved from Ministry of External Affairs Government of India: <http://kip.gov.in/> diakses pada tanggal 5 Desember 2017