

ANALISIS IMPLEMENTASI PROMOSI LUAR NEGERI *TOURISM AUTHORITY OF THAILAND* (TAT) TAHUN 2017-2019 MELALUI DIPLOMASI PUBLIK
(*ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF TOURISM AUTHORITY OF THAILAND (TAT) OVERSEAS PROMOTIONS IN 2017-2019 THROUGH PUBLIC DIPLOMACY*)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik



Oleh:

Desy Ari Yani

43116002

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PERADABAN**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

JUDUL : ANALISIS IMPLEMENTASI PROMOSI LUAR NEGERI
TOURISM AUTHORITY OF THAILAND (TAT) TAHUN 2017-2019 MELALUI DIPLOMASI PUBLIK
(ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF TOURISM AUTHORITY OF THAILAND (TAT) OVERSEAS PROMOTIONS IN 2017-2019 THROUGH PUBLIC DIPLOMACY)

NAMA : Desy Ari Yani

NIM : 43116002

Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Ilmu Politik saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.

Bumiayu, 21 Maret 2022

Penulis



Desy Ari Yani

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS IMPLEMENTASI PROMOSI LUAR NEGERI *TOURISM AUTHORITY OF THAILAND* (TAT) TAHUN 2017-2019 MELALUI DIPLOMASI PUBLIK

Nama : Desy Ari Yani

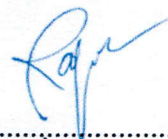
NIM : 43116002

Skripsi ini telah dipertahankan dalam ujian pendadaran, pada hari/tanggal : Kamis, 10 Februari 2022, pukul : 15.00 s/d 17.00 WIB, bertempat di Bumiayu dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Selanjutnya Skripsi ini DITERIMA dan DISAHKAN pada : Senin, 21 Maret 2022.

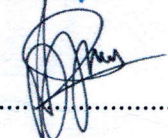
Rafika Arsyad, S. IP., M.HI
NIDN. 0620119001

Pembimbing



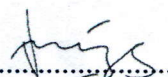
Agung Triyatno, S.Sos., M.Si
NIDN. 0628038402

Penguji 1



Tundjung Linggarwati, S. IP., M. Si
NIDN. 0031087202

Penguji 2



Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Peradaban



Sigid Widyantoro, S. IP., M. A
NIDN. 0621049201

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Alloh SWT atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “**Analisis Implementasi Promosi Luar Negeri *Tourism Authority Of Thailand* (TAT) Tahun 2017-2019 Melalui Diplomasi Publik**” sebagai salah satu syarat tugas akhir untuk menyelesaikan program Strata Satu dalam Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala bentuk saran dan kritik konstruktif senantiasa penulis harapkan agar kedepannya tulisan ini menjadi lebih baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Yahya A. Muhaimin selaku rektor Universitas Peradaban Bumiayu
2. Sigid Widyantoro, S.IP,M.A selaku Dekan fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban beserta para jajaranya
3. Rifqi Itsnaini Yusuf, S.Hum, M.A selaku kepala jurusan Hubungan Internasional Universitas Peradaban
4. Rafika Arsyad S.IP. selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih sudah membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Hubungan Internasional: Sigid Widyantoro, S.IP,M.A, Mochamad Fathoni, S.IP.,M.Si, Rifqi Itsnaini Yusuf, S.Hum, M.A , Agung Triyatno, S.Sos, M.Si, Rafika Arsyad S.IP., M.HI , Tundjung Linggarwati S.IP.,M.Si

Terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa dan kedua orang tua tercinta, bapak dan alm ibu yang selalu membantu, menyemangati dan mendoakan penulis.
2. Keluarga besar dan saudara-saudara penulis yang selalu menyemangati dan mendoakan demi kelancaran kuliah penulis
3. Teman-teman satu angkatan Nunik, Farhan, Fitri, terima kasih telah menemani suka duka penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Peradaban ini. Serta kaka tingkat khususnya Sonia, Ela, Nisa, yang sudah membantu banyak dan mau direpotkan dalam mengerjakan skripsi ini terimakasih banyak atas bantuan semangat, materi dan waktu.
4. Keluarga besar FISIP UPB khususnya angkatan 2016, terimakasih sudah memberi banyak pengalaman dan kenangan selama masa perkuliahan penulis.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai *civitas* akademik Universitas Peradaban, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desy Ari Yani
NIM : 43116002
Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Peradaban **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul:

**Analisis Implementasi Promosi Luar Negeri *Tourism Authority Of Thailand*
(TAT) Tahun 2017-2019 Melalui Diplomasi Publik**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Peradaban berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

00

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Brebes

Pada Tanggal : 21 Maret 2022

Yang Menyatakan



(Desy Ari Yani)

Abstrak

Nama : Desy Ari Yani
Program Studi : Hubungan Internasional
Judul : Analisis Implementasi Promosi Luar Negeri *Tourism Authority Of Thailand* (TAT) Tahun 2017-2019 Melalui Diplomasi Publik

Era globalisasi saat ini, aktivitas diplomasi meningkat sangat signifikan seiring dengan semakin kompleksnya isu-isu dalam hubungan internasional. Hubungan internasional pun tidak lagi semata-mata dipandang sebagai hubungan antarnegara, juga meliputi hubungan antarmasyarakat internasional. Dalam perkembangannya, pelaku diplomasi saat ini bukan hanya diplomat, melainkan juga non-aktor seperti kalangan swasta, NGO atau masyarakat individu yang mewakili kepentingan nasional negaranya dengan sepengetahuan atau persetujuan pemerintah. Hal tersebut di kenal sebagai diplomasi publik, dimana pelaksanaan diplomasi melalui pemerintah ke masyarakat atau masyarakat ke masyarakat. Seperti yang dilakukan negara Thailand untuk mengembangkan pariwisata tidak cukup hanya pemerintah saja yang menjalankan tetapi dibutuhkan lembaga yang menghubungkan ke masyarakat seperti halnya lembaga *Tourism Authority of Thailand* (TAT) yang mempunyai peran tersebut. Melalui hal tersebut dalam penelitian ini menanyakan bagaimana implementasi promosi pasar luar negeri TAT melalui diplomasi publik.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Konsep Diplomasi Publik sebagai upaya yang dilakukan TAT dalam melakukan strategi promosi luar negeri untuk fokus meningkatkan citra dengan mendorong Thailand untuk menjadi “Tujuan Wisata Populer atau Destinasi Pilihan (*Preferred Destination*)” bagi seluruh wisatawan dunia, yang mencakup *rebranding* negara dari “*Value for Money*” menjadi “*Value for Experience*” dengan menuju tujuan wisata yang mendukung wisatawan yang lebih berkualitas. Peneliti ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa TAT untuk tahun 2017-2019 berhasil mengimplementasikan promosi pasar luar negeri sesuai klasifikasi konsep diplomasi publik dengan meningkatkan citra Thailand sebagai negara terpopuler dan terbaik untuk destinasi pariwisata yang di pilih langsung dari penghargaan beberapa negara internasional. Sehingga memberi dampak meningkatnya wisatawan asing di tahun 2017 berjumlah 35,59 juta orang, tahun 2018 lebih dari 38,18 juta wisatawan asing, tahun 2019 sebanyak 39,92 juta wisatawan asing. Dan meningkatnya pendapatan pariwisata Thailand di tahun 2017 sebesar 1,831,105 triliun baht, di tahun 2018 sejumlah 1,876,137 triliun baht, dan tahun 2019 sebesar 1,911,808 triliun baht.

Kata Kunci : TAT, Pariwisata, Thailand, Diplomasi Publik

Abstract

Name : Desy Ari Yani
Program : International Relations
Title : Analysis of the Implementation of Tourism Authority Of Thailand (TAT) Overseas Promotions in 2017-2019 Through Public Diplomacy

In the current era of globalization, diplomatic activities have increased very significantly along with the increasingly complex issues in international relations. International relations are no longer seen solely as relations between countries, but also include relations between the international community. In its development, current diplomacy actors are not only diplomats, but also non-actors such as the private sector, NGOs or individual communities who represent their country's national interests with the knowledge or approval of the government. This is known as public diplomacy, where the implementation of diplomacy is through government to society or society to society. As Thailand has done to develop tourism, it is not enough just for the government to run it, but an institution that connects to the community is needed, such as the Tourism Authority of Thailand (TAT) institution that has this role. Through this, this study asks how to implement TAT's foreign market promotion through public diplomacy.

The authors of this study use the concept of public diplomacy to describe TAT's efforts to improve its image by Encouraging Thailand to become a "Popular Tourist Destination or Preferred Destination" for all world tourists, which includes rebranding the country from "Value for Money" to "Value for Experience" by moving toward tourist destinations that support higher quality tourists. The findings in this study indicate that TAT for 2017-2019 has successfully implemented foreign market promotions according to the classification of the concept of public diplomacy by improving the image of Thailand as the most popular and best country for tourism destinations which were selected directly from awards from several international countries. So that it has an impact on increasing foreign tourists in 2017 amounting to 35.59 million people, in 2018 more than 38.18 million foreign tourists, in 2019 as many as 39.92 million foreign tourists. And the increase in Thailand's tourism income in 2017 was 1,831.105 trillion baht, in 2018 it was 1,876,137 trillion baht, and in 2019 it was 1,911,808 trillion baht.

Keywords: TAT, Tourism, Thailand, Public Diplomacy

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACK | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Pokok Permasalahan | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| E. Kerangka Pemikiran..... | 6 |
| F. Hipotesis..... | 11 |
| G. Metode Penelitian | 11 |
| H. Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB II STRATEGI PROMOSI LUAR NEGERI TAOURISM AUTHORITY OF THAILAND (TAT) TAHUN 2017-2019 | 14 |
| A. Latar Belakang Tourism Authority of Thailand (TAT)..... | 14 |
| a. Sejarah | 14 |
| b. Perkembangan Tugas TAT | 15 |
| c. Tujuan dan Wewenang TAT..... | 16 |
| B. Konsep Visi Misi dan Tujuan Strategi Promosi Tourism Authority of Thailand (TAT) Tahun 2017-2019 | 19 |
| a. Rencana Kebijakan TAT | 19 |
| b. Konsep Strategi | 19 |
| c. Visi, Misi TAT dan Tujuan Strategi | 21 |
| d. Jenis dan Sifat Bisnis TAT | 24 |
| C. Sasaran Rencana Strategi Promosi Luar Negeri Tourism Authority of Thailand (TAT) Tahun 2017-2019 | 25 |
| a. Strategi Promosi Pasar Luar Negeri TAT Tahun 2017 | 27 |
| b. Strategi Promosi Pasar Luar Negeri TAT Tahun 2018 | 30 |
| c. Strategi Promosi Pasar Luar Negeri TAT Tahun 2019 | 31 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III ANALISIS IMPLEMENTASI PROMOSI PASAR LUAR NEGERI TOURISM AUTHORITY OF THAILAND (TAT) TAHUN 2017-2019 MELALUI DIPLOMASI PUBLIK..... | 35 |
| A. Implementasi Strategi Promosi Luar negeri Tourism Authority of Thailand (TAT) Tahun 2017-2019..... | 35 |
| a. Tahun 2017 | 35 |
| b. Tahun 2018 | 39 |
| c. Tahun 2019 | 44 |
| B. Dampak Implementasi Strategi Promosi Luar Negeri Tourism Authority of Thailand (TAT) Tahun 2017-2019..... | 47 |
| a. Tahun 2017 | 47 |
| b. Tahun 2018 | 48 |
| c. Tahun 2019 | 50 |
| C. Pencapaian Implementasi Strategi Promosi Pasar Luar Negeri Tourism Authority of Thailand (TAT) Melalui Diplomasi Publik | 53 |
| a. Analisis Promosi Luar Negeri TAT melalui Dimensi Diplomasi Publik | 53 |
| b. Analisis Promosi Luar Negeri TAT melalui Tujuan Diplomasi Publik | 63 |
| BAB IV PENUTUP | 71 |
| A. Kesimpulan | 71 |
| B. Saran..... | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |

DAFTAR GAMBAR

Halaman

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Visi, Misi Organisasi Tujuan Strategis dan Strategi Thailand 2017-2021 | 25 |
|--|----|

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Strategi dan Rencana Meningkatkan Pendapatan Pariwisata 26