

# 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 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