

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan semakin meningkatnya perkembangan ekonomi global, ASEAN sebagai organisasi regional di kawasan Asia Tenggara yang terdiri dari 10 anggota, yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Brunei Darussalam, Thailand, Vietnam, Kamboja, Myanmar, dan Laos, melakukan kerja sama internal yang difokuskan pada bidang ekonomi, yaitu Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). MEA adalah sebuah bentuk integrasi di sektor ekonomi antara anggota ASEAN yang bertujuan untuk mengadakan perdagangan bebas produk dan jasa antar anggotanya (AEC Council Minister Indonesia, 2020). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) ada dan didirikan untuk mencapai sebuah integrasi pada sektor ekonomi di kawasan ASEAN dengan menciptakan kawasan ASEAN yang lebih terintegrasi, berkembang lebih pesat, bebas dari kemiskinan dan bertujuan untuk meningkatkan ekonomi ASEAN dalam rangka mencapai kemakmuran yang berkelanjutan.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) memiliki empat ciri-ciri, yaitu: (1) pasar tunggal dan basis produksi, (2) kawasan ekonomi yang memiliki daya saing tinggi, (3) kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata, dan (4) kawasan yang terintegrasi penuh dengan ekonomi global. Dalam pembentukan pasar tunggal dan basis produksi terdapat lima komponen utama, yang meliputi: (1) aliran bebas barang; (2) aliran bebas jasa; (3) aliran bebas investasi; (4) aliran bebas modal; dan (5) aliran bebas untuk tenaga kerja (Hidayat, 2019). Berangkat dari adanya ciri-ciri dan komponen-komponen tersebut, pembentukan pasar tunggal dan basis produksi menjadi fokus terpenting di ASEAN yang dapat berpotensi untuk memberikan dampak yang signifikan kepada negara-negara anggota ASEAN.

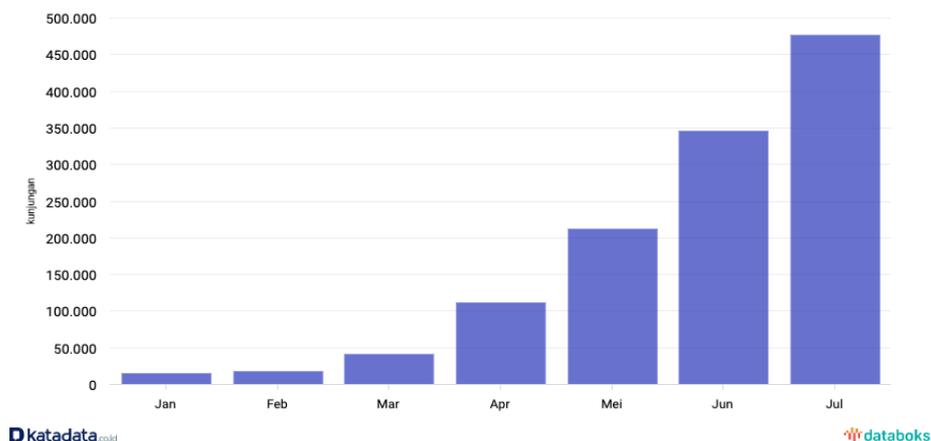
Dengan adanya karakteristik dan fokus MEA terhadap pasar tunggal dan basis produksi, hal ini menjadi momentum penting bagi para negara-negara yang tergabung sebagai anggota ASEAN untuk mendapatkan kesempatan dalam mengembangkan potensi di dalam negerinya. Di dalam Masyarakat

Ekonomi ASEAN (MEA) terdapat 5 cetak biru dan 23 strategic action plan yang direncanakan untuk dicapai pada tahun 2025. Terdapat juga beberapa manfaat yang dapat diperoleh dan dimaksimalkan oleh para anggota-anggota ASEAN dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yaitu: (1) meningkatkan keuntungan negara; (2) menciptakan lapangan pekerjaan; (3) meningkatkan arus investasi asing; (4) meningkatkan kesejahteraan masyarakat; (5) mengembangkan berbagai macam sektor, seperti sektor pariwisata, transportasi, telekomunikasi, energi, dan lain-lain; dan (6) menstabilkan perekonomian negara.

Indonesia sebagai negara anggota ASEAN mempunyai kesempatan untuk memanfaatkan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sebagai wadah untuk meningkatkan potensi berbagai macam sektor yang ada, termasuk di dalamnya sektor pariwisata. Indonesia adalah negara yang memiliki letak strategis di kawasan Asia Tenggara dan terdiri dari berbagai macam pulau-pulau yang memiliki banyak keindahan alam. Menurut data statistik pada tahun 2021, Indonesia memiliki sekitar 16,766 pulau yang tercatat (Badan Pusat Statistik, 2022). Dengan adanya pulau-pulau tersebut, Indonesia mempunyai kesempatan yang sangat besar untuk mengembangkan potensi sektor pariwisata melalui Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Selain itu, sektor pariwisata termasuk dalam salah satu sektor unggulan untuk dikembangkan di ASEAN karena sumber daya alam, keanekaragaman budaya, dan karakteristik lain yang dimiliki ASEAN (Hidayat, 2019). Sebagaimana telah tertulis dalam 23 strategic action plan yang dimiliki oleh Masyarakat Ekonomi ASEAN, yaitu untuk meningkatkan konektivitas dan kerja sama sektoral bidang pariwisata.

Berbagai macam keindahan alam di Indonesia, dapat ditemui di berbagai macam daerah, seperti Bali, Lombok, Raja Ampat, Maluku, Sumbawa, dan lain-lain. Karena adanya keindahan alam tersebut, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada Juli 2022 terdapat sebanyak 476.970 turis asing yang berkunjung ke Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2022).

**Gambar 1.1 Kunjungan Turis Mancanegara ke Indonesia (Bulan Januari–Juli 2022)**



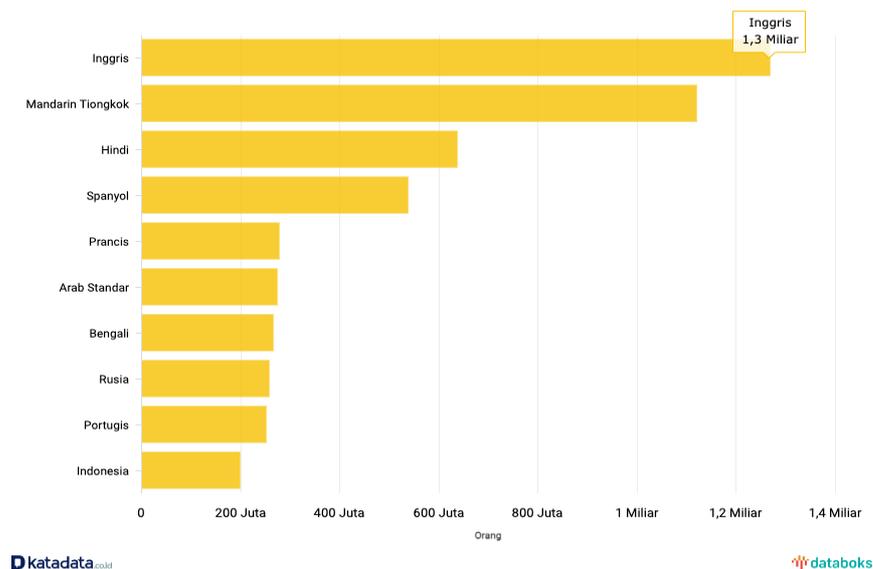
Sumber: Databoks Katadata, 2022.

Hal ini tentunya dapat membuktikan bahwa arus masuknya turis asing untuk berpariwisata sangatlah tinggi di Indonesia. Karena tingginya arus kedatangan dari para turis asing untuk berpariwisata di Indonesia, hal ini dapat menjadi sumber keuntungan. Dari banyaknya kunjungan turis, Indonesia akan mendapatkan keuntungan berupa meningkatkan nilai devisa negara.

Dalam rangka memanfaatkan kuatnya arus masuk wisatawan mancanegara di Indonesia, terutama mereka yang ingin melakukan kunjungan wisata, ada upaya peningkatan pelayanan yang perlu dilakukan oleh semua aktor yang terlibat. Salah satu aktor yang terlibat dalam hal ini adalah non state actor, seperti para pekerja di sektor pariwisata, yang meliputi tour guide, UMKM, POKDARWIS, dan lain-lain. Upaya untuk meningkatkan pelayanan tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan kemampuan komunikasi. Komunikasi di sini berarti interaksi yang dilakukan oleh para aktor non negara, yang meliputi tour guide, UMKM, POKDARWIS, dan lain-lain dengan turis, atau yang juga bisa disebut juga sebagai kegiatan komunikasi internasional. Sesuai dengan definisinya, komunikasi internasional adalah kegiatan yang berbentuk interaksi di antara komunikator sebuah negara dengan komunikator dari negara lain yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan-pesan yang berkaitan dengan berbagai kepentingan untuk memperoleh kerja sama, dukungan dan bantuan. Biasanya, komunikasi yang dilakukan akan

menggunakan salah satu bahasa yang paling universal atau sering digunakan pada level internasional, yaitu bahasa Inggris. Kemampuan dalam berkomunikasi dalam bahasa Inggris dapat membantu dalam menangani hambatan saat memberikan layanan kepada turis asing. Diketahui bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa global yang digunakan di dunia, diakui dan digunakan sebagai bahasa resmi oleh PBB, serta digunakan sebagai alat komunikasi internasional di negara-negara di seluruh belahan dunia. Masyarakat di dunia paling banyak menggunakan bahasa Inggris, setidaknya terdapat 1,3 miliar orang yang memanfaatkan dan menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pertama dan bahasa kedua (Ethonologue, 2020).

**Gambar 1.2 10 Bahasa yang Paling Banyak Digunakan di Dunia**



Sumber: Databoks Katadata, 2021

Bahasa Inggris sebagai alat komunikasi internasional antara para aktor di sektor wisata dan turis asing menjadi hal yang penting untuk disoroti. Selain itu, bahasa Inggris juga termasuk dalam official working language di ASEAN. Indonesia sebagai salah satu negara yang ikut berkompetisi di dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan juga memiliki potensi dan peluang untuk meningkatkan tingkat ekonomi yang sangat besar dalam sektor pariwisata, masih berada dalam kategori yang rendah dalam kecakapan berbahasa Inggris. Menurut Indeks Kecakapan Bahasa Inggris EF, Indonesia

terdapat di peringkat ke 80 dari 112 negara dan termasuk dalam kategori kecakapan rendah dalam berbahasa Inggris (English First, 2021).

**Gambar 1.3 Tingkat Kemampuan Bahasa Inggris Berdasarkan Indeks Kecakapan Bahasa Inggris EF**

Kecakapan Sangat Tinggi		Kecakapan Tinggi		Kecakapan Menengah			
01 Belanda	653	14 Serbia	599	32 Hong Kong, Cina	545	44 Paraguay	520
02 Austria	641	15 Rumania	598	33 Spanyol	540	47 Chili	516
03 Denmark	636	16 Polandia	597	34 Lebanon	536	48 India	515
04 Singapura	635	17 Hongaria	593	35 Italia	535	49 Cina	513
05 Norwegia	632	18 Filipina	592	36 Moldova	532	50 Georgia	512
06 Belgia	629	19 Yunani	591	37 Korea Selatan	529	51 Rusia	511
07 Portugal	625	20 Slowakia	590	38 Belarus	528	52 Tunisia	510
08 Swedia	623	21 Kenya	587	39 Albania	527	53 Uruguay	509
09 Finlandia	618	22 Estonia	581	40 Ukraina	525	54 El Salvador	508
10 Kroasia	617	23 Bulgaria	580	41 Bolivia	524	55 Honduras	506
11 Jerman	616	24 Lituania	579	42 Ghana	523	56 Peru	505
12 Afrika Selatan	606	25 Swiss	575	43 Kuba	521	57 Makau, Cina	504
13 Luksemburg	604	26 Latvia	569	44 Kosta Rika	520	58 Iran	501
		27 Republik Ceko	563				
		28 Malaysia	562				
		29 Nigeria	560				
		30 Argentina	556				
		31 Prancis	551				

Sumber: English First, 2021

**Gambar 1.4 Tingkat Kemampuan Bahasa Inggris Berdasarkan Indeks Kecakapan Bahasa Inggris EF**

Kecakapan Rendah		Kecakapan Sangat Rendah			
59 Armenia	499	87 Afghanistan	448	100 Thailand	419
60 Brasil	497	73 Venezuela	475	101 Kirgizstan	418
61 Guatemala	493	75 Aljazair	474	102 Oman	417
62 Nepal	492	76 Nikaragus	470	103 Tajikistan	405
63 Etiopia	491	77 Madagaskar	469	104 Arab Saudi	404
63 Pakistan	491	78 Jepang	468	105 Haiti	403
65 Bangladesh	490	79 Qatar	467	106 Somalia	401
66 Vietnam	486	80 Indonesia	466	107 Irak	399
67 Tanzania	485	81 Kolombia	465	108 Libya	390
68 Mozambik	482	82 Sri Lanka	464	109 Rwanda	389
69 Uni Emirat Arab	480	83 Mongolia	461	110 Republik Demokratik Kongo	386
70 Turki	478	84 Kuwait	458	111 Sudan Selatan	363
71 Maroko	477	85 Mesir	455	112 Yaman	360
72 Bahrain	476	86 Azerbaijan	451		

Sumber: English First, 2021

Dengan masih rendahnya level kecakapan bahasa Inggris di Indonesia, hal ini nantinya bisa menjadi hambatan bagi para-para aktor yang terlibat. Maka dari itu, aktor-aktor yang terlibat di dalam sektor pariwisata dianjurkan untuk mengembangkan potensi kemampuan komunikasi internasionalnya dengan mempelajari dan memperdalam bahasa Inggris.

Dalam proses mempelajari dan memperdalam bahasa Inggris tersebut, sering kali terdapat hambatan yang bermunculan, seperti terbatasnya waktu untuk belajar dan aksesibilitas yang sulit dijangkau ketika para aktor-aktor

tersebut bekerja dari berbagai macam tempat atau daerah. Hambatan-hambatan ini membuat para aktor mengalami kesulitan untuk mengalokasikan waktu untuk belajar bahasa Inggris, terutama jika harus belajar bahasa Inggris secara langsung di suatu tempat.

Berangkat dari permasalahan ini dan dengan adanya pemanfaatan transformasi digital, hambatan tersebut dapat mulai diatasi. Beberapa perusahaan rintisan di Indonesia yang berbasis pendidikan mulai membuat inovasi-inovasi baru untuk mempermudah pembelajaran bahasa Inggris, salah satu perusahaan rintisan tersebut adalah PT Bahaso Intermedia Cakrawala.

### **1.1.1 PT Bahaso Intermedia Cakrawala**

PT Bahaso Intermedia Cakrawala atau yang biasa disebut dengan Bahaso dibangun dan berdiri di Indonesia sejak tahun 2015 dengan menawarkan solusi bagi masyarakat Indonesia yang ingin mempelajari dan menguasai bahasa asing dengan metode yang lebih efektif dalam waktu, efisien dalam biaya dan fleksibel. Para pengguna Bahaso dapat belajar dari mana saja dan kapan saja tanpa harus bertemu langsung. Dengan demikian, akan semakin banyak masyarakat Indonesia yang berada di perkotaan maupun pedesaan yang bisa mendapat kesempatan untuk mempelajari dan menguasai bahasa asing dengan cara yang lebih mudah dan nyaman.

PT Bahaso Intermedia Cakrawala telah menjadi aplikasi terbaik untuk pelatihan bahasa asing di Indonesia, dengan pengguna saat ini sekitar lebih dari 500.000 pengguna, telah diakui pencapaian dan inovasinya oleh HolonIQ. HolonIQ adalah sebuah platform terkemuka di dunia yang mendukung pemerintah, lembaga, perusahaan dan investor, dengan wawasan data untuk mendukung keputusan yang penting (HolonIQ, 2022). Selain itu, PT Bahaso Intermedia Cakrawala juga meraih kategori sebagai 50 aplikasi edukasi terbaik dalam kategori “50 Most Promising EdTech Startups from Southeast Asia” (HolonIQ, 2021), “50 Most Innovative Technology Companies Across Southeast Asia” (HolonIQ, 2021), dan kategori “Google Play Store Best Self-Improvement App 2018” (Google, 2018).

PT Bahaso Intermedia Cakrawala memiliki tekad untuk berkontribusi dalam membangun Indonesia melalui program pembelajaran bahasa asing untuk mengembangkan potensi masyarakat Indonesia dalam melakukan komunikasi internasional yang sangat dibutuhkan di era 4.0. PT Bahaso Intermedia Cakrawala juga menyadari bahwa kemampuan berbahasa asing termasuk dalam salah satu keterampilan yang penting untuk dapat bersaing di skala global, terlebih lagi bagi Indonesia yang telah memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

### **1.1.2 Program Pelatihan Bahasa Inggris oleh PT Bahaso Intermedia Cakrawala**

Hadirnya PT Bahaso Intermedia Cakrawala sebagai salah satu perusahaan rintisan yang memberikan layanan pembelajaran bahasa Inggris dapat membantu dalam mengatasi hambatan komunikasi internasional yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia di sektor pariwisata. Melalui salah satu program pelatihan bahasa, PT Bahaso Intermedia Cakrawala bekerja sama dengan BAKTI KOMINFO (Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi Kementerian Komunikasi dan Informatika) membuat program yang bersinggungan langsung dengan sektor pariwisata, yaitu “Program Pelatihan Bahasa Asing Melalui Platform Digital bagi Pelaku Pariwisata”. Program ini diharapkan bisa meningkatkan soft skill yang dimiliki oleh para pekerja wisata dalam rangka meningkatkan kualitas komunikasi internasional yang nantinya juga dapat untuk bersaing di dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Sejalan dengan adanya harapan untuk mengembangkan potensi kemampuan berbahasa asing, program ini memiliki tujuan untuk menarik sebanyak-banyaknya wisatawan asing yang berkunjung ke desa-desa wisata. Target peserta program ini dikhususkan pada pekerja di sektor dan daerah pariwisata, yang meliputi kelompok sadar wisata (POKDARWIS), tour guide, UMKM/Ekonomi Kreatif, pengelola hotel/homestay dan rental. Selama tahun 2021 dan 2022, program ini

telah memberikan pelatihan bahasa Inggris gratis kepada 600 peserta yang berasal dari 15 provinsi di Indonesia yang didapatkan dari kurasi pemetaan desa wisata.

**Tabel 1.1 Pemetaan Provinsi dan Kabupaten Peserta Program Pelatihan Bahasa Inggris**

No.	Provinsi	Kabupaten
1.	Sumatera Utara	Tapanuli Utara Toba Samosir Dairi Humbang Hasundutan Samosir Simalungun
2.	Jawa Barat	Garut
3.	Jawa Timur	Blitar
4.	D.I. Yogyakarta	Gunung Kidul
5.	Maluku	Maluku Barat Daya Maluku Tengah
6.	Maluku Utara	Halmahera Timur
7.	Nusa Tenggara Barat	Dompu Sumbawa Barat
8.	Sulawesi Barat	Polewali Mandar
9.	Sulawesi Tengah	Banggai Kepulauan Parigi Moutong

Sumber: PT Bahaso Intermedia Cakrawala, 2022.

Beberapa tulisan telah membahas tentang kehadiran pembelajaran berbasis online yang diciptakan oleh perusahaan rintisan melalui pemanfaatan digitalisasi telah berkembang dengan pesat dan memberikan inovasi yang menarik perhatian para pelaku pendidikan dan dapat dimanfaatkan sebagai salah satu model pembelajaran jarak jauh dan alat untuk transfer pengetahuan (Mey Lida & Eliya, 2019). Selain itu, kehadiran teknologi juga dianggap telah berhasil memberikan perubahan di dalam berbagai macam aspek dan bidang kehidupan manusia, salah satunya yaitu bidang pendidikan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya inovasi dalam pembelajaran online khususnya pembelajaran bahasa Inggris yang dapat diakses dan digunakan oleh semua orang dengan mudah dimana saja (Yusuf et al., 2021).

Sementara itu, tulisan lain juga membahas tentang pentingnya meningkatkan kemampuan bahasa Inggris yang nantinya akan digunakan sebagai alat komunikasi internasional pada sektor pariwisata di dalam MEA. Sektor pariwisata adalah sektor di dalam MEA yang harus dicermati, karena sektor pariwisata telah berkontribusi sebanyak sembilan persen terhadap pertumbuhan ekonomi dunia (R Parianom & Nur Fitri Rahmawati, 2019). Di Indonesia, sektor pariwisata dinilai dan dilihat sebagai sektor yang paling siap dalam menghadapi persaingan di MEA, karena Indonesia memiliki potensi pariwisata yang beragam dan menarik, namun di sisi sumber daya manusia, Indonesia masih perlu meningkatkan kemampuan masyarakatnya dalam berbahasa Inggris (Sabon et al., 2018).

Literatur lain juga membahas pentingnya bahasa Inggris sebagai alat komunikasi internasional di Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Bahasa Inggris merupakan komponen penting yang berperan sebagai alat komunikasi internasional untuk Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN terutama di bidang pariwisata. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan hal yang harus dihadapi oleh Indonesia dan diperlukan kemampuan-kemampuan untuk membawa Indonesia kepada keberhasilan tersebut, salah satunya yaitu, kemampuan dalam menggunakan bahasa Inggris (Handayani, 2016). Penggunaan bahasa Inggris pada Masyarakat Ekonomi ASEAN bersesuaian dengan indeks kemampuan kecakapan bahasa Inggris pada setiap

negara. Komunikasi yang terbangun dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN karena bahasa Inggris (Roinah, 2022). Selain itu, ditemukan bahwa bahasa Inggris berfungsi sebagai prasyarat bagi mereka yang mencari pekerjaan di sektor pariwisata dan bahasa Inggris memainkan peran penting dalam sektor ini, termasuk peran dalam komunikasi, integrasi, lingua-france, membangun hubungan, bisnis/ekonomi, dan fungsionalitas (Damayanti, 2019).

Karena dalam bidang apapun, penggunaan bahasa Inggris akan selalu digunakan sebagai alat komunikasi yang valid, yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari nantinya (Nasution, 2018). Kemahiran dalam berbahasa Inggris merupakan salah satu persyaratan dasar untuk dapat bersaing dalam globalisasi dan sudah saatnya masyarakat Indonesia mengembangkan kemahiran berbahasa Inggris baik untuk komunikasi maupun kebutuhan khusus dalam hal Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang dapat membawa Indonesia ke tingkat pertumbuhan yang lebih baik. (Shobikah, 2017). Bagi Indonesia untuk mendapatkan manfaat dalam MEA, penekanan pada pendidikan bahasa Inggris sangat penting karena dengan tenaga kerja yang lebih fasih berbahasa Inggris, Indonesia akan lebih siap menghadapi MEA (Larsen, 2016).

Berdasarkan literatur yang sudah ada, terlihat bahwa tulisan-tulisan tersebut memfokuskan bahasanya pada fokus penelitiannya masing-masing. Belum ada tulisan akademis yang secara spesifik membahas bagaimana peran perusahaan rintisan di bidang pendidikan terhadap pengembangan kemampuan komunikasi internasional pekerja sektor pariwisata di Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Oleh karena itu, untuk mengisi gap akademik yang ada, penelitian ini akan memiliki fokus pada hal tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Indonesia sebagai bagian dari ASEAN yang juga tergabung di dalam kerja sama ekonomi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. PT Bahaso Intermedia Cakrawala sebagai penyedia pelatihan bahasa asing hadir untuk membantu mengembangkan potensi komunikasi internasional para pekerja di industri pariwisata dengan

bekerja sama dengan BAKTI KOMINFO untuk memberikan pelatihan bahasa Inggris gratis agar para tenaga kerja di sektor pariwisata dapat berkompetisi di pasar yang lebih luas lagi, terutama di pasar Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Oleh karena itu, dapat ditarik suatu rumusan permasalahan yang melandasi penelitian ini, yaitu: “Bagaimana Peran PT Bahaso Intermedia Cakrawala dalam Mengembangkan Kemampuan Komunikasi Internasional Pekerja Sektor Pariwisata di Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Di dalam penelitian ini, terdapat dua tujuan utama yang ingin dicapai, yaitu tujuan praktis dan tujuan teoritis. Tujuan praktis adalah tujuan penelitian yang diharapkan dapat diimplementasikan secara langsung di lapangan. Sedangkan, tujuan teoritis adalah tujuan penelitian yang diharapkan dapat lebih menekankan pada manfaat akademis penelitian.

#### **1.3.1 Tujuan Praktis**

Dalam tujuan praktis, penelitian ini bertujuan untuk memahami peran PT Bahaso Intermedia Cakrawala dalam mengembangkan kemampuan komunikasi internasional pekerja sektor pariwisata di Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

#### **1.3.2 Tujuan Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam rumusan masalah dengan menggunakan fokus studi komunikasi internasional dan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) melalui pemahaman peran PT Bahaso Intermedia Cakrawala dalam mengembangkan kemampuan komunikasi internasional pekerja sektor pariwisata di Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Di dalam ini terdapat dua jenis manfaat yang ingin dikontribusikan, yaitu manfaat praktis dan akademis.

#### 1.4.1 Manfaat Praktis

Dalam manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan manfaat dalam pengembangan kemampuan komunikasi internasional pekerja sektor pariwisata di Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) melalui PT Bahaso Intermedia Cakrawala.

#### 1.4.2 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi, menambah manfaat dan menambahkan wawasan tentang peran PT Bahaso Intermedia Cakrawala dalam mengembangkan kemampuan komunikasi internasional pekerja sektor pariwisata di Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yang dapat dimanfaatkan sebagai referensi kajian akademisi di masa yang akan datang melalui sudut pandang Ilmu Hubungan Internasional.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Tulisan ini terdiri dari beberapa struktur penulisan, yaitu:

**Bab I** berisikan pendahuluan yang berisikan latar belakang penelitian. Pada bagian ini penulis menjelaskan peran PT Bahaso Intermedia Cakrawala dalam hubungannya dengan pengembangan kemampuan komunikasi pekerja sektor pariwisata di Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Di dalam bagian ini juga terdapat rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab II** berisikan penjelasan mengenai konsep dan teori yang digunakan sebagai landasan untuk mengkaji rumusan masalah penelitian. Konsep dan teori yang dimaksud meliputi teori komunikasi internasional, regionalisme ekonomi, dan transformasi digital. Di dalam bagian ini juga terdapat kerangka pemikiran yang menjelaskan alur berpikir penelitian, dimulai dari rumusan masalah sampai ke hasil penelitian secara umum

**Bab III** berisikan penjelasan mengenai metode yang digunakan dalam penulisan penelitian. Di dalam bagian ini terdapat pembahasan terkait objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, dan teknik

analisis data. Selain itu, di dalam bagian ini juga terdapat tabel rencana waktu penelitian yang menjelaskan timeline proses penelitian.

**Bab IV** berisi pembahasan tentang penjelasan dari temuan-temuan dalam penelitian yang telah dianalisis menggunakan teori dan konsep tertentu agar dapat mendapatkan jawaban atas rumusan masalah yang ada di dalam penelitian.

**Bab V** berisi pembahasan tentang penjelasan dari temuan-temuan dalam penelitian yang telah dianalisis menggunakan teori dan konsep tertentu agar dapat mendapatkan jawaban atas rumusan masalah yang ada di dalam penelitian.

**Bab VI** berisi penutup penelitian yang membahas tentang kesimpulan serta saran terkait hasil penelitian yang telah didapatkan yang nantinya diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi para peneliti dan pembaca.