

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata memiliki dampak positif yang melampaui sekadar memberikan pengalaman rekreasi pribadi bagi suatu negara. Selain berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, pariwisata juga menjadi alat efektif dalam melawan kemiskinan dan merupakan aspek kunci dalam pembangunan berkelanjutan. Thailand, sebagai contoh, telah sukses memanfaatkan potensi pariwisata sejak periode pasca-Perang Dunia II. Sejak saat itu, sektor pariwisata telah menjadi komponen integral dari perekonomian Thailand. Negara ini telah dikenal sebagai destinasi unggulan di Asia Tenggara, menarik perhatian baik dari negara berkembang maupun negara maju. Keberhasilan ini dapat dikaitkan dengan berbagai produk pariwisata yang ditawarkan, infrastruktur yang ditingkatkan, dan strategi promosi yang terukur yang telah diimplementasikan oleh Thailand. Citra global yang positif juga menjadi faktor penting yang mendorong pemerintah Thailand untuk mengubahnya menjadi pusat pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan di Asia.

Pemerintah Thailand secara aktif mengadopsi strategi pengembangan dengan memanfaatkan merek atau citra negaranya untuk mencapai tujuan tersebut. Fokus utamanya adalah menciptakan pusat pariwisata yang tidak hanya menghasilkan pendapatan ekonomi, tetapi juga menjaga keunikan budaya dan masyarakat Thailand. "*Amazing Thailand*" telah menjadi alat yang sukses untuk menciptakan merek nasional yang kuat. Kampanye *Amazing Thailand* diluncurkan pada tahun 1998 oleh *Tourism Authority of Thailand* (TAT) untuk mempromosikan industri pariwisata Thailand. Slogan kampanye "*Amazing Thailand*" telah menjadi slogan terkenal, mewakili budaya, warisan, dan keramahan Thailand yang unik. Tujuan kampanye ini adalah untuk menampilkan keindahan dan keragaman Thailand kepada dunia dan menarik lebih banyak

pengunjung ke negara tersebut. Melalui kombinasi produk pariwisata yang beragam dan peningkatan infrastruktur, Thailand bertujuan untuk mempertahankan posisinya sebagai destinasi yang menarik dengan pendekatan berkelanjutan. Dengan demikian, pariwisata di Thailand bukan hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga menjadi alat untuk merawat dan mempromosikan kekayaan budaya serta warisan masyarakat yang unik. Pendekatan ini mencerminkan transformasi Thailand menjadi pusat pariwisata yang berdaya tahan dan memperhitungkan aspek keberlanjutan.

Dalam industri pariwisata, Thailand selalu menonjolkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan kuliner khasnya kepada dunia. Upaya promosi dilakukan melalui kerja sama bilateral antar negara serta menggunakan teknik *soft diplomacy*. Ini terbukti dari inisiatif pemerintah Thailand yang memprioritaskan promosi festival budaya dan destinasi wisata budaya yang menawarkan pengalaman unik dan menarik bagi wisatawan yang tertarik dengan kekayaan budaya dan Sejarah melalui kampanye *Amazing Thailand*. Akan tetapi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan minat wisatawan terhadap festival budaya di Thailand. Salah satunya adalah perubahan tren wisatawan, keamanan, dan kualitas layanan

Maka dari itu penulis akan berfokus pada pemaparan *Amazing Thailand* sebagai aktor utama yang berperan dalam mempromosikan pariwisata di Thailand yang dimana peran *Amazing Thailand* sebagai *Nation Branding Thailand*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan yang telah di deskripsikan penulis, berikut ini akan dirumuskan permasalahan yang akan telaah, dan dijawab dalam penelitian adalah sebagai berikut: “**Faktor-faktor apa saja yang mendorong Thailand menyelenggarakan *Amazing Thailand*?**”

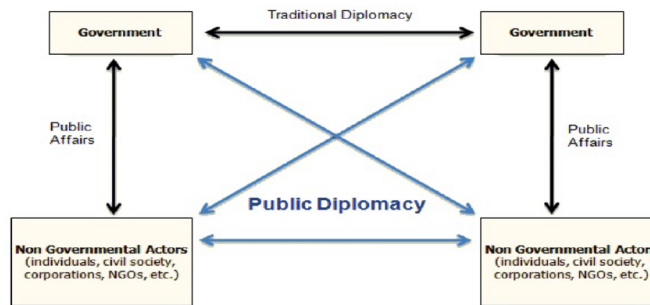
1.3 Kerangka Teorik

Dalam penelitian ini kerangka teori yang akan digunakan penulis dalam adalah teori diplomasi publik, yang di gunakan sebagai acuan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini.

Teori Diplomasi Publik

Dengan adanya permasalahan ini, penulis memilih teori Diplomasi publik karena dirasa dapat membantu dalam analisis terhadap upaya Thailand demi kepentingan nasional melalui *understanding, informing, dan influencing foreign audience*. Diplomasi publik dimaknai sebagai proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara yang bertujuan untuk memberikan pemahaman atas negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan -kebijakan yang diambil oleh negaranya (Wang, *The Journal of Business Strategy* 27 (3), 2006) Dengan kata lain, jika proses diplomasi dikembangkan melalui mekanisme *people to people relations* maka masyarakat internasional mempunyai perspesi baik tentang suatu negara sebagai landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan yang lebih baik dan luas.

Bagan 1.1 Traditional Diplomacy vs Public Diplomacy



SUMBER 1.1 a figure realized: Kevin Mulcahy dan Harv Fiegenbau

Mendefinisikan diplomasi publik sebagai usaha untuk mempengaruhi orang atau organisasi lain di luar negaranya dengan cara positif sehingga mengubah cara pandang orang tersebut terhadap suatu negara. Karenanya, diplomasi publik pada akhirnya merupakan salah satu instrumen *soft power*. Menilai diplomasi publik yang sifatnya multi dimensi dan mencakup 3 tujuan utama yaitu: (1) mempromosikan tujuan dan kebijakan negara, (2) bentuk komunikasi nilai dan sikap serta; (3) sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman bersama dan *mutual trust* antara negara dan Masyarakat. Diplomasi publik Thailand dalam sektor ekonomi dan keamanan dapat mencakup beberapa aspek. Dalam konteks sektor ekonomi, Thailand menggunakan diplomasi publik untuk mempromosikan industri pariwisata alam dan budaya, serta untuk meningkatkan daya tarik bisnis dan investasi di sektor ekonomi. Upaya diplomasi publik Thailand juga melibatkan kerjasama internasional. Di sisi lain, dalam konteks sektor keamanan, Thailand menggunakan diplomasi publik untuk memperkuat hubungan dengan negara lain dan mempromosikan citra positif Thailand di kancah internasional. Upaya diplomasi publik Thailand dalam sektor keamanan juga melibatkan kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat dalam meningkatkan citra positif negara di kancah internasional; juga dimana pemerintah Thailand melakukan kerjasama dengan organisasi internasional seperti IOM untuk berupaya memberantas praktek *human trafficking* yang dimana termasuk dalam sikap Thailand untuk mendapatkan *mutual trust*. Upaya-upaya diplomasi publik seperti kampanye informasi, pertukaran budaya, dan kerjasama internasional

dapat membantu memperkuat hubungan keamanan Thailand. Hal tersebut membuat Thailand ingin mempertegas kepada dunia internasional sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam dan budaya, serta juga menjadi negara aman untuk para turis dan bebas dari kejahatan praktek *human trafficking*

1.4 Hipotesa

Berdasarkan penjelasan yang sudah dijelaskan, dapat diperoleh hipotesa mengenai faktor faktor apa saja yang mendorong Thailand menyelenggarakan *Amazing Thailand* tidak dapat dipisahkan dengan kepentingan nasional yang ingin diraih oleh Thailand, maka penulis dapat menarik jawaban sementara dari penelitian ini. Terdapat beberapa faktor yang mendorong Thailand menyelenggarakan *Amazing Thailand* adalah:

- 1. Mempromosikan tujuan dan kebijakan negara**
- 2. Sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman bersama dan *mutual trust***
- 3. Bentuk komunikasi nilai dan sikap**

1.5 Tujuan Penulisan

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang serta pertanyaan penelitian yang telah muncul maka tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui alasan Thailand menyelenggarakan *Amazing Thailand*

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan. Penulis menggunakan data sekunder dan tidak terlibat secara langsung dalam

penelitian dan pengumpulan data di lapangan. Studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan berdasarkan pada buku literatur, jurnal dan artikel ilmiah, laporan, berita daring maupun cetak, dan tulisan lainnya yang dikumpulkan dari media cetak atau situs internet yang relevan terhadap objek penelitian.

1.7 Jangkauan Penelitian

Untuk penyusunan penelitian, maka penulis memberikan Batasan agar tidak keluar dari tema dan tujuan yang diinginkan. Adapun fokus penelitian ini ialah pada tahun 2015-2022. Dimana tahun 2015, merupakan tolak ukur peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Thailand mempromosikan, pemerataan dan meningkatkan industri pariwisata nasional maupun internasional dan perkembangan dari kebijakan ini hingga akhir tahun 2022

1.8 Sistematika penulisan

Penyusunan skripsi yang berjudul “**AMAZING THAILAND**” **SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI PUBLIK THAILAND**” disusun secara sistematis menjadi 3 bab yaitu:

BAB I:

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesa, tujuan penelitian, metode penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II:

1. *Amazing Thailand* sebagai *nation branding* Thailand
2. Kebijakan Pemerintahan untuk menanggulangi kekerasan dan prostitusi dibawah umur di Thailand
3. Dampak program *Amazing Thailand* ke citra Thailand di dunia internasional.

BAB III:

Pada bab ini akan berisi kesimpulan serta saran dari Thailand menggunakan Amazing Thailand sebagai diplomasi publik.