**STRATEGI *FUKUTAKE FOUNDATION* DALAM MENINGKATKAN CITRA KEPULAUAN SETO JEPANG MELALUI *SETOUCHI TRIENNALE***

**Robiatul Nur Adawiah[[1]](#footnote-1)**

***Abstract:*** *The Setouchi Triennale is a contemporary art festival held by the Fukutake Foundation in the Japanese Seto Inlands to assist in revitalizing areas that are already experiencing depopulation. The results of this research using the theory of nation branding that the strategies used by the Fukutake Foundation to increasing the image of the Japanese Seto Islands through the Setouchi Triennale, there are three types of strategies; strategies for strengthening aspects of tourisms, strengthening in aspects of society, and strengthening in aspects of culture and cultural heritage*

***Keywords: Images, Setouchi Triennale, Fukutake Foundation, Japan***

**Pendahuluan**

Kawasan perairan di kepulauan Seto sejak periode Edo sekitar tahun 1600 - 1868 dikenal sebagai kawasan perairan yang padat dan penting di Jepang, karena sebagai jalur perdagangan dan jalur koresponden bagi negara lain yang akan memasuki kawasan Jepang. Kawasan ini memiliki banyak pulau-pulau kecil, namun banyak yang tidak berpenghuni. Beberapa pulau yang ada di wilayah laut pedalaman Seto ialah pulau Naoshima, Teshima, Megijima, Ogijima, Shodoshima, Oshima, Inujima, Shamijima, Honjima, Takamijima, Awashima, Ibukikima, dan lain sebagainya. Dengan kata lain, pulau - pulau yang termasuk dalam kawasan tersebut diberi nama kepulauan Seto. (afe.easia.columbia.edu, 2009)

Dengan padatnya arus tersebut, wilayah kepulauan Seto mengalami pertukaran budaya sehingga memiliki budaya yang beragam. Laut pedalaman Seto beserta pulaunya pun menjadi terkenal di masa periode Edo dan membentuk citra yang baik bagi kawasan tersebut. hal ini tergambarkan dari wilayahnya yang strategis sebagai jalur perdagangan daerah dan negara, keindahan laut serta panorama alam lainnya yang terkenal, kawasan perairan dengan navigasi laut yang baik, dan kebudayaan yang beragam di pulau-pulau laut pedalaman Seto. Pandangan positif tersebut juga dipaparkan oleh Donald Richie, salah satu pengamat dari Amerika yang mempelajari budaya dan orang-orang Jepang. (Richie, 1971)

Lalu seiring dengan perkembangan globalisasi, Jepang mengalami evolusi teknologi dan industri di era tahun 1960an. Terjadi peningkatan pada tingkat produksi dari industri tersier dan sekunder. Meskipun memberikan dampak positif pada 2 jenis industri tersebut, terdapat dampak negatif yang dialami industri primer, dimana industri ini melingkupi perikanan, pertanian, perkebunan dan sektor usaha lainnya. Industri primer menurun selama tahun 1960 - 2000an. terlihat dari persentase pada tahun 1965, industri primer hanya berkisar 7,4% jika dibandingkan dengan industri sekunder yang menembus 40% dan industru tersier 52,6%. Rasio diantara 3 industri tersebut tidak banyak berubah hingga tahun 2002. Industri primer menurun drastis hingga menjadi 0,85% dan berlaku sebaliknya untuk 2 industri lainnya yang justru mengalami peningkatan. hal ini pula lah yang menimbulkan pencemaran lingkungan akibat limbah pabrik illegal dan pengerukan wilayah pesisir yang akhirnya juga mempengaruhi kualitas sosial dan ekonomi masyarakat lokal di kepulauan Seto. (emecs.or.jp, no year)

Selain pencemaran yang mempengaruhi perekonomian masyarakat, pengembangan industrialisasi di daerah pesisir dan perkotaan besar membuat mendorong terjadinya aktivitas urbanisasi. Hal ini mengakibatkan jumlah penduduk yang berangsur berkurang lantaran melakukan migrasi untuk mencari pekerjaan dan standarisasi kehidupan yang lebih layak. Bahkan kepulauan Seto kerap kali dianggap seperti kawasan tak berpenghuni dan tertinggal karena hanya penduduk lansia yang tersisa di pulau-pulau tersebut. Contohnya seperti di pulau Naoshima yang telah menurun lebih dari 17% hingga pada tahun 2010 hanya berjumlah sekitar 3.227 orang.

Dampak urbanisasi juga mendorong terjadinya *aging society,* yaitu sebuah fenomena yang terjadi di suatu wilayah dimana para penduduknya dominan tergolong lansia. Ciri-ciri yang terlihat ialah dari usia rata-rata penduduk yang ada, yaitu diatas 60 tahun. Sebagai contoh populasi di pulau Naoshima dengan usia 65 tahun yang meningkat dari 24 menjadi 33%, kemudian pulau Inujima dengan usia rata-rata 74 tahun yang berjumlah 47 orang pada tahun 2010. (Yushi, 2017). Penuaan penduduk merupakan sebuah kecenderungan yang terjadi sebagai dampak dari perubahan struktur usia, dimana angka kelahiran terus mengalami penurunan. Di sisi lain, menurunnya nilai-nilai kebudayaan yang semakin membuat citra kepulauan Seto menurun seiring waktu. (*Garden with Foreign Species for Depopulated Island)*

Namun, tidak banyak upaya yang dilakukan pemerintah lokal dalam menangani permasalahan tersebut. Salah satunya ialah pemerintah lokal prefektur Kagawa. Akan tetapi, pemerintah Kagawa lebih memfokuskan untuk menangani pencemaran lingkungan dan perawatan untuk para lansia. (*Overview of Workshop on Improving Maternal Health*) Maka dari itu, guna mendukung upaya dari pemerintah Kagawa, sebuah organisasi non pemerintah bernama *Fukutake Foundation* ikut mengambil peran dalam menangani masalah yang dialami penduduk lokal pulau serta meningkatkan kembali citra kawasan kepulauan Seto. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan *Fukutake Foundation* ialah ialah mengadakan seni internasional bernama *Setouchi Triennale.*

*Setouchi Triennale* ialah festival internasional seni kontemporer yang pertama kali diadakan pada tahun 2010 dan berlanjut setiap 3 tahun sekali selama 3 musim di setiap penyelenggaraannya. Dengan cara yang berbeda, *Setouchi Triennale* bertujuan untuk mengubah kawasan pulau-pulau di laut pedalaman Seto menjadi kawasan yang identik dengan nilai seni budaya yang tinggi. Festival ini memiliki tema "Restorasi Laut". lebih dari sekedar festival seni, *Setouchi Triennale* adalah wadah yang dirancang untuk berkumpulnya para individu atau komunitas dengan tujuan membangun dan memperbaharui kualitas wilayah kepulauan Seto di Jepang.

Pada tahun 2010, festival ini menjadikan 7 pulau di kawasan laut pedalaman Seto Jepang sebagai wadah instalasi seni yang bersifat kontemporer dan permanen. Pulau-pulau tersebut yaitu Naoshima, Teshima, Megijima, Ogijima, Shodoshima, Oshima, dan Inujima. Lalu di tahun 2013 terdapat penambahan 7 pulau sebagai area instalasi, yaitu Honjima, Shamijima, Takamijima, Awashima, Ibukijima, Takamatsu Port dan Uno Port. Hingga tahun 2016 dan 2019, *Setouchi Triennale* masih menetapkan 12 pulau beserta 2 pelabuhan di kawasan sekitar laut pedalaman Seto. (Biennial Foundation, 2010)

**Kerangka Teori**

***Nation Branding***

Menurut Simon Anholt, *Nation Branding* adalah cara untuk membentuk persepsi terhadap suatu target kelompok masyarakat. *Nation Branding* mengacu pada sebuah strategi untuk membangun citra negara yang didukung, diperkuat dan diperkaya dengan tindakan komunikasi, oleh suatu negara kepada seluruh dunia. *Nation Branding* dibangun untuk menghasilkan kualitas emosional atau dalam bentuk persepsi, yang dapat disimbolkan baik secara verbal maupun visual dan dapat dipahami oleh masyarakat.(Anholt, 2007)

*Nation Branding* menjadi salah satu cara yang dilakukan negara untuk berkompetisi dalam mengembangkan konsumen global seperti perdagangan dan pariwisata yang berpotensi dalam nilai ekonomi, pengembangan budaya nasional dan wilayah territorial yang secara bertahap dapat dimonetisasi secara berkesinambungan. Cara lain yang dapat dilakukan dalam *Nation Branding* seperti pengadaaan pameran internasional yang dilakukan pada akhir abad ke 19. Pameran melalui penafsiran artistik menjadi salah satu diantara banyaknya cara dalam pembentukan persepsi masyarakat internasional. (Melissa, 2003)

Kemudian dalam membentuk perspektif suatu target kelompok masyarakat tertentu, menurut Simon Anholt terdapat 6 aspek dalam *Nation Branding* yang semestinya dikembangkan agar potensi dari suatu negara dapat diolah dengan maksimal. Enam aspek tersebut ialah: pariwisata, ekspor, masyarakat, pemerintahan, kebudayaan dan warisan budaya, serta investasi dan imigrasi. (Robert, 2011)

1. *Eskport* (Ekspor): Menunjukkan citra public terhadap produk barang dan jasa sebuah negara, serta mengukur permintaan produk dari negara tersebut oleh konsumen.
2. *Governance* (Pemerintahan): Menggambarkan opini punlik terhadap sebuah negara terkait kompetensi, keadilan, komitmen mengatasi masalah global dan kepercayaan publik pada pemerintah.
3. *Culture and Heritage* (Kultur dan Warisan Budaya): Mengukur persepsi global terhadap warisan dan budaya negara, peninggalan masa lampau juga penghormatan terhadap budaya saat ini. Sedangkan aspek budaya kontemporernya dapat berasal dari musik, film, seni dan sastra yang disajikan dalam bentuk kegiatan budaya kepada responden untuk mengukur gambaran terkuat mereka tentang 'produk' suatu negara.
4. *People* (Masyarakat): Mengukur reputasi masyarakat, terkait kompetensi, pendidikan, keterbukaan dan keramahan, serta melihat derajat diskriminasi dan eksklusi di sebuah masyarakat bangsa.
5. *Tourism* (Pariwisata): Mengukur tingkat ketertarikan publik mengunjungi negara tersebut. Para wisatawan menilai daya tarik wisata suatu negara dengan 3 hal yaitu keindahan alam, bangunan bersejarah dan monumen. Potensi wisata juga perlu dibentuk agar mengetahui seberapa besar kemungkinan wisatawan akan mengunjungi suatu negara jika uang bukan menjadi objek utama, dan kemungkinan cenderung untuk mendapatkan kepuasan psikologi seperti spiritual, romantisme, pelepas stress dan lain sebagainya
6. *Investment and Immigration* (Investasi dan Imigrasi): Mengukur tingkat ketertarikan publik untuk tinggal dan belajar di negara tersebut, sekaligus menunjukkan kondisi sosial dan ekonomi negara tersebut.

*Nation Branding* dapat membentuk atau meningkatkan citra suatu negara di mata dunia internasional, dimana dengan adanya reputasi yang baik di negara lain dapat memberikan manfaat berupa meningkatkan daya saing suatu negara, merangkul berbagai aktivitas baik politik, olahraga, bisnis hingga kebudayaan. Selain itu dapat memajukan ekonomi atau politik suatu negara. Dengan kata lain, pembentukan sebuah citra yang baik dapat meningkatkan eksistensi sebuah negara di tatanan dunia internasional, termasuk strategi *Fukutake Foundation* yang ingin meningkatkan citra kepulauan Seto Jepang melalui festival seni *Setouchi Triennale*. Meningkatkan citra yang ada di kepulauan Seto dinilai penting karena jika citra kawasan tersebut positif, maka semakin besar pula peluang bagi kepualuan Seto untuk memperbaiki keadaan social ekonominya, mengingat ada beberapa faktor yang dapat membantu merevitalisasi kawasan melalui aspek nation branding, yaitu pariwisata, pemerintah, masyarakat, migrasi dan investasi serta kultur dan warisan budaya.

***Non Government Organization***

Pada tahun 1945, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menciptakan istilah *Non Government Organization* (NGO) atau organisasi non-pemerintah terutama karena kegagalan pemerintah dan pasar di negara berkembang. Menurut Edwards dan Hulme, NGO muncul untuk melakukan proyek-proyek yang sebelumnya dilakukan oleh lembaga-lembaga pemerintah di negara-negara berkembang, sehingga melalui NGO pemerintah di negara-negara berkembang telah mampu menyalurkan sejumlah besar uang dengan tujuan mendanai proyek-proyek di dalam dan luar negeri.

Dalam hal ini, NGO melayani dengan berbagai cara untuk memenuhi berbagai fungsi dan kadang-kadang digunakan sebagai perantara untuk menyalurkan dana dan dalam pelaksanaan proyek kepada individu lokal atau komunitas lokal. Oleh karena itu, karena meningkatnya peran NGO ini banyak pemerintah di negara-negara berkembang telah mengakui mereka sebagai mitra dalam pembangunan dan mengandalkan mereka untuk pelaksanaan beberapa proyek, daripada di satu sisi hanya bergantung pada lembaga pemerintah.

Demikian pula, Brown dan Korten berpendapat bahwa kegagalan negara menciptakan situasi di mana NGO muncul sebagai respons inovatif terhadap berbagai jenis masalah. Di sisi lain, Anheier juga berpendapat bahwa NGO mampu memberikan layanan yang lebih ekonomis daripada pemerintah. Selain itu, NGO tidak mencari keuntungan untuk layanan mereka dan mereka melakukan proyek-proyek mereka dengan biaya tenaga kerja lebih rendah daripada pengusaha karena mereka bergantung pada input lokal secara sukarela.

Berdasarkan argumen semacam ini, kegagalan dari proyek-proyek yang ditangani NGO jika dibandingkan dengan pemerintah maka memiliki konsekuensi yang kecil pada ekonomi secara keseluruhan, karena hampir semua proyek yang dipimpin NGO dilakukan di tingkat mikro. Sebaliknya, dalam kasus kegagalan pemerintah atau pasar, permintaan yang tidak puas akan barang atau layanan publik yang semacam itulah yang menarik munculnya peran NGO. Oleh karena itu, NGO dapat memenuhi kebutuhan yang tidak terpenuhi seperti perawatan kesehatan, pekerjaan sosial atau layanan pendidikan. Selain itu, James mengklaim bahwa semakin heterogen suatu masyarakat, maka semakin kondusif bagi kemunculan NGO. (Anheier, 2005)

Masyarakat dan komunitas lokal adalah jantung dari keberadaan NGO. Terlepas dari masalah yang mereka tangani, semua NGO diciptakan untuk membuat kehidupan masyarakat yang lebih baik dan lebih kuat. Namun NGO bisa menjadi lebih dari sekedar organisasi kemanusiaan untuk meringankan penderitaan masyarakat lokal, mereka juga bisa menjadi organisasi pemberdayaan untuk memacu masyarakat atau komunitas lokal dalam mewujudkan aspirasi mereka untuk kehidupan dan komunitas yang lebih baik. Untuk mencapai potensi ini, NGO perlu memberikan pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan diri kepada anggota masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri serta melakukan advokasi.

NGO mendefinisikan komunitas lokal dengan cara yang berbeda. Bagi sebagian orang, komunitas berarti wilayah geografis - lingkungan, desa, kota, atau wilayah. Selain itu, komunitas juga dpaat mengacu pada anggota etnis minoritas, kelompok bahasa, kelompok umur atau identitas gender tertentu. Berikut adalah cara untuk memperkuat eksistensi NGO di lingkup masyarakat:

Mendidik komunitas lokal tentang masalah yang ada di wilayah tersebut

Melayani sebagai pembawa pesan dalam kampanye pendidikan untuk publik.

Melakukan advokasi dengan pemerintah atau pejabat terpilih dan dengan menghadiri pertemuan atau memberikan kesaksian.

Memobilisasi orang lain untuk terlibat, berbicara dan mengambil tindakan

Selain itu, NGO perlu membangun hubungan dengan pemerintah yang ada di kawasan tersebut. Kadang, hubungannya mungkin konfrontatif; di lain waktu mereka mungkin kooperatif. Peran NGO adalah meminta pertanggungjawaban pemerintah. kadang-kadang, sebuah NGO mungkin memantau badan pemerintah tertentu atau pejabat terpilih untuk memastikan mereka melakukan pekerjaan mereka dan menggunakan sumber daya publik dengan tepat. jika tidak, saat itulah LSM perlu angkat bicara dan menuntut perubahan.

NGO juga perlu bekerja sama dengan pemerintah dalam menyediakan pendidikan atau layanan yang diperlukan bagi komunitas lokal. NGO dan pemerintah dapat bekerja sama untuk mengembangkan solusi bagi kebutuhan masyarakat, menjalankan proyek bersama, atau melakukan kampanye dalam memancing kesadaran dan inisiatif publik. (Aviles, 2012)

Esman dan Uphoff berpendapat juga bahwa NGO dapat memainkan peran sebagai perantara lokal dengan memobilisasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam proyek yang diprakarsai oleh pemerintah. Selain itu, mereka juga mengklaim bahwa NGO dapat sangat efektif sebagai perantara untuk pemberian layanan kepada orang-orang yang kurang beruntung di masyarakat. Dalam hal ini, NGO dapat dianggap sebagai lembaga alternatif di mana orang-orang yang kurang mampu dapat dilayani dengan lebih baik daripada secara konvensional. Demikian pula, Anheier mengklaim bahwa NGO mencoba untuk mampu menjangkau lapisan masyarakat yang dilewati oleh layanan publik dari pemerintah dan memancing partisipasi orang-orang yang kurang mendapat perhatian dari pemerintah lokal. (Macdonald, 1997)

**Metode Penelitian**

Jenis penelitan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yang bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan *Fukutake Foundation* untuk meningkatkan citra kepulauan Seto Jepang. Data penelitian ini adalah data sekunder, yaitu diperoleh dari buku-buku, koran, internet, dan sebagainya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dalam pengumpulan data, teknik yang digunakan adalah berupa penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan melalui telaah buku, majalah, tulisan ilmia dan termasuk situs internet. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa isi (*content analysis*) dengan data-data yang didapatkan kemudian dianalisis isinya. Data yang terkumpul akan digabungkan dan dianalisis demi mendukung permasalahan yang diteliti dan tentunya data-data tersebut

**Hasil dan Pembahasan**

1. **Strategi *Fukutake Foundation Melalui Setouchi Triennale***

*Fukutake Foundation* merancang *Setouchi Triennale* lebih dekat dengan konsep pameran internasional *documenta* di Jerman yang fokus pada pembuatan karya-karya dengan konsep baru, yaitu responsif terhadap tempat, penghuni, dan sejarah dari wilayah yang dijadikan instalasi seni. Lebih dari sekedar festival seni, *Setouchi Triennale* adalah wadah yang dirancang untuk berkumpulnya para individu atau komunitas dengan tujuan membangun yang diimplementasikan di tingkat regional. Setelah mendapat respon positif dari dalam negeri seperti mendapat penghargaan pariwisata Jepang tahunan pertama pada tahun 2015 dan diliput oleh media luar negeri sehingga menarik perhatian dalam konteks seni kontemporer internasional, festival ini pun menjadi salah satu model solusi untuk wilayah di negara lain terutama kawasan Asia yang juga mengalami permasalahan yang sama.

Dalam pelaksanannya, *Setouchi Triennale* mempunyai konsep berupa :

* Seni dan arsitektur. Instrumen yang kuat untuk menarik orang ke setiap wilayah dan memungkinkan mereka untuk menemukan budaya yang berbeda, sejarah dan pemandagan yang indah.
* Mengapresiasi identitas lokal. Setiap komunitas memiliki keunikan tersendiri dalam sejarah dan budayanya. Ini tercermin dalam adat istiadat setempat, seni, kerajinan, pekerjaan, cerita rakyat, festival dan warisan arsitektur yang telah diturunkan dari generasi ke generasi. *Triennale* mengidentifikasi dan mengapresiasi keanekaragaman yang dimiliki oleh masing-masing komunitas di wilayah tersebut.
* Revitalisasi komunitas lokal. *Triennale* mengeksplorasi peluang untuk merevitalisasi komunitas lokal melalui acara-acara yang melibatkan masyarakat lokal dan fokus pada gaya hidup tradisional dan sejarah lokal yang dilestarikan oleh para tetua pulau.
* Menghubungkan kawasan Setouchi kepada dunia. *Triennale* memberikan peluang kehidupan baru ke dalam wilayah Seto dengan mengumpulkan orang-orang dari segala usia, berbagai bidang pekerjaan dan wilayah untuk berkolaborasi dengan masyarakat setempat dalam menciptakan karya seni.
* Menggabungkan kebijaksanaan dunia*. Triennale* mengacu pada kebijaksanaan orang-orang dari Jepang dan luar negeri dalam bidang-bidang seperti seni, arsitektur, seni pertunjukan, sains, budaya, filsafat dan pertukaran internasional, untuk memperkenalkan bahkan mengembangkan budaya daerah dan berfungsi sebagai suar untuk revitalisasi lokal.
* Membentuk masa depan. Anak-anak dan remaja yang akan membentuk masa depan kawasan ini, belajar tentang festival seni kontemporer dan bagaimana cara kerjanya sambil berkolaborasi dengan orang-orang dari semua wilayah dan generasi.
* Berkelanjutan secara lokal. *Triennale* dirancang untuk menginspirasi dan mengasah inisiatif masyarakat atau komunitas lokal dalam berkolaborasi antar pulau yang berlanjut setiap tahun dan melampaui ke pulau-pulau serta komunitas lainnya, mendorong gerakan berkelanjutan untuk memulihkan laut dan merevitalisasi wilayah tersebut.
1. **Strategi** ***Fukutake Foundation Terhadap Penguatan Pariwisata***

*Fukutake Foundation* memperkenalkan dan mempromosikan wilayah di kepulauan Seto yang menjadi destinasi wisata dengan tujuan untuk meningkatkan pariwisatanya. Melalui *Setouchi Triennale*, di tahun 2010 *Fukutake Foundation* juga menambahkan instalasi karya di wilayah tersebut sehingga tidak hanya menjadikan tempat wisata yang dapat dinikmati dari sisi keindahan alamnya, namun juga dari konteks wisata seni. Salah satu contohnya seperti gua Oni yang berada di pulau Megijima. Gua ini pada awalnya sebagai tempat tambang bawah tanah pada zaman dahulu, yang kemudian terkenal ketika legenda Momotaro muncul di pulau tersebut sehingga disebut sebagai gua Oni atau gua monster. Kemudian *Fukutake Foundation* menambahkan instalasi karya seni di gua Oni sehingga meningkatkan eksistensi dari tempat wisata tersebut, begitu pula untuk meningkatkan daya tarik pengunjung.(setouchiexplorer.com, 2012)

Tahun 2013, *Fukutake Foundation* memperbaharui kawasan sekitar laut di pulau Awashima dalam *project for the Museum of Seabed Inquiry Ship in Setouchi Ponder* atau Proyek untuk Museum Penyelidikan Dasar Laut di Setouchi : objek yang tersisa di dasar laut. Project tersebut berbentuk sebuah museum yang bernama *Ototoimaru*. *Ototoimaru* adalah museum yang mengambang di laut dan juga di darat, di mana berisi benda-benda yang diselamatkan dari dasar laut lalu dipamerkan. *Sokosoko-Souzousho* adalah tempat di mana pengunjung dapat merenungkan benda-benda dari dasar laut. *Re-ing-A* dibangun di lepas pantai dengan batu bata yang diselamatkan dari kapal yang tenggelam. (setouchi-artfest.jp, 2013)

Lalu di tahun 2016, *Fukutake Foundation* memperbaharui Naoshima melalui *Naoshima architecture + naoshima plan* berupa dua pameran yang berfokus pada arsitektur Naoshima. Pameran Arsitektur Naoshima menyoroti masa depan yang dibayangkan selama bertahun tahun sebelumnya untuk membentuk citra pulau melalui seni dan arsitektur. (benesse-artisite.jp, 2016)

Kemudian di *Setouchi Triennale* keempat pada tahun 2019, *Fukutake Foundation* bersama 8 seniman mengelola kawasan pulau Megijima sebagai tempat wisata baru dalam konteks pertokoan yang dibentuk menjadi instalasi seni, dimana karya tersebut bersifat interaktif bagi pengunjung, ataupun masyarakat di pulau itu sendiri. *Project* tersebut bernama *Little Shop on the Island*. Terdapat 8 instalasi karya seni yang tersebar di pulau Megijima, yaitu *Little Shops on the Island “Café de la Plage”, Little Shops on the Island “Laundry”, Little Shops on the Island “Hair Salon Kotobuki”, Little Shops on the Island “How Beautiful the World Could Be”, Little Shops on the Island “Wedding Shop”, Little Shops on the Island “un.. Salon for Soothing Your Soul”, Little Shops on the Island “ Ping-Pong Sea”,* dan *Little Shops on the Island “Shooting Gallery”.* (setouchi-artfest.jp, 2019)

1. **Strategi** ***Fukutake Foundation Terhadap Penguatan Masyarakat***

*Fukutake Foundation* memancing inisiatif dari masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan *Setouchi Triennale* sebagai upaya pertama dari strategi terhadap penguatan masyarakat. Pada tahun 2010, *Fukutake Foundation* juga memberi ruang bagi anak – anak hingga anak muda untuk ikut berperan dalam kegiatan festival. Contohnya seperti Asosiasi *Awashima Boys & Girls* di pulau Awashima yang dibentuk untuk membantu dalam merevitalisasi pulau melalui berbagai acara dan kegiatan, termasuk memberikan dukungan kepada *Setouchi Triennale*. Anggota hadir setiap hari untuk memperkenalkan pengunjung ke situs seni dan untuk meningkatkan apresiasi mereka terhadap setiap karya seni yang ada di pulau Awashima.

Di tahun 2013, *Fukutake Foundation* membuat project berupa *Setouchi Specialty Product Redesign Projects* dimana dalam project tersebut seniman dan desainer berkolaborasi untuk mendesain ulang paket untuk produk lokal penduduk Setouchi. Desain diminta untuk produk khusus dari Setouchi dengan tujuan merevitalisasi industri lokal melalui seni. Juri termasuk direktur seni Taku Sato dan Masamichi Toyama, CEO *Smile Corporation (Soup Stock)* Tokyo. Desain yang dipilih sedang digunakan untuk membuat produk merek lokal asli untuk dijual sebagai bagian dari *Setouchi Triennale*. (setouchi-artfest.jp, 2013)

Kemudian pada tahun 2016, *Fukutake Foundation* mengadakan program *The Setouchi Food Project,* dimana *Fram’s Food School* menyediakan kursus bagi orang-orang yang tertarik untuk berkontribusi dalam revitalisasi lokal melalui makanan. Lulusan dari kursus ini akan berkontribusi dalam perencanaan dan pelaksanaan *project* di setiap situs seni untuk menampilkan makanan lokal dan budaya makanan. Salah satu contohnya ialah kolaborasi dari *Marunouchi Hotel* dan kelompok wanita di pulau Teshima. (setouchi-artfest.jp, 2016*)*

Tidak hanya itu, di tahun 2019 pada *Setouchi Triennale* keempat, Fukutake Foundation mempunya special focus pada project *Setouchi Resources × Artists*. Seniman akan melatih kecerdasan dan kekreatifan untuk memastikan bahwa pengunjung sepenuhnya mengalami dan menikmati produk-produk khusus di daerah Setouchi, termasuk produk pertanian dan kelautan. (setouchi-artfest.jp, 2019)

1. **Strategi** ***Fukutake Foundation Terhadap Penguatan Masyarakat***

*Fukutake Foundation* membentuk misalnya museum atau bangunan untuk mendisplay karya seni yang berguna untuk menguatkan kultur atau warisan budaya yang ada di kepulauan Seto. Salah satu program yang dijalankan saat pelaksanaan Setouchi Triennale pertama pada tahun 2010 ialah *Art House Project*. Program ini bertujuan untuk merevitalisasi rumah-rumah kosong dan bangunan tradisional Jepang yang penghuninya telah meninggalkan pulau-pulau di kepulauan Seto. Dalam project ini, Soichiro Fukutake berupaya membalikkan trend an memanfaatkan bangunan kosong tersebut untuk menarik pengunjung baru ke pulau-pulau yang ditinggalkan. (benesse-artisite.jp, 2010)

Pada tahun 2013, *Fukutake Foundation* bekerjasama dengan *Tokyo University* dalam membuat project bernama *Project of Tokyo University of the Art “Shodoshima Story of the Island”.* Project ini berbentuk sebuah museum dalam bangunan tua yang telah ada di pulau Shodoshima. Didalam bangunan itu, terdapat berbagai informasi tentang pulau tersebut seperti sejarah kepulauan hingga sejarah budaya yang ada di pulau Shodoshima. (setouchi-artfest.jp, 2013)

Lalu di tahun 2016, *Fukutake Foundation* memperbaharui sebuah bangunan sekolah yang terbengkalai pulau di Awashima menjadi ruangan pameran karya bersama para seniman. Project tersebut bernama *Awashima Artist’s Village: Hibino Shogako, Awashima Lab*, berisi instalasi karya yang memperkenalkan banyak budaya dan peninggalan sejarah, salah satunya budaya tekstil pulau awashima, dan sejarah makhluk-makhluk astral kepercayaan masyarakat lokal di pulau tersebut yang dimodifikasi menjadi instalasi topeng yang unik dan lucu. (ameblo.jp, 2016)

Kemudian di tahun 2019 pada Setouchi Triennale keempat, *Fukutake Foundation* bekerjasama dengan seniman pula dalam memperbaharui tempat pemakaman yang ada di pulau Honjima. *Project* yang dibuat bernama *From* *Birthing to Mourning Rite*, berbentuk instalasi karya diluar kawasan pemakaman dengan tujuan menyampaikan kekuatan masa lalu ke masa depan, menggambarkan cara masyarakat lokal pulau dalam menghargai para leluhur dan orang-orang yang telah wafat. (setouchi-artfest.jp, 2019)

1. **Pencapaian dari Strategi Fukutake Foundation Melalui Setouchi Triennale**
2. **Dampak Positif Bagi Citra Kepulauan Seto**
	* 1. Kawasan kepulauan Seto mendapat tanggapan positif dari negara lain, salah satunya *Cemeti Art House* dari Indonesia. berdasarkan hasil wawancara, seniman dari Cemeti memandang *Setouchi Triennale* berhasil dalam merevitalisasi kawasan Kepulauan Seto. Selain itu, festival seni tersebut menjadi refleksi bagi Indonesia dan negara-negara lain dalam menangani kesenjangan sosial dan ekonomi.
		2. Terbentuknya *Setouchi Islands x Asia* yang berawal dari negara-negara di kawasan Asia yang menaruh minat besar pada *Setouchi Triennale* dan melakukan kolaborasi dengan komunitas lokal di kepulauan Seto untuk mengembangkan dan mengimplementasikan berbagai proyek.
		3. Lalu pada tahun 2016 Komite Eksekutif *Setouchi Triennale* menerima *1st Japan Tourism Award Grand Prize* sebagai pengakuan atas kontribusinya yang luar biasa dan berkelanjutan untuk pengembangan dan perluasan industri pariwisata.
		4. *Setouchi Triennale* 2019 telah diberitakan dalam artikel “*The 52 Places Traveler On a Scavenger Hunt in Seto Inland Sea, Japan*” di situs website *New York Times* dan “Setouchi” terpilih sebagai tempat ke-7 dari “52 tempat yang akan dituju pada 2019” dalam artikel *New York Times*.
3. **Dampak Positif Bagi Sektor Ekonomi**
4. Terjadinya peningkatan terhadap jumlah pengunjung yang datang ke pulau-pulau yang tergabung dalam festival *Setouchi Triennale*. Takamatsu Bank of Japan memperkirakan bahwa dampak ekonomi dari Triennale tahun 2010 adalah sekitar 1 miliar yen Jepang, namun yang didapat ialah 5,5 miliar yen Jepang. Meskipun pada tahun 2016 mengalami penurunan namun dampak ekonomi masih diatas estimasi yang ada.
5. Dibuatnya *Setouchi DMO* pada tahun 2013 dan dioperasikan oleh tujuh prefecture di sekitar laut pedalaman seto, yaitu prefektur Hyogo, Okayama, Hiroshima, Yamaguchi, Tokushima, Kagawa dan Ehime. Setouchi DMO sendiri ialah organisasi kemitraan public-swasta yang dibuat untuk mempromosikan pariwisata di seluruh wilayah laut pedalaman Seto. Dasar dari terbentuknya DMO Setouchi ini yaitu berupaya mencapai revitalisasi regional dengan membangun dan mempromosikan brand Setouchi.
6. Terjadi peningkatan tur kawasan kepulauan, sebanyak 33 tur dilakukan untuk berbagai organisasi Jepang, termasuk 8 tur untuk menteri dan lembaga di tingkat nasional, 7 untuk pertemuan prefektur dan kota, dan 10 untuk organisasi lain di tingkat prefektur dan kota. Kemudian sebanyak 34 tur dilakukan untuk pengunjung dari negara lain, termasuk 13 untuk menteri dan lembaga di tingkat nasional dan regional, 6 untuk personel terkait kedutaan, dan 9 untuk organisasi di tingkat prefektur atau kota.
7. **Dampak Positif Bagi Sektor Sosial**
8. Pencapaian dari segi social bagi masyarakat kepulauan Seto yang pertama yaitu pulau Oshima yang telah dibuka kembali bagi publik untuk pertama kalinya pada tahun 2015. Hal ini dikarenakan sejak tahun 1909 pulau Oshima telah menjadi tanah terlarang bagi masyarakat umum karena seluruh pulau menjadi kawasan sanatorium dengan nama Oshima Seishoen Sanatorium, tempat tinggal orang-orang yang terkena penyakit Hansen, atau penyakit yang lebih dikenal dengan nama lepra.
9. Terdapat sekitar 92 orang yang telah terdata pada tahun 2013 untuk memutuskan menetap di pulau Naoshima, salah satu pulau di prefektur Kagawa yang menjadi wadah instalasi seni dalam pelaksanaan *Setouchi Triennale*. Dilansir bahwa jumlah orang yang akhirnya migrasi ke pulau tersebut meningkat hingga 16% dari tahun sebelumnya.
10. Pada tahun 2015 salah satu anggota aktif dalam proyek untuk merevitalisasi pulau yang bernama Yamagishi meluncurkan *Naoshima Colours*, yaitu sebuah situs website yang menyediakan informasi tentang rumah-rumah kosong dan menjadi media penghubung antara orang-orang yang ingin pindah ke pulau dan pemilik tanah serta rumah kosong di kawasan tersebut.

**Kesimpulan**

Berkaitan dengan sector ekonomi yang menurun semenjak populasi muda melakukan migrasi ke wilayah perkotaan, *Fukutake Foundation* melakukan strategi terhadap penguatan pariwisata wilayah kepulauan Seto melalui *Setouchi Triennale*. Tempat wisata yang telah ada di masing-masing pulau diperkenalkan kembali dalam kegiatan festival dengan cara menggabungkan karya seni dari para seniman yang semakin memperkuat eksistensi dari tempat wisata tersebut. Dari penguatan aspek ini akhirnya membantu perekonomian bagi pulau-pulau Seto. Terlihat dari jumlah wisatawan yang menembus hingga 1 juta orang setelah adanya *Setouchi Triennale*. Selain itu juga membuat pemerintah lokal dari 7 prefektur disekitar laut pedalaman Seto melakukan kerjasama untuk memasarkan dan memperkuat eksistensi kepulauan Seto.

Dalam memperbaiki keadaan social masyarakat di kepulauan Seto, *Fukutake Foundation* memberikan ruang bagi masyarakat atau komunitas lokal untuk ikut berperan dalam kegiatan festival *Setouchi Triennale*, baik dari anak-anak, remaja pada para pengunjung atau seniman yang berkontribusi membuat keadaan sosial di masyarakat tersebut semakin membaik. Penguatan dari aspek masyarakat ini akhirnya membantu masyarakat kepulauan untuk siap beradaptasi pada keadaan pulau yang baru, yang dimana setelah adanya *Setouchi Triennale*, pulau-pulau yang ada lebih terkenal dan sering dikunjungi oleh berbagai macam orang dengan latar belakang berbeda-beda. Dengan kata lain, situasi ini pun secara tidak langsung membuat masyarakat dapat melakukan inovasi baru untuk keberlangsungan hidup mereka, seperti membuat mata pencaharian baru melalui usaha kuliner, kerajinan tangan dan jasa penginapan.

Dengan melakukan penguatan terhadap kultur dan warisan budaya melalui *Setouchi Triennale*, *Fukutake Foundation* tidak hanya mengedepankan seni kontemporer sebagai satu-satunya hal yang berusaha dicapai dalam festival Setouchi. Akan tetapi, *Fukutake Foundation* berupaya untuk mengkolaborasikan aspek warisan dan kultur budaya yang telah ada di pulau-pulau Seto. Instalasi seni yang nantinya dipamerkan akan memiliki arti yang kompleks, mencakup sejarah atau budaya lokal masyarakat hingga pulau yang ada. Sehingga memungkinkan para pengunjung untuk mendapatkan esensi budaya lokal dan seni kontemporer secara bersamaan. Hal ini memberikan dampak bagi wilayah kepulauan Seto, dimana akhirnya semakin dikenal dengan unsur “seni” yang kemudian menjadi iconic bagi kawasan tersebut, contohnya seperti kepulauan Seto yang termasuk dalam daftar 52 destinasi wisata yang harus dikunjungi pada tahun 2019 oleh *New York Times*.

Maka dari itu, ketiga poin strategi yang dilakukan *Fukutake Foundation* telah berhasil dalam mengambil peran untuk meningkatkan citra kepulauan Seto Jepang. Melalui pendekatan seni, *Fukutake Foundation* berusaha untuk memaksimalkan potensi yang ada di sebagian besar wilayah kepulauan Seto, dimana unsur kebudayaan dan kawasan yang berpotensi menjadi tempat wisata masih kurang diperhatikan oleh pihak berwenang ataupun masyarakat setempat.

Setelah adanya *Setouchi Triennale* ini, kepulauan Seto semakin dikenal oleh khalayak baik lokal ataupun internasional dengan kawasan yang kaya akan budaya, kesenian, panorama yang indah dan masyarakat yang mampu beradaptasi akan keadaan Seto yang baru, yaitu dianggap sebagai “*Art Islands*” di Jepang. Dengan adanya citra baru dan positif ini pula berpengaruh pada keadaan di kepulauan Seto yang berangsur membaik, baik dari segi ekonomi dan sosialnya.

**Daftar Pustaka**

Afe.easia.columbia.edu, *Japan’s Modern History : An Outline of the Period* terdapat dalam http://afe.easia. columbia.edu/timelines/japan\_modern\_timeline.html

Ameblo.jp, *Awashima Artist’s Village: Hibino Shogako, Awashima Lab* terdapat dalam <https://ameblo.jp/tonarinokagawasan/entry-12217139361.html>

Anheier, Helmut. 2005, *Non Profit Organizations : Theory, Management, Policy*, Routledge, New York

Anholt Simon, 2007, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, Palgrave Macmillan, New York

Aviles, Hillary. 2012, *The NGO Handbook*, Department of State, Bureau of International Information

Benese.artsite.jp, *Art House Project* terdapat dalam <http://benesse-artsite.jp/en/art/arthouse.html>

Benesse-artisite.jp, *Naoshima Architerctures* terdapat [https://benesse-artsite.jp/en/n aoshima-architectures-2016.html](https://benesse-artsite.jp/en/n%20aoshima-architectures-2016.html)

Biennial.foundation.org, *Biennial Foundation: Setouchi Triennale* terdapat dalam http://www.biennial foundation.org/biennials/setouchi-triennale-2/

Emecs.or.jp, *Association for the Environmental Conservation of the Seto Inland Sea* terdapat dalam <https://www.emecs.or.jp/upload/publish/seto_inland_sea_en.pdf>

Kagawa-u.ac.ijp, *Overview of Workshop on Improving Maternal Health* dalam <https://www.kagawa-u.ac.jp/setouchi/english/news/pdf/eng-h29-med-doc01.pdf>

Macdonald, Laura. 1997, *Supporting Civil Society : The Political Role of Non-Governmental Organizations in Central America*, St. Martin’s Press, Inc, New York

Melissa, Aronczyk, 2003, *Branding The Nation: The Global Business of National*

Richie, Donald. 1971, *The Inland Sea*, Stone Bridge Press, California

Robert, Govers. 2011, *International Place Branding Yearbook* 2011: *Managing Reputational Risk*, Pallgrave Macmilan, New York

*Setouchi Specialty Redesign Project 2013* terdapat dalam https://us.jnto.go. jp/use rfiles/ATT 00100.pdf

Setouchi-artfest.jp, *Artwork Artist in Awashima* terdapat dalam <https://setouchi-artfest.jp/en/artworks-artists/artworks/awashima/235.html>

Setouchi-artfest.jp, *From Birthing to Mourning Rite Project* terdapat dalam terdapat dalam https://set ouchi-artfest.jp/en/artworks-artists/artworks/honjima/163.html

Setouchi-artfest.jp, *Setouchi Triennale Artist Archive 2019 Megijima* terdapat dalam <https://setouchi-artfest.jp/en/artworks-artists/archive/2019/megijima/>

Setouchi-artfest.jp, *Setouchi Triennale General Report 2016* terdapat dalam <https://setouchi-artfest.jp/files/artworks-artists/archive/general-report2016-en.pdf>

Setouchi-artfest.jp, *Setouchi Triennale Special Focus* terdapat dalam [https://setouchi-artfest.jp/en/ab out /archi ve/priority.html](https://setouchi-artfest.jp/en/ab%20out%20/archi%20ve/priority.html)

 Setouchi-asrtfest.jp, *Setouchi Artworks Artist Archive 2013 in Shodoshima* terdapat dalam https: //setouchi-artfest.jp/en/artworks-artists/archive/2013/shodoshima/

Setouchiexplorer.com, *Oni’s Cave* terdapat dalam <https://www.setouchiexplorer.com/oni-cave/>

Uehara Yushi, *Garden with Foreign Species for Depopulated Island*, University of Toyama dalam [www.tad.u-toyama.ac.jp/outline/research/ pdf/bull etin11 /p64-73.pdf](http://www.tad.u-toyama.ac.jp/outline/research/%20pdf/bull%20etin11%20/p64-73.pdf)

1. Mahasiswa Program S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. E-mail : obiwanken0131@gmail.com [↑](#footnote-ref-1)