

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Pariwisata salah satu sektor signifikan dalam perekonomian global maupun nasional, dimana mempunyai peran pembangun bagi keberlangsungan hidup alam, masyarakat dan negara. Sehingga industri pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar bagi negara turis dan negara tuan rumah. Pariwisata adalah salah satu kegiatan ekonomi multinasional terbesar di dunia (Friedman, 1995); hal itu peringkat di antara lima industri ekspor teratas untuk 83% negara (Fayed & Fletcher, 2002). Pariwisata merupakan kegiatan yang melintasi berbagai sektor konvensional dalam ekonomi sehingga hal ini membutuhkan masukan yang bersifat ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan (Jenkins & Lickorish, 2007). Berdasarkan *World Travel Tourism Council* (WTCC), dibuktikan pangsa pasar sektor pariwisata secara global tumbuh sejumlah 10.4% dalam Produk Domestik Bruto (PDB) dan pangsa pasar yang dalam ketenagakerjaan atau lapangan pekerjaan global. Sektor ini tumbuh jauh lebih pesat dibanding sektor ekonomi lainnya.

Sektor pariwisata memberikan efek positif bagi negara seperti meningkatkan penerimaan devisa, menghilangkan defisit neraca pembayaran, dan meningkatkan kesempatan kerja. Dengan kata lain, sektor pariwisata merupakan sektor signifikan berkat kontribusinya terhadap pendapatan negara, penerimaan devisa dan lapangan kerja bagi banyak pengangguran (Çimat & Bahar, 2003; Dilber, 2007). Berdasar pada laporan *World Travel & Tourism Council* dalam *Global Economic Impact 2019*, Total kontribusi sektor pariwisata pada wilayah Asia Pasifik dalam Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 6.4% menjadi US\$2,9 triliun dan 44.2 Juta pada lapangan pekerjaan. Oleh sebab itu, pariwisata sangat bernilai bagi negara maju dan berkembang dikarenakan pariwisata dipandang sebagai salah satu sumber pertumbuhan dan pembangunan ekonomi yang signifikan di banyak negara.

Dengan kemajuan ekonomi, peran pariwisata sebagai kunci yang perlu dimainkan untuk memerangi kemiskinan diantara instrumen lainnya, sehingga menjadi sasaran utama untuk pembangunan berkelanjutan (Coles & Hall, 2008).

Pariwisata menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan. Oleh karena itu, banyak usaha bermunculan pada industri pariwisata yang berdampak pada perluasan perekonomian di suatu kawasan seperti hotel, hostel, biro perjalanan, industri kerajinan, restoran, gerai seni, dan fasilitas pendukung lainnya (Frederick, 1993). Thailand sebagai tujuan budaya, alam dan sejarah. Signifikansi pariwisata di Thailand diawali dengan Perang Vietnam, dimana Thailand menjadi tujuan populer untuk para militer AS untuk rekreasi dan istirahat (Chon, 2000). Karena pendapatan yang diterima dari militer AS selama Perang Vietnam dan dikombinasikan peningkatan pariwisata, pemerintah Thailand menjadi lebih sadar akan pentingnya industri pariwisata.

Pemanfaatan peluang tersebut tentunya dimainkan oleh banyak negara seperti Thailand. Industri pariwisata sangat penting untuk negara Thailand, *Tourism Authority of Thailand* (TAT) telah memposisikan pariwisata sebagai prioritas negara. Oleh karena itu, banyak usaha bermunculan pada industri pariwisata yang berdampak pada perluasan perekonomian di suatu kawasan seperti hotel, hostel, biro perjalanan, industri kerajinan, restoran, gerai seni, dan fasilitas pendukung lainnya (Frederick, 1993) Thailand sebagai tujuan budaya, alam dan sejarah. Pariwisata di Thailand dipromosikan sebagai penerimaan terbesar pendapatan nasional bagi negara Thailand.

Lebih dari itu, tahun 1981 industri pariwisata Thailand menggantikan beras sebagai sumber utama devisa negara dan komoditas ekspor unggulan (Horey, 1991). Chon and Singh (1994) menyatakan bahwa signifikansi pariwisata bagi perekonomian Thailand semakin positif dibuktikan ketika negara tersebut beralih dari ekonomi berbasis pertanian menjadi basis industri dan jasa. Transisi basis perekonomian Thailand yang berubah membuat Thailand perlu fokus pada pariwisata. Masuknya negara ini di antara tujuan wisata paling populer di seluruh dunia adalah bukti adanya pertumbuhan pariwisata internasional. Perkembangan pariwisata internasional Thailand pada 2006 tembus US\$12.4 miliar dan masuk peringkat ke-13 dalam penerimaan pariwisata internasional dan peringkat ke-18 dalam kedatangan turis internasional (*UNWTO World Tourism Barometer*, 2007).

Meskipun Thailand merupakan negara kecil, tetapi negara ini membuktikan mampu bersaing di sektor pariwisata. Keberhasilan pariwisata internasional dikaitkan dengan lokasi yang baik, aksesibilitas yang mudah dan strategi pemasaran yang diadopsi untuk promosi negara tersebut ke masyarakat global. McDowall dan Wang (2009) menyatakan bahwa ada 7 faktor yang diidentifikasi sebagai kekuatan untuk pengembangan pariwisata internasional di Thailand:

1. Letak geografis dan aksesibilitas, geografis Thailand sebagai salah satu pusat utama lalu lintas udara Asia sehingga mudah diakses begitupun aksesibilitas kendaraan domestik.
2. Kekayaan sumber daya alam dan keindahan lingkungan.
3. Budaya keramahtamahan yang mengakar pada penduduk setempat, yang membuat wisatawan merasa diterima.
4. Ekonomi yang stabil, stabilitas negara membuat negara bebas dari konflik sehingga memberikan posisi yang menguntungkan.
5. Pemerintahan yang suportif, dimana mendirikan TAT untuk mempromosikan dan memasarkan pariwisata Thailand. Sehingga pariwisata semakin terintegrasi dalam masyarakat Thailand.
6. Pembangunan infrastruktur Thailand dan negara tetangga, pembangunan jembatan Thailand - Laos melintasi Sungai Mekong menjadikan sumber pengunjung signifikan tidak hanya Laos tetapi juga menghubungkan Myanmar, dan Vietnam,
7. *Joint regional marketing*, negara tersebut telah mengambil peran utama dalam memfasilitasi perjalanan dan pariwisata ke negara-negara tetangga Indocina.

Pada 2019, tercatat 40 juta turis datang di Thailand (worlddata, n, d.). Lebih dari itu kontribusi *Travel & Tourism* (T&T) pada Produk Domestik Bruto Thailand pada tahun tersebut menyumbang sebesar 21.9% pendapatan negara (Knoema, 29 November). Terlihat bahwa sektor pariwisata merupakan sektor signifikan bagi Thailand di tahun 2019 sehingga ketergantungan Thailand pada sektor ini sangat tinggi. Selama dua tahun berturut-turut, Thailand diakui sebagai negara pertama yang

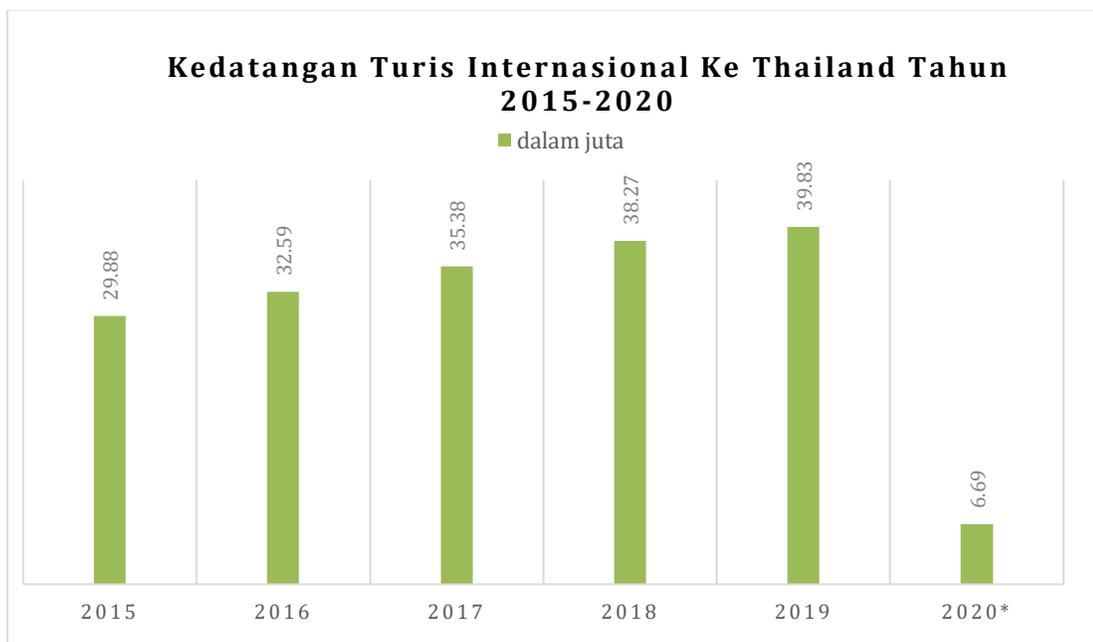
paling banyak didatangi turis selama tahun 2018 sampai dengan 2019 (*Global Destination Cities Index 2019*, n.d.).

Pariwisata di Thailand diharapkan memberikan kontribusi dan dampak positif pada negara, sehingga mampu meningkatkan pendapatan negara dan lebih dari itu bisa membantu perekonomian usaha kecil menengah masyarakat yang masuk sebagai pendukung fasilitas sektor pariwisata. Lebih dari itu, sektor ini mampu menciptakan peluang kerja lebih luas karena salah satu pendukung adalah masyarakat negara itu sendiri. Pergerakan wisatawan juga harus bisa diatur melalui kebijakan pemerintahan. Jadi, tidak hanya mempromosikan tetapi pemerintah juga harus bisa mengawasi tujuan pariwisata di Thailand guna menjaga budaya, alam dan sejarah.

Perkembangan pariwisata internasional Thailand yang meningkat hingga 2019 menemui jalan buntu. COVID-19 ditemukan pertama kali di Cina pada 2019, dunia berada dibawah pengaruh wabah COVID-19. Sejak 11 Maret 2020, *World Health Organization* (WHO) telah menetapkan wabah COVID-19 sebagai pandemi. Sebelumnya WHO (2020), pada bulan Januari 2020 mengumumkan virus tersebut sebagai *Public Health Emergency of International Concern* (PHEIC) dikarenakan adanya kenaikan signifikan terhadap virus tersebut. Menurut *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO), pandemi global telah menempatkan pekerjaan dalam banyak risiko terutama usaha mikro, kecil dan menengah yang mempekerjakan sebagian besar perempuan dan mewakili 54 persen dari industri pariwisata.

Negara-negara yang bergantung pada pariwisata kemungkinan besar akan merasakan dampak negatif dari krisis ini lebih lama daripada negara lain (Behsudi, 2020). Dalam hal ini Thailand sebagai salah satu negara yang bergantung pada sektor industrinya diproyeksikan akan merasakan dampak negatif dari krisis ini lebih lama daripada negara lain. Hal ini berdampak pada kedatangan dan pengeluaran turis Thailand dimana mengalami penurunan sekitar 70% dalam tujuh bulan pertama tahun 2020 dan kedatangan turis asing tercatat 0 sejak April (Sriring & Thepgumpanat, 2020).

Grafik 1.1: Jumlah Kedatangan Turis Internasional ke Thailand Tahun 2015-2020



Sumber: Ministry of Sport and Tourism Thailand Website

Pariwisata internasional, industri yang berkembang pesat yang terkena dampak pembatasan pandemi, merupakan komponen kunci perekonomian Thailand (Saxon, 2021). Dalam hal kedatangan pengunjung internasional pada tahun 2019, Thailand berada di peringkat kedelapan secara keseluruhan, dengan Cina sebagai sumber wisatawan yang signifikan. Berdasar pada gambar 1.1, Thailand meraih rekor 40 juta pengunjung pada tahun 2019, dengan penginapan menyumbang 28% dari pengeluaran pengunjung masuk, diikuti oleh belanja (24% dari pengeluaran), dan makanan dan minuman (14% dari pengeluaran) (21 persen). Selain itu, antara tahun 2014 dan 2019, industri pariwisata Thailand menghasilkan 36 juta pekerjaan baru. pada gambar 1.1 terlihat dampak akibat pandemi COVID-19, jumlah tersebut menurun signifikan pada tiga bulan pertama di tahun 2020 jika dibandingkan dengan bulan yang sama di tahun sebelumnya. Setelah bulan maret Thailand langsung melakukan pengucian nasional dimana dilarangnya masuk melalui jalur darat, udara, air dari luar Thailand.

Pandemi dan pembatasan perjalanan sangat menghambat pariwisata, penurunan tajam dalam perjalanan internasional. Pada September 2021, terdapat 95% lebih sedikit penumpang yang melakukan penerbangan internasional ke Thailand dibandingkan bulan yang sama tahun sebelumnya. Fasilitas pendukung pariwisata yaitu salah satunya Hotel, hanya terisi 9% kamar yang ditempati. Ketidakpastian kondisi ekonomi akibat COVID-19 dan tindakan pencegahan yang dilakukan untuk membasmi penyebaran berdampak besar pada industri pariwisata. Menurut Jiabao (2020), di tahun 2020 bulan Oktober negara Thailand hanya dikunjungi 1.201 turis asing. Kondisi ini sangat kontras dibandingkan tahun lalu yang mencapai 3,07 juta wisatawan mancanegara di bulan yang sama. Menurut *Bank of Thailand* (2020), kunjungan turis ke Thailand pada tahun 2020 menurun sebesar 83,2% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini mengakibatkan kerugian sebesar 1,1 triliun baht (sekitar 36,7 miliar dolar AS) bagi sektor pariwisata Thailand

Grafik 1.2: Penerimaan Pendapatan Pariwisata Thailand



Sumber: Airports of Thailand, Ministry Sports & Tourism Thailand, Mckinsey

Penurunan jumlah turis ini berdampak besar pada pengeluaran pariwisata, karena pengeluaran wisatawan internasional jauh lebih banyak daripada wisatawan lokal. Misalnya, pada tahun 2019, wisatawan internasional mencapai 33 persen dari

keseluruhan wisatawan di Thailand, namun menyumbang hampir 60 persen dari semua pengeluaran pariwisata wisatawan internasional menghabiskan rata-rata \$1.543 per wisatawan, dibandingkan dengan \$152 oleh wisatawan domestik. Penurunan pengeluaran ini tidak diragukan lagi menyebabkan efek pemecah pada industri ritel makanan dan minuman Thailand, yang mencakup 1,2 juta usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) (Saxon et al., 2021).

Thailand merupakan negara yang ekonominya bergantung pada pendapatan pariwisata, dimana pada tahun 2019 Produk Domestik Bruto (PDB) 18.21%. Semakin tinggi persentase pendapatan pariwisata pada Pendapatan Domestik Bruto, semakin tinggi risiko ekonomi negara akan terpengaruh krisis (Pongsakornrunsilp et al., 2022). Tentunya, pandemi membawa efek negatif dalam perekonomian yang disebabkan oleh limitasi penerbangan internasional.

Mengingat bahwa PDB Thailand sangat bergantung pada pendapatan pariwisata internasionalnya, pasar pariwisata domestik saja tidak cukup untuk mengembalikan pendapatan pariwisata negara seperti tahun 2019, pemulihan sektor ini akan bergantung pada kebangkitan perjalanan internasional berdasar pada gambar 2. Secara global, skenario pemulihan ini kemungkinan besar akan membentuk kembali industri perjalanan dunia dan menciptakan keharusan yang kuat bagi sektor publik dan swasta untuk bertindak demi memastikan kelangsungan hidup industri tersebut.

Banyak upaya pemerintah Thailand dalam menghidupkan kembali industri pariwisata yang dilanda pandemi melalui promosi pariwisatanya ke masyarakat internasional. Perdana menteri Thailand, Prayut Chan-o-cha (2020) meluncurkan inisiatif pemerintah *New Normal* dengan mengundang semua masyarakat dari berbagai sektor untuk terlibat dalam membangun Thailand kembali dan kemudian pemerintah akan menjalankan proyek yang diproyeksikan dari berbagai sektor untuk mempercepat kemajuan Thailand.

Salah satu upaya yang dilakukan adalah melakukan *multitrack diplomacy* atau diplomasi multijalur ke mancanegara dalam upaya promosi pemulihan pariwisata. Upaya promosi yang dilakukan bertujuan untuk mengembalikan kekuatan pariwisata

Thailand seperti sebelum pandemi COVID-19. *Multitrack Diplomacy* yang dilakukan Thailand bukanlah hanyalah salah satu pihak yang terlibat dalam upaya tersebut; pemangku kepentingan lainnya termasuk lembaga swasta, LSM, pengusaha, pengrajin, media, akademisi, warga negara dan individu. Oleh karena itu, diplomasi multijalur dapat dianggap sebagai langkah yang dapat memberikan pendekatan yang mudah bagi Thailand untuk meningkatkan kehadiran dan pengaruh pariwisatanya di komunitas global.

Dengan hadirnya berbagai pemangku kepentingan sebagai kunci pemulihan dan promosi pariwisata, diharapkan sektor pariwisata Thailand dapat berjalan maksimal kembali. Dengan tingginya pendapatan negara Thailand terhadap pariwisata dan gencarnya Thailand dalam melakukan promosi pariwisata diharapkan dapat memberikan dampak dan pengaruh yang signifikan terhadap rangkaian kegiatan promosi yang memperkenalkan pariwisata Thailand melalui diplomasi multijalur.

Sehubungan dengan **Pariwisata Thailand** terdapat beberapa karya peneliti yang telah membahas. Seperti (McDowall dan Wang, 2009) membahas perkembangan pariwisata internasional Thailand dari tahun 1994 hingga 2007. Penulis menekankan Thailand perlu menetapkan strategi untuk meningkatkan dan melindungi sumber daya alam dan lingkungannya untuk keuntungan jangka panjang bagi warga dan turisnya. Penelitian menggunakan analisis SWOT dan penulis menyarankan mengembangkan strategi pemasaran untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang Thailand. Hal ini diperkuat dalam penelitian (Ayna, 2019) yang mengatakan strategi untuk mempromosikan kepercayaan internasional dalam dan menyebarkan citra positif pariwisata Thailand telah di implementasi adalah melalui *Amazing Thailand* sebagai *nation branding* yang diharapkan bisa meningkatkan jumlah wisatawan asing.

Penelitian oleh (Chayakul, 2017) membahas pariwisata Thailand sebagai destinasi terpopuler dengan menjelaskan bagaimana dampak sektor pariwisata Thailand dengan analisis kedatangan turis internasional ke Thailand, dimana turis dari Cina telah memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan industri pariwisata Thailand dan menjadikan pariwisata sebagai sumber pendapatan nasional Thailand.

Dalam penelitian (Henkel et.al. 2014) membahas pertimbangan utama turis internasional memilih datang ke Thailand adalah karena wisatawan merasa bahwa Thailand bebas penyakit dan terorisme. Terlebih lagi penulis menemukan bahwa Thailand mempunyai budaya yang unik melalui persepsi turis asing dan penduduk lokal sehingga pemerintah perlu memanfaatkan budaya untuk sektor pariwisata Thailand.

Selanjutnya penelitian mengenai **Pariwisata di Masa COVID-19**. Dijelaskan oleh (Rahman et.al 2021) efek pandemi COVID-19 berpengaruh terhadap persepsi wisatawan dalam melakukan perjalanan. Hasil studi ini menunjukkan bahwa COVID-19 berdampak pada risiko perjalanan wisatawan. dan persepsi manajemen serta dampaknya terhadap manajemen risiko, layanan, pola transportasi, saluran distribusi, penghindaran destinasi padat penduduk, kebersihan dan keselamatan. Wisatawan percaya bahwa pandemi COVID-19 telah menciptakan kecemasan kesehatan wisatawan dan mengurangi rencana perjalanan mereka ke tujuan untuk menghindari risiko. Hal ini dikuatkan dalam penelitian (Deb & Nafi, 2020) bahwa COVID-19 yang berdampak buruk pada industri perjalanan dan pariwisata menyebabkan Baik turis domestik maupun internasional membatalkan pemesanan mereka karena pandemi. Namun, pembatasan perjalanan di berbagai negara telah menyebabkan pembatalan semua perjalanan udara. Oleh itu, bisnis fasilitas pendukung pariwisata kehilangan pendapatan, dan karyawan kehilangan pekerjaan. Diperlukan dorongan ekstra dari pemerintah dalam hal ini agar sektor perjalanan dan pariwisata dapat melewati krisis dan pulih setelah pandemi.

Dengan besarnya dampak COVID-19 terhadap pariwisata, penelitian (Gössling et al, 2020) memberikan pandangan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk tidak kembali ke bisnis seperti biasa ketika krisis berakhir, sehingga perlu transformasi kembali pariwisata global. Kapasitas kebijakan dan strategi juga terkait dengan kapasitas pemerintah. Seperti kasus pemerintah Singapura dalam mengatasi pandemi COVID-10, dimana (Woo, 2020) dalam penelitiannya yang menemukan bahwa kapasitas pemerintah dalam mengelola fiskal, implementasi, analisis data dan politik memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya penanggulangan penyebaran virus. Dengan demikian pemahaman kapasitas pemerintah dapat

dipahami dengan bagaimana pemerintah mampu melaksanakan kebijakannya dengan dibarengi kekuatan fiskal, data, dan politiknya. Di Indonesia sendiri pemerintah memastikan para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif mengacu pada protokol *new normal* dalam menjalankan usahanya melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif guna menghidupkan kembali industri pariwisata (Taufik & Santosa, 2022). Program CHS (Cleanliness, Health, and Safety) merupakan program protokol kesehatan yang akan diberlakukan Indonesia dan Program CHS meliputi kebersihan dan ruang publik, koordinasi destinasi wisata dengan Gugus Tugas COVID-19 dan RSUD terkait, serta aturan *crowd control* dan *social distancing* setiap saat. Menyoroti implikasi manajerial di sektor pariwisata akibat COVID-19, keamanan pariwisata harus diprioritaskan dalam periode pariwisata yang akan datang. Pemerintah perlu memahami kebijakan yang paling efektif untuk diterapkan dalam kegiatan pariwisata, dan strategi untuk mendapatkan kepercayaan dari wisatawan internasional.

Lalu penelitian berikutnya mengenai **Multi Track Diplomacy**. penelitian (Idriasih & Harto, 2016) bertujuan untuk menyoroti potensi promosi pariwisata Indonesia ke dunia internasional, yang tidak hanya dilakukan oleh pemerintah tetapi juga oleh sejumlah organisasi lain, lembaga swasta, lembaga swadaya masyarakat (LSM), pemilik usaha, pengrajin, media, akademisi, dan warga negara. Penelitian ini mengidentifikasi *wonderful indonesia* sebagai media diplomasi multijalur. Oleh karena itu, pengertian diplomasi budaya sebagai komponen soft power dan multi-track diplomacy digunakan untuk menggambarkan upaya diplomasi yang dilakukan Indonesia untuk meningkatkan pariwisata Indonesia di mata dunia. Selain Indonesia Korea menjadi salah satu contoh dalam mempromosikan budaya korea kepada dunia lewat diplomasi multi jalur, pemerintah Korea Selatan telah mengidentifikasi organisasi non-pemerintah atau profesional, bisnis, penelitian warga negara, pelatihan dan pendidikan, aktivisme atau advokasi, komunikasi, dan media sekaligus melalui UKM, yang merupakan keuntungan besar bagi pemerintah dalam menyebarkan *Hallyu* kepada dunia (Permatasari, 2022). Penelitian tersebut memberi pandangan bagaimana kontribusi perusahaan manajemen hiburan sebagai aktor non-negara=di Korea dalam memasarkan budaya korea ke mata dunia.

Tinjauan Pustaka yang tercantum secara detail dibagi menjadi tiga pembahasan yaitu Pariwisata Thailand, Pariwisata Masa COVID-19 dan Multi Track Diplomacy. Karya ilmiah yang ada hanya membahas secara umum bagaimana pariwisata di masa COVID-19 berjalan dengan adanya adaptasi baru. Sedangkan, dalam hal ini penulis berfokus dalam penelitiannya bagaimana upaya Thailand dalam pemulihan sektor pariwisata melalui *multi track diplomacy* dalam meningkatkan turis internasional di masa pandemi COVID-19.

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan ketergantungan Thailand pada sektor pariwisata dan Krisis Pandemi COVID-19 yang membawa pembiasaan baru. Maka penulis akan menemukan sebuah jawaban dalam penelitian ini dengan sebuah pertanyaan yaitu: “Bagaimana Upaya Pemulihan Sektor Pariwisata Thailand Melalui Pelaksanaan *Multi Track Diplomacy* Dalam Meningkatkan Turis Internasional Di era New Normal Tahun 2020-2022?”

1.3 Tujuan Penulisan.

Merujuk pada latar belakang dan rumusan masalah yang penulis telah uraikan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan mengenai analisa diplomasi sektor pariwisata di masa krisis terutama krisis kesehatan melalui konsep *multi track diplomacy* Thailand dalam mengembalikan pariwisatanya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan upaya kembali sektor pariwisatanya yang terpuruk akibat krisis melalui aktivitas berbagai aktor diplomasi dengan melalui fakta dan data yang valid.

1.4 Manfaat Penulisan.

Berdasar dengan masalah yang terjabar, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengetahui Upaya Pemerintah Thailand melalui Pelaksanaan *Multi Track Diplomacy* dalam Meningkatkan Wisatawan Mancanegara di Masa New Normal

Tahun 2020-2022. Maka penulisan memiliki manfaat yang bersifat praktis dan teoritis sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan pandangan dan wawasan dalam penelitian terkait upaya suatu negara di bidang Hubungan Internasional terutama dalam konsep diplomasi multijalur dalam merealisasikan upaya peningkatan di sektor pariwisata. Lebih dari itu, hasil penelitian penulis diharapkan bisa menjadi bagian dari referensi akademik dengan tema yang sama.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk dijadikan referensi mengenai apa yang dapat dilakukan Thailand dan negara lain di masa depan untuk memperkuat upaya diplomasi multijalur dalam peningkatan sektor pariwisata di masa krisis, khususnya dalam menarik kembali wisatawan mancanegara. Penulisan ini menjadi kontribusi penulis berupa data, informasi dan pengetahuan ke khalayak luas

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN.

Konteks masalah, bagaimana masalah itu didefinisikan atau difokuskan, tujuan penelitian, tinjauan literatur, kerangka konseptual, metodologi penelitian, dan deskripsi sistematik semuanya tercakup dalam bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.

Bab ini membahas *literature review*, yang digunakan untuk menemukan penelitian terdahulu yang menjawab pertanyaan yang sama dengan penelitian penulis. Bab ini juga mencakup gagasan dan teori yang akan membantu peneliti menganalisis masalah, serta alur pemikiran dan asumsi yang dibuat oleh peneliti mengenai masalah yang telah diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN.

Teknik penelitian yang digunakan untuk memaksimalkan penelitian dibahas dalam bab ini. Peneliti juga membahas berbagai jenis penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, sumber data, dan metode analisis data dalam bab ini.

BAB IV DINAMIKA PARIWISATA THAILAND DI MASA NEW NORMAL COVID-19.

Bab ini menjelaskan Bagaimana kondisi pariwisata Thailand sebelum dan sesudah pandemi COVID-19 diumumkan oleh *World Health Organization* (WHO)

BAB V UPAYA MULTITRACK DIPLOMASI PARIWISATA THAILAND.

Bab ini menjelaskan upaya upaya yang dilakukan yang dilakukan para *stakeholder* Thailand dalam mempromosikan pariwisata Thailand di masa pandemi COVID-19.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.

Bab ini berfungsi sebagai penutup dari bab-bab sebelumnya dan berisi kesimpulan berupa jawaban dari permasalahan penelitian