

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berbagai upaya diplomasi multijalur yang diterapkan Thailand sepanjang tahun 2020 hingga 2022 di era *new normal* berfokus pada promosi pariwisata Thailand. Setelah menganalisa berbagai diplomasi multijalur yang dilakukan Thailand dengan menggunakan konsep diplomasi *multi-track* membawa pada jawaban rumusan masalah pada penelitian ini. Thailand berhasil menarik kembali minat wisatawan mancanegara untuk melakukan pariwisata ke Thailand di masa pandemi. Tidak ada kedatangan wisatawan mancanegara ke Thailand pada pertengahan tahun 2020, hal ini dikarenakan Thailand menutup negaranya dari dunia global memfokuskan pemulihan penyebaran virus domestik. Tetapi di menjelang akhir tahun Thailand mengenakan beberapa skema dalam rangka pembukaan Thailand perlahan kepada masyarakat internasional untuk pemulihan pariwisatanya.

Promosi serta strategi yang dilakukan Thailand merupakan upaya untuk mengembalikan kepercayaan wisatawan untuk berwisata ke Thailand dan juga membentuk citra positif bagi pariwisata Thailand. Industri pariwisata merupakan sektor signifikan untuk pertumbuhan ekonomi Thailand dan Thailand merupakan negara yang bergantung pada sektor tersebut. Pandemi ini menciptakan peluang serta tantangan Thailand dalam mempromosikan pariwisatanya karena promosi pembukaan Thailand terhadap wisatawan mancanegara perlu hati-hati dikarenakan masih berada di masa pandemi sehingga harus memperhatikan protokol kesehatan serta menciptakan perjalanan pariwisata yang aman.

Upaya pertama dalam rangka menarik kembali wisatawan mancanegara untuk datang ke Thailand terdapat inisiatif serta kerjasama yang dilakukan oleh *Tourism Authority of Thailand* (TAT), diantaranya mengenakan skema *Special Tourism Visa* yang merupakan perizinan tinggal lama di Thailand untuk wisatawan mancanegara. Selain itu, terdapat skema *Phuket Sandbox* dan kerjasama dengan berbagai maskapai internasional yang bertujuan untuk mendatangkan wisatawan ke Thailand di masa

pandemi melalui perjalanan aman dengan menyediakan penerbangan langsung dan penambahan maskapai serta perjalan terpadu untuk wisatawan sehingga dapat menambah jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Thailand. Lebih dari itu, TAT juga menyelenggarakan Thailand Travel Mart+ yang bertujuan mempromosikan pariwisata lewat para *stakeholder* industri pariwisata di seluruh dunia.

Selanjutnya perusahaan publik serta swasta juga membantu Thailand dalam menarik kembali minat wisatawan untuk berwisata ke Thailand di era New Normal dengan membuat inisiatif HugThais yang bekerjasama dengan perusahaan publik-swasta Thailand, hotel, operator perjalanan serta UMKM dengan menawarkan berbagai penawaran eksklusif bertujuan untuk mendorong wisatawan melakukan perjalanan ke Thailand. Selain itu, kerja sama kolaborasi Central Pattana yang merupakan perusahaan ritel terbesar di Thailand dengan platform aplikasi Klook untuk mempromosikan pariwisata Thailand, dimana Thailand menjadi *headline* di aplikasi tersebut dan adanya penawaran khusus untuk wisatawan yang ingin datang ke Thailand.

Upaya diplomasi juga dilakukan melalui media bertujuan untuk membentuk citra positif dan mempromosikan pariwisata Thailand melalui unggahan posting sosial media ketika pandemi berlangsung. Unggahan posting sosial media *Tourism Authority of Thailand* disesuaikan oleh bahasa negara tersebut. Selain itu, upaya diplomasi juga dilakukan dengan melakukan kampanye promosi pariwisata Thailand melalui iklan video komersial atau TVC berjudul “*Write your new chapter*” pada 29 Juni 2022. Kampanye promosi ini dimulai dari kawasan Eropa yang nantinya menyebar di wilayah lain. TVC ini bertujuan untuk mengenalkan budaya dan mengenalkan pariwisata Thailand ke masyarakat global.

Diplomasi Thailand melalui *multi-track diplomacy* dalam mempromosikan pariwisatanya di era *new normal* berhasil membantu pemulihan pariwisata Thailand. Dimana Thailand berhasil meyebarakan citra positif pariwisata Thailand ke masyarakat global dan mengembalikan kepercayaan untuk melakukan pariwisata ke Thailand di masa pandemi, terbukti dari meningkatnya jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Thailand sepanjang tahun 2020 hingga 2022.

6.2 Saran

Pemerintah masih harus tetap melakukan promosi pariwisata yang menekankan pada protokol kesehatan guna mengantisipasi adanya mutasi virus baru. Thailand harus tetap menjaga bahkan bila perlu meningkatkan hubungan diplomasinya dengan mitra lainnya seperti maskapai dan negara dengan sumber wisatawan asing untuk Thailand agar dapat lebih meningkatkan lagi kunjungan wisatawan seperti sebelum pandemi melanda. Hal ini disarankan dilakukan karena angka kunjungan wisatawan mancanegara ke Thailand masih belum mencapai angka seperti tahun 2019, walaupun pada tahun 2022 harapan pemerintah sudah terpenuhi dengan angka kunjungan wisatawan. Pemerintah harus lebih berkolaborasi dengan para *stakeholder* pariwisata untuk strategi manajemen krisis di masa mendatang agar lebih siap dalam pencegahan krisis untuk meminimalisir kerugian banyak. Lebih dari itu, perlunya pemanfaatan teknologi sebagai saluran komunikasi dan promosi pariwisata Thailand dengan maksimal. Dengan memaksimalkan publikasi berita maupun kegiatan yang dilakukan TAT, dikarenakan peran media internasional sangat penting karena adanya kemajuan pesat teknologi dimana mayoritas seluruh masyarakat dunia dapat mengakses media dengan mudah.