

**SKRIPSI**

**UPAYA PEMERINTAH THAILAND DALAM MENJADIKAN *MARINE*  
*TOURISM* SEBAGAI *NATION BRANDING* PADA TAHUN 2020-2023**



**Oleh:**

**Hanifah Fadhilah**

**NIM 2010412027**

**PRODI HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2024**

**UPAYA PEMERINTAH THAILAND DALAM MENJADIKAN *MARINE TOURISM*  
SEBAGAI *NATION BRANDING* PADA TAHUN 2020-2023**

**THAILAND'S GOVERNMENT EFFORTS IN MAKING *MARINE TOURISM* AS  
NATION BRANDING YEAR 2020-2023**

Oleh:

Hanifah Fadhilah

2010412027

**SKRIPSI**

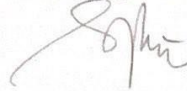
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional

Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada

Tanggal seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 19 Juli 2024

Pembimbing Utama



Dr. Sophiana Widiastutie, S.E, M.Si



Program Studi Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

2024

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hanifah Fadhilah

NIM : 2010412027

Program Studi : Hubungan Internasional

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Juli 2024,

Yang Menyatakan,



Hanifah Fadhilah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Hanifah Fadhilah  
NIM : 2010412027  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Hubungan Internasional

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**UPAYA PEMERINTAH THAILAND DALAM MENJADIKAN *MARINE TOURISM*  
SEBAGAI *NATION BRANDING* PADA TAHUN 2020-2023.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal 19 Juli 2024

Yang menyatakan,



Hanifah Fadhilah



## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hanifah Fadhilah  
NIM : 2010412027  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Judul Skripsi : **UPAYA PEMERINTAH THAILAND DALAM  
MENJADIKAN *MARINE TOURISM* SEBAGAI *NATION  
BRANDING* PADA TAHUN 2020-2023**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Juli 2024

Yang menyatakan,



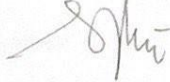
Hanifah Fadhilah

## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Hanifah Fadhillah  
NIM : 2010412027  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Judul : **UPAYA PEMERINTAH THAILAND DALAM MENJADIKAN  
MARINE TOURISM SEBAGAI NATION BRANDING PADA TAHUN  
2020-2023**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



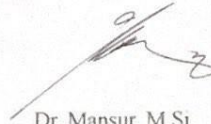
Dr. Sophiana Widiastutie, S.E., M.Si.

Penguji I



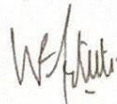
Dr. Shanti Darmastuti, S.IP., M.Si.

Penguji II



Dr. Mansur, M.Si.

Ketua Program Studi  
Hubungan Internasional



Wiwiek Rukmi Dwi Astuti, S.IP.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 5 Juli 2024

# UPAYA PEMERINTAH THAILAND DALAM MENJADIKAN MARINE TOURISM SEBAGAI NATION BRANDING PADA TAHUN 2020-2023

HANIFAH FADHILAH

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai bagaimana upaya yang dilakukan oleh pemerintah Thailand di dalam penggunaan wisata bahari sebagai *nation branding* Thailand pada tahun 2020-2023 dengan menggunakan teori *nation branding* Anholt, dan *marine tourism*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data sekunder melalui berita dan data melalui pemerintah Thailand. Penulis menggunakan empat tahapan analisis data menurut Miles & Huberman, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi data. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *sex tourism* Thailand yang kemudian memberikan citra negatif terhadap *branding* Thailand, sehingga kemudian pemerintah berupaya untuk memanfaatkan *marine tourism* di dalam memperbaiki citra Thailand kepada hal yang lebih positif secara global. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah memenuhi aspek pembentukan *nation branding* melalui lima dari enam aspek pembentukan *nation branding* Anholt dengan menggunakan wisata bahari. Pada aspek *governance* ditemukan bahwa pada program-program promosi wisata bahari adanya partisipasi aktif dan komitmen yang diberikan oleh pemerintah dalam pelaksanaan program wisata bahari, pada *tourism* ditemukan adanya kenaikan yang signifikan pada jumlah wisatawan asing ke Thailand maupun ke daerah-daerah objek wisata bahari, pada *investment & immigration* ditemukan adanya *Foreign Direct Investment* (FDI) mengenai wisata dan kenaikan jumlah kedatangan wisatawan asing, pada aspek *culture & heritage* ditemukan bagaimana Thailand memiliki banyak kebudayaan dan peninggalan sejarah yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan asing, pada aspek *people* yaitu bagaimana masyarakat Thailand memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan asing yang berkunjung, namun pada *exports* penulis tidak menemukan adanya korelasi antara kegiatan ekspor yang dilakukan oleh Thailand dengan program wisata bahari.

**Kata Kunci:** Pemerintah Thailand, Wisata Bahari, *Nation Branding*, Thailand

# **THAILAND'S GOVERNMENT EFFORTS IN MAKING MARINE TOURISM AS NATION BRANDING YEAR 2020-2023**

**HANIFAH FADHILAH**

## **ABSTRACT**

This research aims to discuss the efforts made by the Thai government in using marine tourism as Thailand's nation branding in 2020-2023. using Anholt's nation branding theory, and marine tourism. The research method used is descriptive qualitative using secondary data sources through news and data from the Thai government. The author uses four stages of data analysis according to Miles & Huberman, namely data collection, data reduction, data presentation, and data withdrawal/verification. This research was motivated by Thailand sex tourism which then gave a negative image to Thailand's branding, thus the government attempted to utilize marine tourism to improve Thailand's image to something more positive globally. The results of this research show that the government fulfills the aspects of establishing nation branding through five of the six aspects of establishing Anholt's nation branding using marine tourism. In the governance aspect, it was found that in marine tourism promotion programs there was active participation and commitment given by the government in implementing marine tourism programs, in tourism it was found that there was a significant increase in the number of foreign tourists to Thailand and to marine tourism areas, in investment & immigration, it was found that there was Foreign Direct Investment (FDI) regarding tourism and an increase in the number of foreign tourist arrivals, in the culture & heritage aspect it was found how Thailand has many interesting cultures and historical heritages for foreign tourists to visit, in the people aspect, namely how Thai people provide a sense of security and comfort for visiting foreign tourists, but in exports the author did not find any correlation between export activities carried out by Thailand and the marine tourism program.

**Keywords:** Thailand Government, Marine Tourism, Nation Branding, Thailand



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas segala karunia-Nya, skripsi saya yang berjudul **“UPAYA PEMERINTAH THAILAND MELALUI *MARINE TOURISM* SEBAGAI NATION BRANDING TAHUN 2022-2023”** berhasil diselesaikan. Skripsi ini disusun demi memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis tentunya mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak di dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Keluarga penulis yaitu Bapak Andris dan Ibu Suriani selaku orang tua penulis, Cindy Sandri, Arif Hidayat, Iskandar Arifin, Siti Sarah Andriani, dan Aisyah Sa’adah selaku Kakak dan Adik penulis yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan baik secara moril dan finansial secara penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Dr. Sophiana Widistuti, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah membantu, membimbing, dan memberikan dukungan moril kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Dr. Shanti Darmastuti, S.IP., M.Si. selaku Dosen Penguji I yang telah menguji dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi dengan baik.
4. Dr. Mansur, M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah menguji dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi dengan baik.
5. Wiwiek Rukmi Dwi Astuti, S.IP. selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
6. Teman-teman penulis yaitu Salsya Rachmika Andieni, Via Amelia Putri, dan Gabriella Anggita Maharani yang telah memberikan dukungan dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Yang terakhir yaitu untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, wawasan, serta inspirasi bagi pembaca maupun pihak terkait. Terakhir, penulis memohon maaf apabila ada kekurangan dalam pengerjaan dan penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 24 Mei 2024

Hanifah Fadhilah

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 <i>Marine Tourism</i> .....	16
2.2 <i>Nation Branding</i> .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Objek Penelitian.....	24
3.2 Jenis Penelitian.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4 Sumber Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data .....	27
3.6 Tabel Rencana Waktu.....	28
BAB IV.....	30
GAMBARAN UMUM PARIWISATA THAILAND.....	30

<b>4.1 Perspektif Global Pariwisata Thailand .....</b>	<b>30</b>
<b>4.2 <i>Marine Tourism</i> Thailand .....</b>	<b>32</b>
<b>4.3 <i>Nation Branding</i> Thailand .....</b>	<b>34</b>
<b>4.4 Program Amazing Thailand.....</b>	<b>36</b>
4.4.1 <i>Special Tourist Visa</i> .....	37
4.4.2 <i>Phuket Sandbox</i> .....	38
4.4.3 <i>Visit Thailand year 2022-2023: Amazing New Chapters</i> .....	39
4.4.4 <i>Amazing Thailand Workplace Paradise</i> .....	41
4.4.5 <i>Test and Go</i> .....	43
4.4.6 <i>Visit Thailand Year 2022-2023: Amazing New Chapters</i> .....	44
4.4.7 <i>The One for Nature</i> .....	45
4.4.8 <i>Revitalisasi Pantai</i> .....	47
4.4.9 <i>Phuket - Save The Sea Project</i> .....	50
4.4.10 <i>Single Use Plastic Banned</i> .....	51
4.4.11 <i>Partisipasi Komunitas Lokal</i> .....	53
<b>BAB V .....</b>	<b>55</b>
<b><i>MARINE TOURISM SEBAGAI NATION BRANDING THAILAND PADA TAHUN 2020-2023</i> .....</b>	<b>55</b>
<b>5.1 Upaya Pemerintah Thailand dalam Membentuk <i>Marine Tourism</i> sebagai <i>Nation Branding</i> .....</b>	<b>55</b>
<b>5.2 <i>Marine Tourism</i> sebagai <i>Nation Branding</i> Thailand.....</b>	<b>57</b>
5.2.1 <i>Governance</i> .....	57
5.2.2. <i>Exports</i> .....	61
5.2.3 <i>Tourism</i> .....	63
5.2.4 <i>Culture and Heritage</i> .....	68
5.2.5 <i>Investment &amp; Immigration</i> .....	73
5.2.6 <i>People</i> .....	77
<b>BAB VI.....</b>	<b>80</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
<b>6.1 Kesimpulan.....</b>	<b>80</b>
<b>6.2 Saran .....</b>	<b>83</b>
6.2.1 Saran Akademis.....	83
6.2.2 Saran Praktis .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Anholt's Nation Brand Hexagon.....	20
Gambar 2 Tahapan Mengolah dan Menganalisis Data.....	27
Gambar 3 Workation Thailand .....	42
Gambar 4 Koh Lanta .....	43
Gambar 5 The One for Nature.....	45
Gambar 6 Sirinat National Park .....	47
Gambar 7 Phuket Save The Sea Project.....	51
Gambar 8 Pelarangan Penggunaan Plastik Sekali Pakai .....	52
Gambar 9 Website TAT Newsroom.....	59
Gambar 10 Website Tourism Thailand.....	60
Gambar 11 Rekomendasi Destinasi Wisata .....	61
Gambar 12 Nilai Ekspor Seafood Thailand (US\$).....	62
Gambar 13 Jumlah Kedatangan Wisatawan Asing ke Thailand.....	63
Gambar 14 Jumlah Kedatangan Wisatawan Asing melalui Bandara Internasional Chiang Mai.....	65
Gambar 15 Instagram TAT Jakarta .....	66
Gambar 16 Instagram TAT Belanda.....	66
Gambar 17 Phuket Big Buddha.....	69
Gambar 18 Songkran Festival di Phuket.....	70
Gambar 19 Tarutao National Marine Park .....	71
Gambar 20 Desa Nelayan Ban Ao Yai .....	72
Gambar 21 Tahun 2020 .....	74
Gambar 22 Tahun 2021 .....	74
Gambar 23 Tahun 2022 .....	75
Gambar 24 Tahun 2023 .....	75



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Rencana Waktu Penelitian.....	32
---------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi dan Selain Skripsi .....	95
Lampiran 2 Kontrak Penulisan Tugas Akhir .....	96
Lampiran 3 Persetujuan Dosen Pembimbing Sidang Akhir Skripsi.....	97
Lampiran 4 Lembar Perbaikan Skripsi Dosen Penguji 1 .....	98
Lampiran 5 Lembar Perbaikan Dosen Penguji 2 .....	99
Lampiran 6 Lembar Perbaikan Dosen Pembimbing .....	100
Lampiran 7 Hasil Plagiarisme.....	101