

Komodifikasi Wilayah Pasca Perang: Okinawa Sebagai Destinasi Wisata Tropis “Bukan Jepang?”

Mukhlis Arifin^{1*}, Kurniawaty Iskandar²

^{1,2}Kajian Wilayah Jepang, Sekolah Kajian Strategik dan Global, Universitas Indonesia, Indonesia

*corresponding author e-mail: mukhlis.arifin@ui.ac.id

Article Info	Abstract
<p>Keyword: <i>Dark tourism;</i> <i>Commodification;</i> <i>Tourism;</i> <i>Okinawa</i></p> <p>DOI: 10.33830/humaya_fhisip.v2i1.2361</p>	<p>This paper reviews the commodification of tourism in Okinawa in the form of dark tourism and how the form of Japanese identity formation in Okinawa is basically "not Japanese." This research aims to understand how irony from tragedy becomes a commodity that can spur the economic pace of society. The concept of dark tourism and commodification will be the analyzing knife in dissecting tourism activities in Okinawa. This paper uses literature study method; this paper collected previous research and process it to understand how the commodification of tragedy can be of economic value. The study found that the tragedy can be valued as commodity by the tourists who look for the past event as the commodity, but it will remain recorded in their collective memory as an unsolved problem in the affected community..</p>
Article Info	Abstrak
<p>Kata Kunci: <i>"Wisata Gelap";</i> <i>Komodifikasi;</i> <i>Pariwisata;</i> <i>Okinawa</i></p>	<p>Tulisan ini mengulas tentang komodifikasi pariwisata di Okinawa dalam bentuk "Wisata Gelap" dan bagaimana bentuk pembentukan identitas Jepang di Okinawa pada dasarnya “bukan orang Jepang”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana ironi dari tragedi menjadi komoditas yang dapat memacu laju ekonomi masyarakat. Konsep dark tourism dan komodifikasi akan menjadi pisau analisis dalam membedah aktivitas pariwisata di Okinawa. Makalah ini menggunakan metode studi kepustakaan. Makalah ini mengumpulkan penelitian sebelumnya dan mengolahnya untuk memahami bagaimana komodifikasi tragedi dapat bernilai ekonomi. Studi ini menemukan bahwa tragedi dapat dinilai sebagai komoditas oleh para wisatawan yang melihat peristiwa masa lalu sebagai komoditas, tetapi akan tetap terekam dalam memori kolektif mereka sebagai masalah yang belum terpecahkan di masyarakat yang terkena dampak.</p>

Pendahuluan

Aktivitas pariwisata masal merupakan fenomena budaya sebagai hasil dari perubahan sikap manusia. Pada dasarnya manusia hidup di area yang menjadi habitat atau area domestiknya. Sehingga, pariwisata secara mendasar dapat artikan sebagai aktivitas perpindahan manusia dari area domestiknya menuju area lain dengan tujuan kunjungan sementara (Cohen, 1972).

Adanya perasaan kebaruan (yang menarik) menjadi daya pikat dari aktivitas pariwisata. Menariknya, seseorang yang melakukan aktivitas pariwisata, belum tentu siap untuk meleburkan diri dengan lingkungan asing yang didatanginya. Pada dasarnya menurut Cohen, (1972). Manusia masih terikat pada nilai yang ia anut dari daerah asalnya dan terikat pada kebiasaan serta pola-pola tertentu.

Tujuan utama pariwisata adalah mengunjungi suatu objek wisata, baik objek yang tercipta secara alami maupun yang dibuat oleh manusia. Walau objek tersebut berwujud alami, terdapat kecenderungan manipulasi padanya, dengan tujuan "menyocokkan" dengan selera konsumsi turis secara masal. Keberadaan objek tersebut dilengkapi dengan fasilitas umum, rekonstruksi, penataan,

proses eliminasi elemen yang tidak sesuai, pementasan, dikelola, dan diatur. Akibatnya, objek tersebut kehilangan sebagian besar rasa, bentuk dan terisolir wujud, serta tekstur alaminya (Cohen, 1972).

Jepang sebagai negara dengan empat musim menawarkan pariwisata tropis nan eksotis di salah satu prefekturinya, Okinawa. Keberadaan wisata tropis di prefektur Okinawa merupakan fenomena yang unik, Okinawa dan Hawai'i memiliki kemiripan nasib. Kedua daerah ini merupakan pangkalan wilayah yang dijadikan pangkalan militer Amerika dan kemudian berkembang menjadi destinasi wisata. Pada tahun 1970-an, Hawai'i menjadi tempat wisata populer untuk berbulan madu (Tada, 2015). Pemerintah Jepang menyadari bahwa informasi mengenai budaya populer Amerika juga masuk ke dalam negerinya. Salah satu pemicunya adalah adanya keinginan warga Jepang untuk mengunjungi Hawai'i. Dengan keinginan tersebut, Okinawa sebagai salah satu bagian Jepang dilirik potensinya sebagai kawasan tropis dengan proyeksi mampu menyerupai Hawai'i.

Pada tahun 1969, Yamashiro Shinko, profesor dari Universitas Ryukyu, meneliti proses pengembangan wisata dengan model Hawai'i untuk Okinawa. Yamashiro mencoba membuat formulasi mengenai cara menghubungkan Okinawa dengan Jepang daratan dan kawasan Asia Pasifik secara global. Yamashiro berpendapat bahwa perlu adanya karakter unik yang dimiliki oleh Okinawa sebagai daerah destinasi wisata. Untuk itu, dibentuk proses pengembangan wisata tropis (Anettai Kanko" Kichi Keikaku). Selanjutnya, program pembangunan lima tahun Okinawa (Okinawa Kanko Kaihatsu Gokanen Keikaku) digalakkan untuk menciptakan Okinawa sebagai Hawai'i di timur jauh.

Seiring dengan berkembangnya industri manufaktur Jepang, sektor pariwisata Jepang terus mengalami peningkatan secara ekponensial (May, 1985). Meski demikian keberadaan Okinawa sebagai destinasi wisata hadir bukan tanpa polemik. Sebagai salah satu pelaku utama dalam perang dunia ke dua, Jepang terlibat aktif dalam membentuk konsekuensi pasca perang. Hal ini membentuk sebuah konsep menarik yang disebut oleh Ruoff (2019) sebagai "pariwisata yang berkaitan dengan perang". Kesuburan industri pariwisata dengan basis ikatannya dengan perang menjadi menarik bagi wisatawan (Ruoff, 2019). Setiap destinasi pariwisata merepresentasikan lingkungan dan suasana yang berbeda, hal tersebut merupakan faktor penarik bagi turis (Hones, 2000). Pasca perang dunia kedua, Okinawa didatangi pelancong untuk merenung dan berkabung atas korban sipil maupun angkatan bersenjata pada masa perang (Figal, 2008).

Keberadaan wisata dengan memerhatikan kejadian pada masa lalu ini menarik untuk dikaji. Menilik dari aspek kehidupan manusia, fenomena perang jika dikaitkan dengan memori kolektif korban merupakan sebuah trauma yang mendalam, namun jika dilihat dari sudut pandang wisata, kesedihan atau trauma merupakan objek yang dapat dikapitalisasi menjadi destinasi untuk merenungkan perihnya masa lalu. Tulisan ini akan mengulas bagaimana pariwisata di prefektur Okinawa menggunakan latar dari kejadian traumatis pada masa lalu sebagai penggerak roda ekonomi masyarakat.

1. Konsep Wisata Gelap

Wisata gelap merupakan bentuk kunjungan ke suatu tempat terjadinya tragedi atau kematian yang bersejarah sehingga memberikan dampak nyata pada kehidupan kita (Tarlow, 2005). Pendapat lain dari Stone mendefinisikan wisata gelap sebagai kegiatan berkunjung ke tempat wisata yang diasosiasikan dengan kematian, penderitaan, dan kejadian yang mengerikan (Stone, 2006). Kesamaan pada dua konsep ini adalah, wisata gelap dapat dilihat sebagai aktivitas mengunjungi destinasi yang memiliki nilai historis yang tragis dan pengunjung menyengajakan diri untuk mendatangi situs atau tempat tersebut.

Dalam upaya mempelajari wisata gelap, terdapat nilai tawar untuk memahami terminologi edukasi wisata gelap. Cohen berpendapat bahwa dengan meletakkan konsep edukasi, turis akan lebih sadar terhadap lingkungan yang didatangi terlepas dari rasa puas yang didapat karena mengunjungi destinasi wisata yang ingin ia tuju (Cohen, 2011). Berkaitan dengan hal ini Lisle (2004) dalam (Cohen, 2011) menggarisbawahi bahwa dalam berkunjung ke destinasi wisata gelap, turis memiliki

keinginan untuk berhadapan langsung dengan hal seperti masalah politik, etik dan kekerasan masa lalu yang belum terselesaikan.

2. Interpretasi Pariwisata Sebagai Komoditas

Featherstone (1991) dalam (Watson & Kopachevsk, 1994) menjelaskan, studi mengenai pariwisata memiliki keterkaitan dengan studi analisis perilaku konsumen dan budaya konsumen dalam konfigurasi kapitalisme modern. Seperti yang dapat dilihat bahwa pola konsumsi dalam konteks pariwisata didorong oleh pola konsumsi dan pertukaran komoditas dengan media massa sebagai faktor pendorongnya.

Komodifikasi merupakan proses di mana objek dan aktivitas dapat dievaluasi terutama dalam kaitannya dengan konteks perdagangan (Best 1989; Cohen 1988a: 380; Dupr ~ 1983) dalam (Watson & Kopachevsk, 1994). Terdapat dua poin kunci yang dipaparkan oleh Watson dan Kopachevsk, (1994): Pertama, semua komoditas adalah produk kerja manusia. Kedua, tenaga kerja manusia adalah sumber utama dari sebuah produk, dan manusia tersebut akan terus mempengaruhi nilai jual dari suatu komoditas. Di antara "produk" modern, jasa menjadi salah satu produk yang diperjual belikan dalam proses transaksi. Sehingga dapat dipahami bahwa, pengalaman pariwisata termasuk di antara "produk" tersebut; "pengalaman" dan aktivitas keberangkatan menuju destinasi wisata dapat menjadi komoditas. Layanan lain yang mencontohkan pertukaran ini adalah layanan yang terjadi di institusi sosial kapitalisme (bursa efek) yang benar-benar misterius yang menyempurnakan pertukaran abstrak komoditas utama. Pertukaran serupa difasilitasi pada komoditas pariwisata: transportasi, perhotelan, hiburan, bahkan objek yang di pandang (*gaze*).

Hal yang penting untuk dipahami, ketika seseorang berbicara tentang komodifikasi dalam pariwisata terdapat proses kompleks di dalamnya. Hal ini harus melibatkan konteks yang jauh lebih luas dari sekadar objek wisata dan mencakup beragam hal seperti layanan, aktivitas di dalamnya, dan pengalaman saat berwisata. Watson dan Joseph (1994) menggunakan konsepsi Urry (1990) dalam (Watson & Kopachevsk, 1994) yaitu "tourist gaze", pandangan wisatawan kepada suatu objek wisata merupakan aktivitas konsumsi dari budaya dan produk yang ada di depan matanya..

Dengan komodifikasi skala besar pada pariwisata, seperti dalam aspek perilaku konsumen dan ragam hal lainnya, mereka yang memiliki kekuatan ekonomi dan ideologis untuk membentuk institusi dan kesadaran agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Mereka mampu menyusun dan membakukan rasa, dan menyusun prioritas nilai baik dalam pekerjaan maupun waktu luang. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa hubungan waktu luang adalah menyoal kalkulasi kekuasaan, dan bahwa kesenangan massal dapat dianggap sebagai salah satu dinamika utama produksi ideologis kapitalis. Hal ini secara implisit merupakan bagian dari teknik penipuan massal industri budaya, persetujuan sosial, dan konformitas pasif (Kellner 1979; Kelly 1986; Rojek 1985, 1987; Muda 1986 dalam Watson dan Kopachevsk, 1994).

Komodifikasi pariwisata tidak hanya dilihat dari aspek negatifnya saja. Keberadaan pariwisata juga dapat memunculkan bentuk interaksi baru, pengembangan budaya, dan pembangunan pada beberapa aspek lainnya. Namun demikian Watson dan Joseph (1994) menjelaskan argumen Graburn (1976) bahwa, wisatawan tanpa sengaja, mendorong pasar untuk karya seni suvenir. Tapi Graburn (1976) dalam Watson & Kopachevsk, (1994) juga mengenali dialektika ini sebagai seni dan kerajinan masyarakat lokal. Mereka mewakili "berkah" bagi para pengrajin setempat karena potensi hasil produksi barang tersebut menguntungkan. Maka, hal ini memungkinkan munculnya banyak pengrajin karena dipicu oleh kedatangan turis yang memiliki keinginan membeli produk khas daerah yang dikunjunginya. Oleh karena itu, sebuah produk khas cenderung menghapus elemen gaya dan konten yang memiliki potensi untuk menyinggung pembeli yang tidak dikenal. Jika itu terjadi, pengrajin "menyadari dirinya menyerahkan kendali atas produknya" (Graburn 1976: 32 dalam Watson & Kopachevsk, 1994). Selain itu, pariwisata menjadi wadah dari hubungan sosial yang merupakan konsekuensi dari interaksi "terpaksa" antara tuan rumah dan tamu, di mana tamu adalah "orang asing". Hubungan sosial ini membentuk jargon yang terkesan memaksa, seperti "agar turis merasa seperti di

rumah sendiri" dan "memberikan layanan yang terbaik", sebagai tuan rumah hendaknya menciptakan suasananya yang sesuai dengan ekspektasi dari tamu.

Perlu disadari, pariwisata merupakan salah satu cara yang digunakan berbagai daerah untuk meningkatkan keadaan ekonominya (Nguyen, 2017). Rigas (2009) dalam Nguyen, (2017) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan salah satu aktivitas ekonomi utama bagi daerah periferi khususnya daerah dengan formasi kepulauan. Mereka tak hanya menawarkan destinasi pariwisata tapi juga menawarkan pengalaman wisata itu sendiri.

Dalam konteks prefektur Okinawa, salah satu potensi komoditasnya terdapat pada resor pesisir pantainya. Resor secara khusus merupakan salah satu bentuk khusus dari pariwisata. Wisata pantai dengan bentuk resor memiliki nilai premium dalam format pariwisata (Pearce: 1989 dalam Nguyen, 2017). Ukuran resor mempengaruhi ekonomi secara spasial sehingga faktor kehadirannya memengaruhi faktor masuknya investasi. Daya tarik dari pengembangan resor ini memberi implikasi pada meningkatnya jumlah turis yang datang, dan kedatangan jumlah turis akan memengaruhi nilai investasi pada resor tersebut. Seiring dengan meningkatnya wisatawan internasional, ikatan antara pengembangan daerah akan berbanding lurus dengan kedatangan investasi.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif harus menggunakan dasar teori dengan pemaparan yang mendalam yang difokuskan pada topik. Pemaparannya harus dapat menjelaskan mengenai perilaku dan tindakan yang dilakukan subjek peneliti untuk memenuhi komponen-komponen penting dalam menjawab pertanyaan penelitian. Objek penelitian kualitatif ini adalah seluruh bidang atau aspek kehidupan manusia sehingga prosedur penelitian akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang sebagai narasumber. Pada penelitian ini penulis menggunakan studi kasus dalam memahami isu yang diteliti. Pada studi kasus, peneliti pada umumnya menelusuri komunitas, suatu lokasi, atau suatu organisasi (Bryman, 2012).

Penelitian ini berangkat dari pertanyaan mendasar: bagaimana proses terbentuknya konsep wisata gelap di Okinawa yang merupakan daerah strategis pada masa pasca perang dunia ke dua? Berdasarkan pertanyaan tersebut, penulis memulai penjelasan dari bagaimana memahami kondisi Okinawa secara umum, letak geografisnya, dan bagaimana masyarakat Okinawa terbentuk secara kultural. Selanjutnya, penulis akan memaparkan bagaimana keadaan pasca perang dan kondisi Okinawa yang dianggap strategis bukan lagi dari sudut pandang posisi geografisnya untuk kepentingan perang, namun nilai eksotisnya yang memiliki daya jual untuk bidang pariwisata. Tulisan ini menggunakan metode pengumpulan data dengan melakukan studi pustaka. Penulis mengumpulkan informasi dari beragam jurnal penelitian untuk dapat menguak bagaimana sudut pandang pariwisata dan latar belakang pasca perang menjadi isu yang menarik untuk dibahas dan dipahami.

Pembahasan

Memahami Latar Sosial Okinawa

Okinawa merupakan prefektur paling selatan Jepang. Prefektur ini terdiri dari sekitar 160 pulau yang dikelilingi oleh rantai pulau yang lebih panjang yang secara kolektif dikenal sebagai Kepulauan Ryūkyū (琉球 諸島), sekitar empat puluh di antaranya dihuni oleh manusia. Kepulauan Ryūkyū membentang lebih dari seribu kilometer, membentang ke barat daya dari Kyushu (pulau paling selatan dari empat pulau utama Jepang) hingga Taiwan.

Nguyen (2017) menjelaskan secara geografis kepulauan di prefektur Okinawa dibagi menjadi tiga daerah utama yaitu pulau utama Okinawa, daerah Miyakojima, dan daerah Yaeyama. Hampir 90% populasi masyarakat mendiami Okinawa, termasuk Naha sebagai ibu kota prefektur. Pada bagian selatan Okinawa merupakan bagian daerah Miyakojima beberapa pulau dengan dua pulau

yang terhubung dengan jembatan. Lebih jauh ke selatan terdapat daerah Yaeyama yang memiliki pulau Yonaguni dengan posisi 100 km dari Taiwan.

Pada masa lalu, populasi masyarakat Okinawa cenderung memiliki kedekatan genetik dengan masyarakat Ainu di Hokaido. Kemudian, migrasi bangsa Mongol yang digeser ke selatan menuju kepulauan Ryukyu mendorong terjadinya percampuran ras di Okinawa (Zabilka, 1959). Para antropolog memaparkan "penilaian ambivalen" (Nelson 2008:14 dalam (Murray, 2017)) yang mengulas Okinawa memiliki budaya yang terpisah dari Jepang daratan yang tetap berinvestasi dalam wacana homogenitas etnisnya sendiri (Murray, 2017). Secara bahasa, masyarakat Okinawa tetap mempertahankan bahasanya meski digunakan di ruang komunikasi privat (Zabilka, 1959).

Selama 150 tahun terakhir, masyarakat Okinawa tetap dianggap sebagai kelompok yang berbeda dengan masyarakat Jepang daratan. Hal ini menyebabkan efek sosial dengan konsekuensi material yang berat, termasuk kemiskinan dan kelaparan, kerja paksa dan migrasi, serta wajib militer dan pendudukan (Nelson 2008: 12 dalam (Murray, 2017)). Meski dianggap berbeda, mereka tetap dibutuhkan. Dalam konteks industri pariwisata, anggapan Okinawa sebagai taman tropis yang eksotis (sebagai lawan dari penjajahan kolonial yang terbelakang) telah menopang "ledakan" budaya yang dibutuhkan untuk mendukung prefektur tersebut secara ekonomi.

Bergeser pada masa berakhirnya perang dunia pada Agustus 1945. Hal ini ditandai dengan menyerahnya Jepang setelah pemboman di Tokyo dan pusat kota Jepang lainnya, bom atom Hiroshima dan Nagasaki, dan invasi Soviet ke Manchuria, lebih dari 20 juta orang Cina, 3 juta orang Jepang, 3 juta orang di Hindia Belanda, dan 400.000 tentara dan warga sipil Amerika telah terbunuh. Pendudukan Sekutu di daratan Jepang (1945–1952) dan Okinawa (1945–1972) dikomandani oleh Amerika Serikat. Seiring dengan perlucutan senjata dan demiliterisasi skala luas, Pasal 9 Jepang dari konstitusi baru yang disahkan pada tahun 1947 menolak perang dan melarang pemeliharaan angkatan bersenjata. Namun, perkembangan pesat dalam Perang Dingin, terutama pecahnya Perang Korea, mendorong penataan kembali Jepang sebagai sekutu utama Amerika Serikat, dan mendorong langkah-langkah menuju remiliterisasi.

Pariwisata kemudian berevolusi dan beradaptasi agar sesuai dengan realitas politik yang berubah ini. Segera setelah tiba, tentara pendudukan memotret dan mengumpulkan souvenir, termasuk peringatan bom atom, di tempat-tempat yang mereka tempati atau kunjungi saat cuti. Tentunya dengan aktivitas pariwisata yang dilakukan, praktik wisata dan interaksi yang mereka hasilkan membantu mendukung terbentuknya hubungan persahabatan. Kemudian terbentuklah wacana wisata dalam konfigurasi ulang hubungan AS-Jepang dari "musuh" menjadi "sekutu" selama dan setelah pendudukan Sekutu. Sehingga dapat dilihat, setidaknya pada tingkat nasional, hubungan secara politis-pun mengalami perubahan, dan salah satunya dilandasi oleh aspek pariwisata.

"Wisata Gelap" berbasis perang (Lennon dan Foley: 2000 dalam (Murray, 2017)) yang digalakkan di selatan Jepang tumbuh secara mencolok saat disandingkan dengan konsep "lingkungan", pariwisata berbasis alam di Jepang daratan. Taku Suzuki, mencirikan "wisata trauma" pascaperang di Okinawa selatan sebagai "bukan transformasi bertahap atau linier dari tempat horor dan kesedihan menjadi tempat konsumerisme dan kesenangan" (Suzuki 2010: 16 dalam (Murray, 2017)). Dalam memahami jenis wisata ini, keindahan alam dibalut oleh kesedihan yang terjadi karena trauma masa lalu. Suzuki mengartikulasikan dorongan dan tarikan historis antara lokasi bekas pertempuran turis sebagai "duka yang tulus dari para korban dan komitmen serius terhadap pasifisme" dan sebagai situs yang sangat vulgar. Hal ini memperlihatkan bagaimana masa lalu yang begitu mencekam dan masyarakat tidak ingin lagi mengalami hal yang sama di masa yang akan datang. Contohnya terlihat pada *Himeyuri*, sebuah tugu peringatan perang yang dikunjungi oleh lebih dari 800.000 orang per tahun. Namun, perlu disadari bahwa pada akhirnya sebuah tempat wisata dapat mengalami perubahan mengikuti isu populer pada turis dan iklim politik yang berubah.

Hashimoto & Telfer, (2019) memaparkan, dalam aktivitas kunjungan turis ke Okinawa, masyarakat masih memiliki sentimen anti Jepang daratan. Tak jarang sentimen ini ditunjukkan oleh masyarakat atau pemandu wisata pada wisatawan. Untuk memahaminya Hashimoto & Telfer, (2019)

menjelaskan bahwa secara bahasa, Okinawa adalah masyarakat Jepang, namun secara personal mereka sangat dipengaruhi oleh pendatang China dan Taiwan. Dalam sejarahnya, Okinawa terus menerus ditundukkan atau ditaklukkan oleh China, Jepang, dan kemudian AS. Namun, seorang pensiunan Diplomat AS di Okinawa mengamati, 'rasa benci yang ditunjukkan masyarakat [Okinawa] tidak begitu kental ditujukan kepada masyarakat Amerika seperti halnya yang ditunjukkan pada masyarakat Tokyo [Jepang daratan]' (Conway dan Maher: 2012 dalam (Hashimoto & Telfer, 2019)).

Antagonisme rakyat Okinawa terhadap Jepang daratan berasal dari hilangnya Kerajaan Ryukyu, keterlibatan paksa rakyat Okinawa dalam Perang Asia-Pasifik, kegagalan militer Jepang untuk melindungi penduduk Okinawa dari invasi Amerika, menandatangani Perjanjian San Francisco dan membiarkan Amerika memerintah mereka hingga tahun 1972, dan kehadiran pangkalan militer Amerika berikutnya (Cooper: 2006, Figal: 2007, Eades dan Cooper: 2013 dalam (Hashimoto & Telfer, 2019)). Shimabuku (2012) melancarkan argumen yang menyentak, keberadaan militer Amerika Serikat tidak lebih dari kongsi kolonialisme antara Jepang dan Amerika Serikat. Kedua negara tersebut menurut Shimabuku (2012) memiliki kesamaan sikap, yaitu menekan kelompok minoritas. McArthur (1947) dalam Shimabuku mengatakan "tidak ada oposisi Jepang terhadap tindakan pengambilalihan Okinawa oleh Amerika Serikat, karena masyarakat Okinawa bukan masyarakat Jepang." Ushi Chinin (2002) dalam Shimabuku (2012) (Shimabuku, 2012) menulis dalam sebuah surat kabar "Kalau masyarakat Jepang [daratan] mampu mengungkapkan tentang rasa "Cinta Okinawa" dengan wajah sumringah, mengapa tidak membawa serta pangkalan militer Amerika pulang [sebagai cinderamata], dan seketika jawaban yang ada hanya diam."

Selama masa okupasi militer, masyarakat Okinawa dipinggirkan dengan todongan senapan dan dibiarkan kelaparan. Perilaku bejat ini pun juga tidak mendapatkan ganjaran hukum hingga saat ini (Shimabuku: 2012). Pemberontakan terbuka di Okinawa melawan pemerintah Jepang, untuk menjadi negara berdaulat merdeka terjadi setelah aneksasi pada tahun 1609, dalam bentuk gerakan protes. Matsushima (1971) dan Miyagishima (1971) dalam Hashimoto & Telfer, (2019) berpendapat bahwa sejarah penaklukan Okinawa telah membentuk mentalitas masyarakat Okinawa di mana mereka harus menyesuaikan diri dengan identitas yang dapat diterima oleh penindas mereka. Pemerintah Jepang memperlakukan orang Okinawa seolah-olah mereka adalah kasta sosial terendah atau bahkan orang asing, dan oleh karena itu orang Okinawa harus bekerja lebih keras untuk diakui dan diterima sebagai masyarakat Jepang (Matsushima 1971; Meguro 2012 dalam (Shimabuku, 2012)). Lebih lanjut Shimabuku (2012) menjelaskan, dengan meruntuhkan posisi Okinawa menjadi dikotomi negara Jepang versus Amerika Serikat, Jepang dapat meraup keuntungan dari politik AS-Jepang dengan melempar tanggung jawab. Saat masyarakat Okinawa menyampaikan keluhannya kepada Amerika Serikat, Amerika Serikat secara otomatis menjawab bahwa Okinawa harus membawa masalahnya ke hadapan pemerintahnya sendiri, sehingga mengabaikan masalah tersebut sebagai masalah internal negara Jepang. Karena Amerika Serikat hanya akan melakukan pembicaraan bilateral antara Amerika Serikat dan Jepang. Namun, ketika masyarakat Okinawa memprotes Pemerintah Jepang, mereka hanya membuat pengalihan isu dengan dalih protes menjadi masalah politik konservatif versus progresif internal negara-bangsa, dan sepenuhnya mengabaikan konteks masalah sebagai masalah dominasi kolonial Jepang *vis-à-vis* Okinawa yang terjadi terlepas dari politik partai. Akibatnya, masalah Okinawa dengan mudah menemui jalan buntu - ditanggihkan di begitu saja - meninggalkan Okinawa ditunggangi dengan pangkalan selama lebih dari 60 tahun.

Setelah Perang Dunia Kedua, beberapa masyarakat Okinawa berpikir bahwa Amerika telah membebaskan mereka dari penindasan militer Jepang, tetapi imajinasi tersebut itu segera menghilang di bawah pendudukan militer AS yang lebih menindas. Pada bulan Juni 1950, pecahnya konflik di Korea memperlihatkan bahwa Amerika Serikat melihat Okinawa sangat penting berdasarkan lokasinya bagi strategi politik global, pesawat yang bersarang di Okinawa berjarak beberapa jam perjalanan dari pantai Cina. Kongres Amerika Serikat kemudian menyetujui rencana induk untuk mengubah pos strategis menjadi benteng yang tangguh. Miliaran dolar disisihkan untuk melakukan

aktivitas tersebut. Wajah Okinawa berubah dalam sekejap. Program konstruksi bernilai jutaan dolar dileburkan untuk menjadi material pembangunan dipulau tersebut (Zabilka, 1959).

Meskipun banyak masyarakat Okinawa percaya bahwa Kaisar Hirohito menjual Okinawa ke Amerika Serikat melalui Perjanjian ini (Miyagishima 1971; Meguro:2012 dalam (Hashimoto & Telfer, 2019)). Pada masa pemindahan kembali kekuasaan dari Amerika Serikat kembali Jepang, suara-suara untuk mengembalikan Okinawa ke Amerika Serikat jarang terdengar (NHK: 2004 dalam (Hashimoto & Telfer, 2019)). Taman Perdamaian Okinawa mencerminkan emosi yang kompleks terhadap pemerintah Jepang. Okinawa tidak diberi pilihan tapi dianeksasi secara paksa oleh Jepang atau diperintah oleh militer Amerika Serikat. Meguro (2012) dalam (Hashimoto & Telfer, 2019) berpendapat bahwa wacana kemarahan dan penghinaan, persetujuan dan ketidakpercayaan adalah dasar dari hubungan yang 'bengkok' antara pemerintah Okinawa dan pemerintah Jepang. Bentuk hubungan ini dapat dilihat sebagai bentuk permainan hegemoni antara pemerintah Amerika Serikat dan Jepang dalam melihat masyarakat Okinawa sebagai pihak yang tidak berdaya. Masyarakat Okinawa dipaksa menerima kerugian yang telah diderita tanpa kejelasan sikap dari pihak Jepang maupun Amerika Serikat.

Komodifikasi Wisata Okinawa

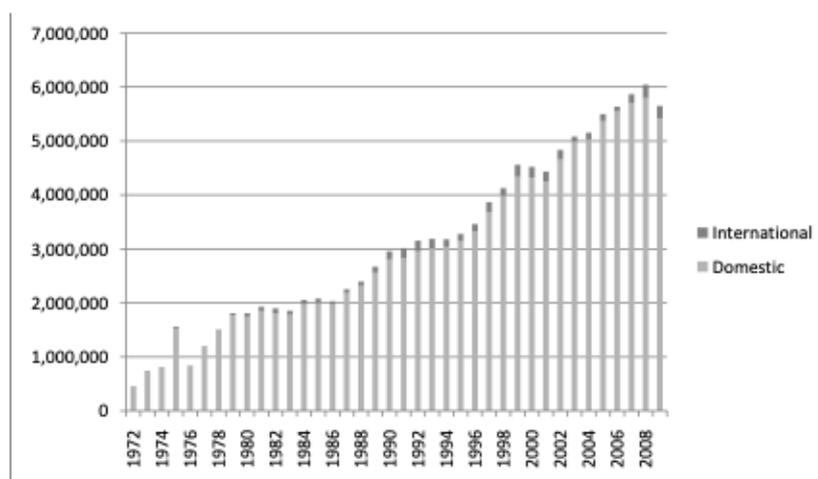
Peperangan, perdamaian, dan pariwisata jika dipandang dari luar merupakan 3 konsep yang tidak dapat menjadi padu. Elliot dan Milne, (2019) menjelaskan, secara umum konsep peperangan modern melibatkan negara, etnik, kelompok agama, organisasi teroris dan aktor non negara sebagai pelaku utama dari konflik peperangan. Usainya sebuah peperangan ditandai dengan perjanjian damai atau penaklukan disebut dengan masa damai. Pada masa damai ini, aktivitas pariwisata aktif sebagai salah satu pendorong pengembangan ekonomi dari sebuah daerah. Pada konteks Okinawa, pasca perang dunia ke dua, pariwisata Okinawa pun ikut beradaptasi dengan keadaan politik (Elliot & Milne, 2019).

Pembangunan infrastruktur merupakan vital dalam menghubungkan wisatawan dari gerbang transportasi ke tujuan mereka. Hubungan udara awalnya terbatas hanya pada empat wilayah metropolitan terbesar di Jepang semakin diperluas. Selama ini, distribusi spasial resor juga mulai berubah, awalnya terletak di tengah Pulau Okinawa dan Pulau Ishigaki, kemudian menyebar ke luar ke daerah baru. Meski demikian Okinawa secara historis mengalami ketertinggalan pengembangan ekonomi sebagai bagian dari teritori Jepang.

Perubahan jenis resor dan hotel yang dikembangkan juga mencerminkan perubahan jenis wisatawan yang masuk ke Okinawa. Beberapa tahun pertama pemerintahan Jepang menyaksikan pertumbuhan industri pariwisata yang lambat, karena wisatawan tidak terbiasa dengan Okinawa sebagai tujuan wisata. Ini tidak akan berubah sampai Pameran Kelautan 1975 yang diadakan di Okinawa dan dipamerkan kepada khalayak nasional, aset intrinsik prefektur yang tidak dapat ditemukan di sebagian besar daratan Jepang. Sebagian besar wisatawan domestik generasi pertama datang ke Okinawa melalui paket wisata dan tinggal di resor awal yang terisolasi, mandiri, dan dirancang untuk menyediakan lingkungan yang akrab bagi wisatawan daratan. Tingkat kontrol yang tinggi atas pergerakan wisatawan serta lingkungan yang mereka kunjungi mencerminkan aspek psikosentris yang kuat dari fase pariwisata massal tahun 1980-an dan 1990-an (Nguyen, 2017).

Pada awal abad kedua puluh satu, perkembangan pariwisata Okinawa mulai matang. Jalur udara mulai berkontraksi dan pengembangan kawasan resor baru mencapai klimaks karena hotel sekarang ditemukan di setiap distrik, bahkan di yang jauh seperti Kepulauan Iriomote dan Yonaguni. Hotel-hotel baru ini juga berbeda secara signifikan, jauh lebih kecil daripada resor-resor besar yang didirikan pada 1970-an dan 1980-an. Pada tahun 1972, Jepang merencanakan rangkaian rencana pembangunan ekonomi, dimulai dengan promosi dan rencana pembangunan. Pada Marine Expo tahun 1975, mulai terlihat bagaimana potensi Okinawa dalam bidang pariwisata. Pertama, pada Marine Expo Okinawa dilihat memiliki peluang pada kondisi iklim tropis, pantai perawan, dan alamnya yang alami. Kedua, pada Marine Expo digagas rencana membuat jaringan transportasi yang

bertujuan menghubungkan sungai dan pesisir pantai sehingga dapat menguntungkan dan memacu sektor pariwisata. Pembangunan Okinawa gelombang dua hadir pada tahun 1982, pengembangan wisata masih berfokus pada pengembangan regional (Nguyen, 2012). Pada tabel 1, dapat dilihat pertumbuhan pariwisata di Okinawa mengalami tren peningkatan gelombang pengunjung. Hal ini memperlihatkan bahwa Okinawa memiliki potensi wisata yang diminati oleh turis. Aktivitas pariwisata di Okinawa pada umumnya berdurasi panjang. Rata-rata wisatawan tinggal di Okinawa selama 3,8 hari. Menurut laporan Recruit Ltd., dalam (Ide, 2012), turis merasa puas dengan aktivitas berwisata selama di Okinawa karena keramahan masyarakatnya. Kepuasan turis ini juga dapat diukur melalui pendapatan Okinawa yang mencapai 4,50 triliun Yen yang mampu menyaingi Hokaido.



Sumber: David Nguyen (2012) *Tourism Development in Okinawa: Spatial and Temporal Patterns*

Gambar 1. Pertumbuhan turis yang memasuki Prefektur Okinawa dari tahun 1972 hingga 2010

Bentuk pariwisata Okinawa merupakan perpaduan antara warisan perang dan keindahan wilayah tropis dalam pengemasan produk pariwisata di Okinawa. Pandangan orang Jepang telah membentuk komodifikasi pulau untuk konsumsi turis, menimbulkan pertanyaan tentang otonomi dan keaslian dalam produksi "warisan" dan lingkungan binaan di Okinawa saat ini. Secara praktis Jepang daratan menggunakan bagian Selatan wilayah tropis yang eksotis terletak nyaman dalam batas-batas politik dan bahasa Jepang. Dengan kata lain, identifikasi budaya dan sejarah lokal Okinawa dengan Kerajaan Ryukyu pramodern yang independen—seringkali dengan nuansa politik—hidup berdampingan dalam ketegangan dengan Okinawa yang ingin dijual sebagai "Hawaii Jepang" untuk pembangunan ekonomi lokal yang semakin terkait dengan pariwisata di dalam prefektur (Figal:2008) (Figal, 2008).

Wawasan pariwisata di Okinawa dalam reka cipta "Turis Okinawa" untuk melihat keadaan pascaperang sebagai pertemuan antara representasi perang, rekreasi Kerajaan Ryukyu, dan fantasi daerah tropis. Pertemuan ini, dapat dilihat sebagai negosiasi antara kepentingan emosional dan ekonomi, antara representasi diri lokal dan ekspektasi pengunjung, antara keyakinan historis dan kecakapan pemasaran. Semuanya membentuk "Pariwisata Okinawa" yang cenderung dibedakan oleh orang Okinawa dari "Okinawa yang sebenarnya".

Kampanye ini pada akhirnya tetap menekankan Okinawa sebagai resor tropis. Catatan penting yang perlu dilihat adalah foto-foto atau gambar yang dilihat hanyalah bentuk normalisasi dari fakta yang hadir pada sebuah. Gambar atau foto yang dipublikasikan mengenai eksotisme Okinawa pada akhirnya memunculkan anggapan seolah 'masyarakat Okinawa telah hidup dengan cara yang demikian dari sejak lama'. Bagi turis, mereka dapat memilih hotel yang diperkenalkan dalam buku panduan, makan di beragam jenis restoran populer dan mengambil gambar di tempat yang sama persis

dengan yang diperkenalkan di majalah atau brosur perjalanan wisata (Tanaka, Bergstrom, & Shmyglo, 2003).

Poin penting lainnya, masyarakat ‘dipaksa’ untuk hidup seperti yang digambarkan media tentang Okinawa. Dipengaruhi oleh cara media menggambarkan mereka, mereka mungkin mencoba menyesuaikan diri dengan peran imajiner. Mereka cenderung beranggapan bahwa lagu, tarian, dan produk mereka merupakan warisan dari nenek moyang, padahal bisa jadi merupakan produk komersil baru-baru ini. Bagi pemerintah Jepang, Okinawa dilihat sebagai daerah yang penuh gairah. Terdapat beragam festival, konser musik, dan pameran yang diadakan setiap tahun di Okinawa dan banyak di antaranya disiarkan oleh media di dalam dan di luar Okinawa. Kastil Shuri, merupakan salah satu objek yang direkonstruksi dan telah menjadi salah satu tempat wisata paling populer di Pulau Okinawa. *Eisa* atau tarian festival tradisional Okinawa, yang dulunya ditarikan oleh pria dan wanita muda di malam hari hanya selama festival pertengahan musim panas, kemudian hari dipopulerkan dan sekarang dipertunjukkan oleh masyarakat dari segala usia kapan saja sepanjang hari, sepanjang tahun. Bahkan telah dimasukkan ke dalam kurikulum sekolah. Padahal, *Eisa* sepertinya sudah menjadi simbol budaya Okinawa (Tanaka et al., 2003).

Pengelolaan pariwisata telah mengubah beragam aspek kehidupan masyarakat. Objek sebagai salah satu aspek yang dikonsumsi oleh pengunjung [turis] memaksa terbentuknya citra yang sesuai dengan selera dari turis. Dengan dalih budaya dan ekonomi, terdapat upaya penyelundupan kekuasaan dan/ atau kekerasan yang dibiarkan. Okinawa pada era kontemporer terletak diawasi oleh ‘mata’ terus memantaunya. Sementara alam dan budaya Okinawa yang meriah dikagumi dan dikonsumsi dalam wacana media, sedangkan hal yang menjadi kontraposisinya (kekerasan dan peperangan) dikaburkan dan dilupakan (Tanaka et al., 2003).

Kemampuan imaji budaya dalam membungkus peperangan dan kematian tidak dapat dipungkiri. Dilansir dari sp.heiwa-irei-okinawa.jp yang merupakan situs pengelola taman memorial perdamaian prefektur Okinawa menjelaskan sebagai berikut:

“...Di Taman Peringatan Perdamaian, foto dan objek masa perang ditampilkan di Museum Peringatan Perdamaian, dan nama-nama mereka yang tewas selama pertempuran Okinawa tertulis di monumen "Batu Penjuru Perdamaian". Terdapat Patung Peringatan Doa Perdamaian yang berdoa untuk jiwa-jiwa mereka yang terbunuh dalam perang dan untuk perdamaian dunia yang abadi juga dapat ditemukan di situs tersebut, dan Mausoleum Tanda Kematian Perang, bersama dengan 50 monumen dari prefektur dan organisasi lain dialokasikan di Bukit Mabuni di wilayah selatan taman.

Banyak orang mengunjungi taman suci taman, seperti turis dari Jepang dan luar negeri, kelompok yang terkait dengan korban perang, dan siswa dalam perjalanan sekolah, menjadikan Taman Peringatan Perdamaian sebagai situs wisata utama. Pada hari libur, keluarga berduyunduyun ke daerah tersebut untuk bermain permainan bola, piknik dan menikmati berbagai kegiatan rekreasi lainnya di rumput terbuka.

Kami di Taman Peringatan Perdamaian Okinawa berusaha keras untuk memelihara sebuah taman yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan dari semakin banyaknya orang yang datang berkunjung, memberikan tamu kami pengalaman yang memuaskan, sambil secara bersamaan mempersembahkan doa kami untuk perdamaian dunia yang kekal dan mempromosikan peran taman dalam menyampaikan pesan tersebut, kedamaian bagi dunia.”

Pernyataan publik ini menarik untuk dipahami bahwa bersepakat dengan definisi wisata gelap. Pengunjung dengan senang hati mengunjungi objek wisata, berkabung, bermain, dan menikmati alam yang disuguhkan dalam satu perasaan yang rumit. Wisatawan dapat menikmati tempat wisata meski hubungan tempat tersebut adalah dengan kematian dan penderitaan. Wisatawan tetap dapat menikmati pemandangan alam, dan pengelola tempat wisatawan menjamin pengalaman yang memuaskan yang akan didapatkan saat mengunjungi tempat tersebut.

Simpulan

Eksotisme pariwisata Okinawa memiliki nilai tawar lebih dengan kondisi iklimnya yang tropis. Okinawa dengan ‘keunikan’ budayanya mampu menyajikan suguhan pariwisata berbasis alam dan budaya yang menyatu dalam teritorinya yang berbentuk kepulauan. Dengan latar belakang historis yang kelam, keberadaan pariwisata mampu menjadi cahaya yang menutupi kelamnya masa lalu Okinawa.

Berdasarkan bentuk komodifikasi skala besar dalam pariwisata, Jepang sebagai negara berusaha mempertahankan identitasnya sebagai negara dengan satu identitas. Meski konsep identitas mono etnik yang “dijual” oleh Jepang telah dibantah dengan argumentasi kebudayaan Okinawa berbeda dengan kebudayaan Jepang daratan, hal ini tidak diindahkan atau dianggap sebagai identitas pembeda. Pada praktik lapangan, perbedaan ini tetap dapat terlihat dalam bentuk diskriminasi dan tekanan yang dirasakan oleh penduduk Okinawa. Secara konkret kepulauan Okinawa banyak bergantung secara ekonomi pada pemerintah pusat Jepang, sehingga keindahan alam dan “keaslian budaya” Okinawa dianggap sebagai hal yang eksotis dan dapat dikomodifikasi sebagai objek wisata.

Dalam memetakan hubungan yang terbentuk antara perang dan pariwisata penting untuk dipahami wacana pariwisata secara kritis, keberadaan suatu destinasi pariwisata tidak dapat membuat seseorang menjadi abai dalam memahami bahwa ada konteks destinasi pariwisata tersebut. Dalam meninjau kembali hubungan perdamaian dan pariwisata, terdapat bayang-bayang yang membuat pagar antara realitas masa lalu dengan bungkus pariwisata yang terlihat sebagai objek untuk dikunjungi dengan bungkus ekonomi dan kebahagiaan.

Daftar Pustaka

- Bryman, A. (2012). *Social Research Method* (4th ed.). United Kingdom: Oxford University Press.
- Cohen, E. (1972). *Toward a Sociology of International Tourism*. *The Johns Hopkins University Press*.
- Cohen, E. (2011). *Educational dark tourism at an in populo site: the holocaust museum in Jerusalem*. *Annals of Tourism Research*.
- Elliot, A., & Milne, D. (2019). War, Tourism, and Modern Japan. *Japan Review* 33(Special Issue), 3–28
- Figal, G. (2008). *Between War and Tropics: Heritage Tourism in Postwar Okinawa*. *University of California Press*.
- Hashimoto, A., & Telfer, D. J. (2019). Contested geopolitical messages for tourists at the Okinawa Peace Park and memorials. *Japan Forum*, 31:3, 378-407. doi:DOI: 10.1080/09555803.2018.1451354
- Hones, G. (2000). Japan and tourism. *Geographical Association*.
- Ide, A. (2012). Future Tourism in Hokkaido with a Comparison to Current Tourism in Okinawa. *Evolutionary and Institutional Economics Review* doi:doi.org/10.14441/eier.9.S101
- Lisle, Richard J, Leyshon, Peter R, Lisle, Richard J., & Leyshon, Peter R. (2004). *Stereographic projection techniques for geologists and civil engineers* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- May, V. J. (1985). Changing patterns of tourism in Japan. *Geographical Association Vol. 70, No. 3* 250-251.
- Murray, A. E. (2017). *Footprints in Paradise: Ethnography of Ecotourism, Local Knowledge and Nature Therapies in Okinawa*. *Berghahn Books*.
- Nguyen, D. N. (2012). *Tourism Development in Okinawa: Spatial and Temporal Patterns*. University of Hawai'i,
- Nguyen, D. N. (2017). An archipelagic tourism development model: the case of Okinawa Prefecture. *Asian Geographer*, 34:1, 39-57. doi:DOI: 10.1080/10225706.2017.1323654
- Ruoff, K. (2019). *Wartime, War-Related, and National Heritage Tourism in Japan: Where Do We Go From Here?* *National Institute for the Humanities*

- Shimabuku, A. (2012). *Transpacific Colonialism: An Intimate View of Transnational Activism in Okinawa*. Michigan State University Press
- Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary Journal*, 54 (2), 145–160.
- Tada, O. (2015). Constructing Okinawa as Japan's Hawai'i: From Honeymoon Boom to Resort Paradise. *Japanese Studies*, 35:3, 287-302. doi:DOI: 10.1080/10371397.2015.1124745
- Tanaka, Y., Bergstrom, J., & Shmyglo, O. (2003). The media representation of 'Okinawa' and US/Japan hegemony. *Inter-Asia Cultural Studies*, 4:3, 419-432.
- Tarlow, P. E. (2005). *Dark tourism: the appealing 'dark' side of tourism and more*. Oxford: Elsevier, 47–57.
- Watson, G. L., & Kopachevsk, J. P. (1994). *Interpretation of Tourism as Commodity*. Pergamon: USA.
- Zabilka, G. (1959). *Custom and Culture of Okinawa*. Bridgeway Press.