**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata merupakan salah satu sektor kehidupan yang mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa–bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian dari gaya hidup manusia dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam serta budaya ke belahan dunia lainnya. Pergerakan manusia tersebut mempengaruhi mata rantai ekonomi yang saling berkaitan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa-bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal.[[1]](#footnote-1)

Selain dari meningkatkan kesejahteraan bangsa, kepariwisataan berfungsi untuk memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata; memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa; memperluas dan memeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja; meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta mendorong pendayagunaan produksi nasional. Pariwisata merupakan salah satu faktor yang penting dalam membangun suatu negara. Industri pariwisata juga sangat berkaitan dengan sektor lainnya. Industri pariwisata dapat memberikan dampak yang sangat banyak kepada sektor perekonomian suatu negara, karena industri pariwisata dapat menjadi penyumbang devisa bagi suatu negara, khususnya bagi negara–negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya.

The World Travel & Tourism Council dan Organisasi Pariwisata Dunia menekankan tiga peran pariwisata :

1. Melalui penciptaan perusahaan yang berkesinambungan dan pekerjaan yang layak, pariwisata memberikan keamanan yang diperlukan dan stabilitas bagi jutaan orang di seluruh dunia untuk membangun kehidupan yang lebih baik.
2. Pariwisata merupakan salah satu sektor ekspor negara-negara berkembang dan sumber devisa utama di sebagian besar negara- negara ini, menciptakan banyak pekerjaan yang dibutuhkan dan peluang untuk pengembangan. Pada saat yang sama, ia memiliki kekuatan untuk memberikan pendapatan internasional yang signifikan untuk perlindungan lingkungan serta memberikan nilai ekonomi untuk warisan budaya. Hal ini juga membawa orang bersama- sama untuk belajar dan memahami satu sama lain, mendorong saling menghormati dan toleransi.
3. Kegiatan pariwisata terus berkembang, pariwisata semakin saling berhubungan dengan lingkungan keberlanjutan. Lingkungan pariwisata yang bertanggung jawab adalah salah satu kutub pertumbuhan baru 'ekonomi hijau', menyediakan infrastruktur berkelanjutan, peluang bisnis.

Republik Indonesia yang dilintasi garis khatulistiwa dan berada di antara benua Asia dan Australia serta antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia. Indonesia adalah negara kepulauan terbesar yang terdiri dari 13.466 pulau. Mayoritas penduduknya beragama muslim. Indonesia berbatasan darat dengan Malaysia di pulau Kalimantan, dengan Papua Nugini di Pulau Papua dan dengan Timor Leste di Pulau Timor yang dulunya bagian provinsi dari Indonesia. Negara tetangga lainnya adalah Singapura, Filipina, Australia, dan wilayah persatuan Kepulauan Andaman dan Nikobar di India.

Indonesia sebagai salah satu negara anggota ASEAN, memiliki potensi yang sangat besar dari Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam sampai Papua dengan segala keanekaragaman obyek pariwisata, keindahan wisata alam, keanekaragaman budaya serta berbagai masakan yang mengandung nilai cita rasa yang tinggi.[[2]](#footnote-2) Menurut United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO), hingga tahun 2015 Indonesia menetapkan delapan lokasi sebagai situs warisan budaya, yang merupakan salah satu keunggulan Indonesia dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya.[[3]](#footnote-3) Indonesia juga merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang disahkan PBB dalam UNCLOS 1982, hal ini akan sangat berpotensi dengan wisata baharinya, mulai dari spesies ikan hiu terbanyak dunia serta kekayaan alam bawah laut yang sangat menarik.[[4]](#footnote-4) Selain itu, Indonesia adalah negara *megabiodiversity* kedua di dunia yang memiliki banyak kekayaan alam berupaflora, fauna dan keindahan alam. Kondisi ini menjadikan Indonesia sebagai daerah tujuan wisata potensial bagi wisatawan untuk menikmati keindahan alam dan penelitian terhadap fauna dan flora di Indonesia.[[5]](#footnote-5) Beberapa daerah tujuan wisata di Indonesia antara lain adalah pantai–pantai di Bali, tempat menyelam di Bunaken, Gunung Rinjani di Lombok, dan berbagai taman nasional di Sumatera yang merupakan tujuan wisata alam di Indonesia selain itu terdapat Candi Prambanan dan Borobudur, selanjutnya Toraja, Sumatera Barat dan Bali yang merupakan tujuan wisata budaya di Indonesia. Tempat–tempat wisata itu didukung oleh warisan Indonesia yang mencerminkan 719 bahasa daerah di Indonesia.[[6]](#footnote-6) Kegiatan Pariwisata di Indonesia sudah dilakukan sejak jaman dulu, Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang memiliki keanekaragaman budaya. Unsur-unsur kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia antara lain berupa berbagai festival musik tradisional seperti angklung, kolintang, festival tari dari berbagai daerah, pameran benda-benda tradisional bersejarah, barang-barang antik peninggalan sejarah dari emas dan perak, pagelaran seni rupa berupa pertunjukan teater dan film, serta bazar makanan tradisional. Festival- festival semacam itu selalu menarik minat sebagian besar khalayak masa di negara-negara lain. Melalui festival itu, terjadilah interaksi aktif antar-manusia dan antar-bangsa, dan ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menunjang kegiatan promosi pariwisata Indonesia kepada negara-negara lain. Adanya usaha untuk meningkatkan sektor pariwisata dapat mendorong masyarakat untuk lebih mengembangkan daerahnya, lebih memanfaatkan sumber daya alam yang ada dan lebih mengembangkan budaya yang telah ada. Pihak Kementerian Pariwisata juga menyebutkan bahwa Pemerintah Indonesia terus berupaya meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia dengan berbagai cara yang tak bisa dilakukan secara sendirian melainkan perlu ada koordinasi dengan banyak pihak dan forum, termasuk dengan ASEAN*.* Karena dengan berkoordinasi dengan ASEAN akan dapat membantu Indonesia untuk mendapatkan informasi, arahan maupun investasi terkait pariwisata.

Pariwisata Indonesia memberikan sumber devisa yang tinggi untuk Indonesia di antara sektor migas dan non migas. Menurut Badan Pusat Statistik, pada tahun 2014 sektor pariwisata menciptakan devisa sebesar US$10,69 miliar atau setara dengan Rp. 136 triliun yang bersumber dari peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia. Pertumbuhan devisa pariwisata ini memberikan dampak positif pada neraca perdagangan jasa perjalanan Indonesia. Dapat ditarik kesimpulan bahwasanya sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang terbesar dalam neraca perdagangan jasa di Indonesia.[[7]](#footnote-7)

Namun ketika melihat posisi pariwisata Indonesia di mata dunia yang diterbitkan oleh WEF, Indonesia hanya menduduki peringkat 74 dari 133 negara di tahun 2011 dan peringkat 70 di tahun 2013. Pariwisata Indonesia hanya mampu berada di peringkat ke empat ASEAN, Malaysia, Singapura dan Thailand masih unggul di antara negara-negara ASEAN lain dalam sektor wisata, demikian dinyatakan dalam Laporan Tahunan ASEAN Bidang Pariwisata 2012. Pemberian peringkat didasarkan pada penilaian yang mencakup beberapa faktor yaitu kebijakan dan peraturan negara bersangkutan, pelestarian lingkungan, keselamatan dan keamanan, kesehatan dan kebersihan, prioritas pariwisata, infrastruktur transportasi udara, infrastruktur transportasi darat, infrastruktur pariwisata, infrastruktur Informasi dan teknologi (ICT), daya saing harga, sumber daya manusia, afinitas untuk sektor pariwisata, sumber daya alam dan sumber daya budaya. Negara ASEAN lain seperti Brunei Darussalam, Indonesia, dan Vietnam dikategorikan sebagai negara yang memiliki potensi di bidang wisata, namun masih memiliki berbagai kelemahan. Sementara itu, Filipina dan Kamboja dikategorikan sebagai negara ASEAN yang memiliki banyak kelemahan di sektor ini.[[8]](#footnote-8) Kondisi ini tentunya dipengaruhi oleh keadaan industri pariwisata Indonesia. Dalam Undang-Undang Pariwisata No 10 Tahun 2009 industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Di dalam Industri Pariwisata terdapat elemen-elemen, yaitu akomodasi (hotel, restoran, dll), transportasi, obyek wisata, biro perjalanan wisata, kerajinan tangan, dan faktor pendukung lainnya.[[9]](#footnote-9)

Daya saing pariwisata sangat penting dalam pariwisata suatu negara, pernyataan ini diperkuat oleh Menteri Pariwisata pada masa pemerintahan Jokowi yaitu Arief Yahya yang mengatakan bahwasanya semakin bagus daya saing pariwisata maka semakin nyaman wisatawan mancanegara dan domestik untuk berlibur ke semua destinasi wisata Indonesia.[[10]](#footnote-10) Tak hanya itu menurut Sapta Nirwandar sebagai wakil menteri pariwisata pada masa pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono menyebutkan bahwa dengan meningkatnya daya saing pariwisata Indonesia maka akan meningkat pula kepercayaaan para investor pariwisata untuk menanamkan modalnya di Indonesia.[[11]](#footnote-11)

Sejarah singkat hubungan bilateral Indonesia dan Thailand telah berlangsung sejak zaman Kerajaan Sriwijaya dan Majapahit. Melalui pertukaran peradaban, masyarakat kedua bangsa telah terhubung melalui seni budaya, agama, arsitektur, dan karya sastra. Hubungan diplomatik Indonesia Thailand berlangsung sejak tanggal 7 Maret 1950. Kerja sama antara kedua negara berlangsung di berbagai bidang seperti ekonomi, perdagangan, iptek, dan budaya. Hubungan ini diperluas lagi dengan adanya saling kunjung antara pemimpin kedua negara. Kerjasama dan Hubungan Politik Hubungan bilateral RI dengan Thailand selama ini telah berlangsung dengan baik berkat pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh pemimpin kedua negara.

Payung utama kegiatan kerjasama bilateral antara kedua negara adalah forum Komisi Bersama yang dibentuk setelah ditandatanganinya Persetujuan Kerjasama Ekonomi dan Teknik RI-Thailand di tahun 1992. Dalam pertemuan ke-6 Komisi Bersama RI-Thailand yang berlangsung pada 16-18 Januari 2008 di Petchaburi, Thailand telah dibahas beberapa permasalahan bilateral yang akan terus dikembangkan oleh kedua negara antara lain meliputi masalah ekonomi, perdagangan, transportasi, pendidikan dan kebudayaan, investasi, perikanan, pariwisata, energi, kerjasama teknik.[[12]](#footnote-12)

Thailand merupakan salah satu Negara di Asia Tenggara yang kini muncul sebagai Negara berkembang yang cukup merangkak naik perekonomiannya. Perekonomian ini ditunjang dengan pariwisata yang cukup pesat, baik itu dari segi pariwisata alam, budaya, dan juga medis menjadi daya tarik pariwisata Negara ini. Sektor pariwisata memberikan banyak kontribusi positif bagi Thailand, seperti pendapat devisa negara, pemerataan pembangunan, hingga perluasan lapangan pekerjaan. Bila kita lihat dari sejarah berdirinya Negara ini, Thailand merupakan Negara yang tidak pernah dijajah oleh Negara Eropa padahal Negara lain di ASEAN merupakan Negara yang bekas jajahan Eropa. Pada abad ke 19 negara ini memiliki raja yang sifatnya terbuka dengan dunia luar, Thailand dijadikan Buffer State karena mampu mengeksploitasi persaingan dan ketegangan antara Indocina, Perancis dan Kerajaan Inggris. Negara ini merupakan Negara yang pandai dalam berdiplomasi sehingga membuat mereka berada dalam keadaan yang aman dan tentram. Pada masa sekarang Thailand dapat pula memanfaatkan kesempatan dari berbagai bidang. Sifat keterbukaan terhadap pengaruh lain pun membuat Thailand menjadi Negara yang berkembang. Keterbukaan ini ditunjukan dengan banyaknya warga Thailand yang bersekolah atau bekerja di luar Thailand. Keterbukaan ini memunculkan banyak kesempatan bagi Thailand untuk berkembang. Walaupun terbuka dengan dunia luar Thailand tetap masih menggenggam erat budaya mereka.

Thailand memiliki candi dan banyak tempat wisata bangunan serta alam yang menarik untuk dikunjungi. Tempat wisata yang popular di Thailand adalah seperti Chiand Mai (pasar tempat wisata belanja), Chiang Rai (Kuil putih), Krabi (pantai wisata), Phuket (pantai pasir putih), Pattaya (pantai serta pusat wisata), Bangkok (pusat wisata dan perkotaan). Masih banyak tempat wisata di Thailand yang begitu eksotis dan menarik, sehingga meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan ke Thailand sendiri. Pariwisata Thailand sebenarnya bertumpu pada beberapa kebijakan dasar, yaitu lingkungan dan keindahan alam, keunikan budaya tradisional, sejarah dan berbagai peninggalannya.[[13]](#footnote-13)

Sebagai salah satu negara anggota ASEAN, Thailand turut berpartisipasi dalam setiap penyelenggaraan ATF dengan mengirimkan delegasi perwakilannya. Pada penyelenggaraan ATF 2011, di Phom Penh, Kamboja, para Menteri Pariwisata ASEAN menyepakati beberapa strategi pariwisata yang salah satunya adalah ASEAN single visa. Berawal dari sana, Thailand kemudian mengharapkan bahwa rencana tersebut dapat dilaksanakan secara lebih luas dalam lingkup regional Asia Tenggara dengan mengangkat isu tersebut ke dalam ASEAN dan mendesak agar rencana dapat segera terwujud. Hingga akhirnya single visa masuk ke dalam salah satu fokus strategi pariwisata dalam ATSP. Kebijakan ASEAN single visa diharapkan dapat meningkatkan konektivitas kawasan intra-ASEAN bahkan secara luas meningkatkan kedatangan wisatawan. Dengan diterapkannya kebijakan single visa, Thailand berharap untuk dalam negerinya dapat menjadi pintu gerbang utama atau pusat bagi kedatangan wisatawan di ASEAN. Karna jika dilihat dari letak geografisnya yang strategis berada di jantung Asia Tenggara. Sedangkan untuk lingkup internasional, Thailand ingin meningkatkan keberadaan kawasan ASEAN yang dapat diwujudkan secara nyata dengan meningkatkan hubungan antar negara dan kerjasama dalam berbagai bidang.

Dalam *Global Destination Cities Index* 2013 yang dikeluarkan oleh *Master* *Card* dikatakan sebagai urutan teratas kota dengan kunjungan wisatawaninternasional terbanyak. Jumlah wisatawan diprediksi mencapai 15.980.000 orang pada tahun 2013. Bangkok menjadi kota di Asia pertama yang mendapatkan peringkat teratas sejak diluncurkannya indeks penilaian ini. Tingkat pertumbuhan angka kunjungan ke Bangkok lebih dari 18% pada tahun 2011 dan 2012. Laporan tersebut menambahkan penambahan pengunjung meningkat 9,8% di tahun 2013.[[14]](#footnote-14) Hal ini membuat Thailand menjadi negara di ASEAN yang mendatangkan wisatawan terbanyak pada tahun 2013. Selain Thailand, Indonesia juga memiliki potensi pariwisata yang menarik, Indonesia menduduki peringkat keempat dengan wisatawan terbanyak di antara negara ASEAN pada tahun 2012 dan 2013. Untuk mewujudkan target guna meningkatkan daya saing pariwisata yang merupakan sumber devisa dan menyangkut kesejahteraan orang banyak dalam kegiatan sosial, maka diperlukan tindakan dari negara sebagai suatu institusi yang memiliki kedaulatan yang tergabung dalam suatu regionalisme.

Dalam rangka menuju integrasi ekonomi wilayah Asia Tenggara seperti yang tercantum dalam program *ASEAN Economic Community* (AEC) 2015, sektor pariwisata mulai diperhatikan secara serius oleh negara-negara ASEAN. Dimulai dengan adanya promosi melalui logo dan branding pariwisata, Bentuk branding tersebut yaitu, Brunei dengan *Brunei The Green Heart of Borneo*,Cambodia dengan *Cambodia Kingdom of Wonder*, Indonesia dengan *Wonderful* *Indonesia*, Laos dengan *Laos Simply Beautiful,* Malaysia dengan *Malaysia Truly Asia*, Myanmar dengan *Mystical Myanmar,* Philippines dengan *It's More Fun in The Philippines*, Singapore dengan *Your Singapore,* Thailand dengan *Amazing Thailand Always Amazes You*, Vietnam dengan *Vietnam Timeless Charm*, dan *ASEAN Tourism* memiliki slogan *Southeast Asia, Feel The Warmth* yangmenjadi mencitrakan seluruh pariwisata negara-negara anggota ASEAN, ini semua dibuat agar pariwisata di seluruh negara anggota ASEAN terlihat atraktif dan dapat menjadi pilihan para wisatawan internasional.[[15]](#footnote-15) Nation branding adalah proses membangun dan mengelola identitas suatu negara jelas untuk menarik dan memenuhi kebutuhan internal dan eksternal stakeholder, pengunjung dan investor. Untuk kawasan Asia Pasifik, UNWTO mencatat bahwa Asia Tenggara merupakan wilayah yang memiliki kunjungan wisatawan internasional terbesar di Asia.8 Riset United Nation World Tourism Organization menunjukkan bahwa sektor pariwisata Asia Tenggara tengah berkembang dengan sangat pesat, kedatangan wisatawan meningkat sebanyak 12% pada tahun 2013 dengan jumlah kunjungan 92,7 juta orang.[[16]](#footnote-16) Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kawasan Asia Tenggara juga menunjukkan angka yang paling tinggi dibandingkan dengan kawasan-kawasan lainnya di dunia.[[17]](#footnote-17) Para turis yang mengunjungi wilayah Asia Tenggara menikmati pengalaman yang unik dikarenakan identitas negara-negara anggota ASEAN telah terbentuk oleh gabungan kebudayaan yang berusia belasan abad lamanya, ditilik dari abad ke tiga belas hingga lima belas. Kebudayaan tersebut diantaranya Buddha, Hindu, Islam dan Kristen hingga pengaruh budaya Portugis, Belanda, Inggris, Perancis hingga Amerika. ASEAN merupakan simbol “*unity in diversity*” dan hal ini merupakan bukti esensial dalam pariwisata, yang mana salah satu kunci pendorong perekonomian bagi Brunei, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand dan Vietnam.[[18]](#footnote-18) Berbicara mengenai daya saing pariwisata, data World Economic Forum menetapkan standarisasi daya saing secara global yang dikenal dengan *The Travel* *& Tourism Competitiveness*. Laporan ini menjelaskan mengenai *Travel & Tourism Competitive Indeks* yang terdiri dari tiga sub indeks yaitu kerangkaregulasi, bisnis lingkungan dan infrastruktur manusia serta budaya sumber daya alam dan 14 pilar yaitu: (1) Kebijakan dan Regulasi; (2) Kelestarian Lingkungan; (3) Keselamatan dan Keamanan; (4) Kesehatan dan Kebersihan; (5) Prioritas Sektor Pariwisata; (6) Infrastruktur Transportasi Udara; (7) Infrastruktur Transportasi Darat; (8) Infrastruktur Pariwisata; (9) Infrastruktur Teknologi Komunikasi dan Informasi (10) Daya Saing Harga dalam Industri Pariwisata; (11) Sumber Daya Manusia; (12) Daya Tarik Pariwisata; (13) Sumber Daya Alam dan (14) Sumber Daya Budaya. Skala nilai indeks dari pilar tersebut adalah 1–7. Satu adalah nilai terendah dan tujuh adalah nilai tertinggi.[[19]](#footnote-19) Sebagai organisasi regional ASEAN pun ikut tergabung dalam standarisasi daya saing pariwisata dunia tersebut. Dalam menanggapi besarnya potensi pariwisata negara–negara anggota ASEAN, pada tahun 1976 ASEAN membentuk *Bali Concord* yang merupakan kesepakatan kerja sama dengan negara anggota yang meliputi politik, keamanan, ekonomi dan pariwisata.[[20]](#footnote-20) Kerja sama ASEAN di bidang pariwisata ini menyusul pembentukan Sub-Committee on Trade and Tourism (SCOT). Kerja sama ini telah efektif dalam memulai proyek pariwisata regional di bidang fungsional promosi, pemasaran dan penelitian.[[21]](#footnote-21)

Seiring berjalannya waktu, kerja sama ini mengalami perkembangan. Sejak didirikan pada tanggal 18 Agustus 1967 di Bangkok, Thailand, ASEAN telah memiliki tujuan yang jelas, yaitu mempercepat pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial, serta pengembangan kebudayaan di kawasan ASEAN melalui usaha bersama dalam semangat dan persahabatan untuk memperkukuh landasan sebuah masyarakat bangsa-bangsa Asia Tenggara yang sejahtera damai, dan juga mendorong perdamaian dan stabilitas wilayah serta membentuk kerja sama di berbagai bidang demi kepentingan bersama. Prinsip-prinsip utama ASEAN digunakan sebagai berikut: Menghormati kemerdekaan, kesamaan, integritas dan identitas nasional semua negara. Setiap negara memiliki hak untuk menyelesaikan permasalahan nasionalnya tanpa ada campur tangan dari luar, menolak kekuatan dan kekerasan, meningkatkan kerjasama yang efektif antara anggota. ASEAN dikukuhkan oleh lima negara penggagas yaitu, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand. Proses pembentukan ASEAN dibuat dalam sebuah penandatanganan perjanjian yang dikenal dengan “Deklarasi Bangkok”. Adapun yang bertandatangan pada Deklarasi Bangkok tersebut adalah para menteri luar negeri pada saat itu yaitu, Bapak Adam Malik (Indonesia), Narciso R. Ramos (Filipina), Tun Abdul Razak (Malaysia), S. Rajatman (Singapura), dan Thanat Khoman (Thailand). Pada tanggal 8 Januari 1984, seminggu setelah mencapai kemerdekaannya, negara Brunei Darussalam masuk menjadi negara ASEAN. 11 tahun kemudian, yaitu pada tanggal 28 Juli 1995 Laos dan Myanmar menjadi anggota. Dan pada 30 April 1999 Kamboja masuk menjadi anggota ASEAN setelah sebelumnya sudah menjadi anggota ASEAN bersama dengan Myanmar dan Laos namun terpaksa menarik diri disebabkan masalah politik dalam negara tersebut. Perkembangan internasional mendesak ASEAN untuk tetap sejalan, hingga mencapai kemajuan yang signifikan di berbagai bidang, baik politik, ekonomi maupun sosial budaya.

Pertumbuhan pariwisata yang cukup menggembirakan di kawasan ASEAN mendorong kementerian pariwisata negara anggota ASEAN untuk meningkatkan kerjasama dalam hal pariwisata. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan membentuk suatu forum yang dinamai ASEAN Tourism Forum (ATF) yang pertama kali didirikan pada tahun 1981 di Genting Highland, Malaysia. ATF sudah menjadi kunci dari gerakan untuk mengembangkan pariwisata di wilayah ASEAN. Selama 3 dekade, pihak pemerintah dan swasta berkumpul setiap tahunnya di ATF untuk mendiskusikan, membahas, dan membuat strategi untuk terus mempromosikan ASEAN sebagai tujuan pariwisata dunia yang paling diminati.[[22]](#footnote-22) *ASEAN Tourism* memiliki slogan *Southeast Asia, Feel The Warmth* yangmenjadi mencitrakan seluruh pariwisata negara-negara anggota ASEAN, ini semua dibuat agar pariwisata di seluruh negara anggota ASEAN terlihat atraktif dan dapat menjadi pilihan para wisatawan internasional.[[23]](#footnote-23)

ASEAN Tourism Forum adalah kerjasama regional yang memiliki tujuan tertentu, dan tujuan utama dari ASEAN Tourism Forum (ATF) adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempromosikan ASEAN sebagai tujuan yang aktraktif dan memiliki banyak sisi.
2. menciptakan dan meningkatkan kesadaran bahwa ASEAN sebagai kawasan tujuan turis yang kompetitif di Asia Pasifik.
3. Menarik lebih banyak turis ke masing-masing negara anggota ASEAN atau kombinasi antar negara.
4. Mempromosikan perjalanan turis internal ASEAN.
5. Memperkuat kerjasama antar sektor dalam industri turis ASEAN.
6. Selain itu ATF mempromosikan pertukaran ide, review perkembangan industri, dan memberikan rekomendasi untuk mempercepat pertumbuhan turis ASEAN. ATF juga mempersiapkan dasar untuk melakukan transaksi jual beli produk dalam skala regional dan individu negara-negara anggota ASEAN.[[24]](#footnote-24)

Tujuan khusus dari ATF antara lain adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan konvensi tahunan industri pariwisata ASEAN yang bertujuan untuk wadah bertukar ide, tinjauan pembangunan industri dan secara bersama-sama memformulasikan rekomendasi yang spesifik untuk mempercepat pertumbuhan pariwisata ASEAN.
2. Menyediakan wadah dalam menjual dan membeli produk pariwisata negara-negara ASEAN baik secara individu maupun kawasan.[[25]](#footnote-25)

ATF sebagai kerjasama kawasan berusaha keras untuk berfokus dalam kepentingan kolektif kawasan ASEAN. Sementara negara penyelenggara ATF mempunyai keuntungan/hak istimewa dalam hal ekspos produk dan dampak promosi, ATF akan memastikan bahwa negara-negara anggota ASEAN yang lain mendapat kesempatan yang sama. ATF ditangani oleh pemerintah dan sektor swasta dalam industri pariwisata. ATF memanfaatkan sumber daya baik organisasi pariwisata nasional (NTO) dan organisasi sektor swasta untuk industri pariwisata yang lebih dinamis dan menguntungkan.

ATF ini menjadi mekanisme kontrol dan evaluasi yang mempertemukan segenap pejabat ASEAN serta berupaya untuk mensinergikan kerja sama pariwisata regional sekaligus promosi pariwisata nasional. ASEAN Tourism Forum merupakan kegiatan tahunan yang telah diselenggarakan sejak tahun 1981 sampai sekarang ini. Kegiatan ini diselenggarakan untuk kepentingan pariwisata negara-negara anggota ASEAN dan beberapa negara yang bekerjasama dengan ASEAN dalam bidang pariwisata. ASEAN Tourism Forum diselenggarakan di negara-negara anggota ASEAN setiap tahunnya secara bergantian. Setiap tahunnya ASEAN Tourism Forum ini koordinir oleh Kementerian Pariwisata negara yang menjadi tuan rumah diselenggarakannya kegiatan ini dan bekerjasama dengan ASEANTA (ASEAN Tourism Association). Forum ini berlangsung selama kurang lebih lima sampai delapan hari. Dan diselenggarakan di bulan januari setiap tahunnya. Maka pada program ini pula setiap negara yang menjadi tuan rumah memiliki kesempatan untuk mempromosikan daerah wisatanya dan juga budaya dari negaranya. Karena dalam forum ini juga akan ada banyak media massa yang meliput kegiatan ini. Sehingga dapat menjadi ajang pemasaran pariwisata negara tersebut.

Gerakan mula-mula yang dihasilkan ATF antara lain adalah promosi Visit ASEAN Year 1992 dan Visit ASEAN Campaign 2002. Dengan seluruh 10 negara anggota ASEAN bekerja bahu membahu dengan masyarakat dan swasta, perkembangan yang signifikan terjadi dalam pertumbuhan industri pariwisata yang berkelanjutan di wilayah tersebut. Melalui peningkatan kerjasama dan kerjasama yang saling menguntungkan dalam menghadapi masalah regional, setiap negara anggota ASEAN mendapatkan keuntungan dengan membagikan budaya yang dimiliki oleh masing-masing negara anggota ASEAN yang unik dan beragam ke seluruh dunia sebagai ciri khas ASEAN melalui pariwisata.[[26]](#footnote-26) Peran forum kerjasama pariwisata ASEAN ini dapat dilihat dari pariwisata Indonesia yang mendapat arahan dalam membangun sebuah kerja sama pariwisata serta memperkuat hubungan bilateral di antara Indonesia dengan negara–negara ASEAN lainnya, seperti Thailand dan Malaysia untuk kerja sama bebas visa yang dilakukan dalam sela kegiatan ATF. Selain itu ATF juga berperan dalam menyediakan aliran informasi dan kesempatan bernegosiasi bagi negara anggota ASEAN.

ATF ini sebagai wadah untuk negara-negara ASEAN untuk mempromosikan pariwisatanya masing-masing dalam *Travel* *Exchange* yang merupakan salah satu program dari ATF itu sendiri. Travex inimerupakan salah satu program yang tidak kalah pentingnya dengan program lainnya dalam ATF. Karena Travex adalah salah satu program utama dari ATF yang menyediakan tempat atau wadah untuk mendorong kolaborasi atau kerjasama antara bisnis pariwisata regional dan internasional untuk dilaksanakan dan ide-ide baru untuk diciptakan. Program-program yang dibuat oleh ASEAN dalam mengelolah pariwisata di ASEAN tertuang dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP), dan periode ini ATSP yang digunakan adalah *ASEAN Tourism Strategic Plan* 2011-2015. Strategi pariwisata ASEAN mendorong kerjasama sinergis dalam pemasaran, produk maupun investasi di bidang pariwisata. Strategi ini juga mendorong peningkatan kualitas pelayanan pariwisata dan sumber daya manusianya dengan menetapkan standar sertasertifikasi yang berlaku untuk negara anggota ASEAN. Selain itu ATSP 2011-2015 memberikan penekanan kepada pentingnya upaya terus-menerus untuk meningkatkankemudahan dalam melakukan perjalanan ke negara dan antar negara ASEAN termasuk kedepannya dengan rencana single visa untuk wilayah ASEAN.

ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)secara umum bertujuan untuk membangun *blueprint* terkaitdengan kebijakan, program, dan proyek dalam area pemasaran, pengembangan produk, standar, pengembangan SDM, investasi, dan komunikasi antar negara anggota ASEAN. *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2011-2015 merupakan langkah maju bagi negara-negara ASEAN untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan ASEAN.[[27]](#footnote-27) Dengan adanya ATSP ini negara-negara anggota akan lebih terarah dalam meningkatkan pariwisata negaranya masing-masing dan menjadikan ASEAN sebagai tujuan utama wisatawan dunia. Dan ATSP ini akan menjadi sebagai acuan bagi negara-negara ASEAN untuk mengembangkan pariwisata negaranya masing-masing. Karena negara-negara ASEAN khususnya Indonesia dan Thailand memiliki potensi yang sangat besar dalam sektor pariwisata.

Semua negara anggota ASEAN memiliki potensi pariwisata yang sangat banyak. Terlebih lagi Indonesia dan Thailand yang merupakan negara yang memang memiliki sumber daya alam berlimpah, memiliki ciri khas masing-masing dalam warisan budaya. Letak yang strategis juga menjadi salah satu faktor peningkatan pariwisata negara-negara ini. ASEAN Tourism Forum (ATF) merupakan event pariwisata tahunan terbesar di kawasan Asia Tenggara. ATF merupakan wadah bertukar ide, dan berupaya untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai salah satu tujuan wisatawan yang dihadiri oleh pembuat kebijakan tertinggi, praktisi dan penyuplai produk dan jasa pariwisata yang berasal dari kawasan ASEAN. Untuk mempercepat pertumbuhan pariwisata ASEAN dan menjadi wadah bagi para pelaku bisnis industri pariwisata, yaitu penjual yang berasal dari negara anggota ASEAN dan pembeli yang berasal dari seluruh dunia. Dalam kegiatan ATF juga hadir para jurnalis dari seluruh dunia untuk meliput kegiatan ATF .[[28]](#footnote-28)

Atas dasar uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis memutuskan untuk mengambil judul **“Peran ASEAN Tourism Forum (ATF) untuk Pengembangan Kepentingan Pariwisata Indonesia dan Thailand”**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, diajukan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran promosi yang dilakukan oleh *ASEAN Tourism Forum* dalam meningkatkan pariwisata di Asia Tenggara?
2. Bagaimana pengembangan kepentingan pariwisata Indonesia dan Thailand dalam kerjasama *ASEAN Tourism Forum*?
3. Bagaimana perkembangan pariwisata Indonesia dan Thailand setelah bergabung dalam forum ATF?
4. **Pembatasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan yang dikemukakan, dirasa perlu untuk melakukan pembatasan-pembatasan agar permasalahan yang ada dapat dianalisis sebaik-baiknya serta agar pembahasan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada. Maka penulis membatasi pada mekanisme promosi yang di lakukan ATF dalam peningkatan pariwisata di Asia Tenggara khususnya Indonesia dan Thailand dengan dimensi waktu dari 2008 - 2016 agar mempermudah penulis untuk memahami dan menjelaskan bagaimana ATF dapat berjalan dan bagaimana hubungan bilateral antara kedua negara.

1. **Perumusan Masalah**

Guna Memudahkan dalam menganalisa permasalahan diatas yang berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut: “Bagaimana Peran Promosi ATF dalam meningkatkan pariwisata di Asia Tenggara khususnya Indonesia dan Thailand.

1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
2. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui mekanisme promosi *ASEAN Tourism Forum* dalam meningkatkan pariwisata di ASEAN.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengembangan kepentingan pariwisata Indonesia dan Thailand dalam kerjasama *ASEAN Tourism Forum*.
3. Untuk mengetahui perkembangan pariwisata Indonesia dan Thailand setelah bergabung dalam *ASEAN Tourism Forum*.
4. **Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna dalam hal:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi mahasiswa hubungan internasional dalam mempelajari tentang peran *ASEAN Tourism Forum* dalam peningkatan pariwisata di Indonesia danThailand.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi para mahasiswa mengenai peluang dan juga tantangan yang akan dihadapi dalam kerjasama di *ASEAN Tourism* *Forum*.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan khususnya mengenai bidang pariwisata Indonesia dan Thailand.
4. **Kerangka Teoritis, Hipotesis Penelitian, Operasional Variabel dan Skema Teoritis**
5. **Kerangka Teoritis**

Kerangka Teorotis membantu dalam memecahkan masalah, digunakan alat analisa berupa Kerangka Teoritik. Kerangka Teoritik Merupakan penjelasan sementara terhadap penjelasan gejala yang menjadi objek penelitian. Penjelasan sementara itu merupakan argumentasi dalam merumuskan hipotesis yang merupakan jawaban terhadap permasalahan yang di ajukan. Untuk menjelaskan penelitian ini penulis mengemukakan dan menjelaskan teori-teori para ahli yang memiliki relevansi terhadap penelitian ini dan untuk memudahkan dalam menarik sebuah Hipotesis.

Dalam penelitian ini konsep yang digunakan adalah Konsep Peran, Hubungan Internasional, Organisasi Internasional, Kerjasama Internasional, Kebijakan Internasional, Kepentingan Nasional dan Pariwisata. Konsep Peran, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia[[29]](#footnote-29), menjelaskan pengertian peran sebagai berikut:

1. Peran adalah pemain yang diandalkan dalam sandiwara maka ia adalah pemain sandiwara atau pemain utama.
2. Peran adalah bagian yang dimainkan oleh seorang pemain dalam sandiwara, ia berusaha bermain dengan baik dalam semua peran yang diberikan.
3. Peran adalah bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan.

Dari sudut pandang yang lain, peranan adalah tindakan yang dilakukan seseorang atas sekelompok orang dalam suatu peristiwa.[[30]](#footnote-30)

Konsep Peran menurut **Soerjono Soekanto** yaitu:

**“Proses dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedududkan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya”.[[31]](#footnote-31)**

Sedangkan menurut **Merton (dalam Raho 2007:67)** peranan ialah:

**“Pola tingkah laku yang diharapkan masyarakat dari orang yang menduduki status tertentu. Sejumlah peran disebut sebagai perangkat peran (role-set). Dengan demikian perangkat peran adalah kelengkapan dari hubungan-hubungan berdasarkan peran yang dimiliki oleh orang karena menduduki status-status social khusus”.**

Dari beberapa pendapat mengenai Konsep Peran dapat disimpulkan bahwa peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan apabila seseorang melaksanakan hak-hak serta kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka ia telah melakukan sebuah peranan.

Hubungan internasional akan berkaitan dengan segala bentuk interaksi antara masyarakat negara-negara baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun warga negara.[[32]](#footnote-32) **Coulombus** mengemukakan bahwa:

**“Hubungan Internasional adalah studi yang sistematis mengenai fenomena-fenomena yang bisa diamati dan mencoba menemukan variable-variable dasar untuk menjelaskan perilaku serta mengungkapkan karakteristik-karakteristik atau tipe-tipe hubungan antar unit-unit social”.**

Pola interaksi hubungan internasional tidak dapat dipisahkan dengan segala bentuk interaksi yang berlangsung dalam pergaulan masyarakat internasional baik oleh pelaku-pelaku negara ataupun pelaku bukan negara. Hubungan internasional bukan hanya hubungan antar negara tetapi juga hubungan antar transnasional, yaitu hubungan antar masyarakat kelompok-kelompok, organisasi-organisasi yang berbeda. Pola hubungan atau interaksi dapat berupa kerjasama, kompetisi, dan pertentangan. Tentu yang diharapkan adalah berlangsung secara adil dan terbagi dengan secara rata ke sesama negara dan saling menguntungkan,agar mencegah dan menghindari konflik, serta mengubah kondisi-kondisi persaingan dan pertentangan menjadi sebuah kerjasama antar negara.

Definisi hubungan internasional menurut **John Herz :**

**“Hubungan internasional adalah mengidentifikasikan hubungan internasional sebagai konsep yang membahas tentang kebijakan luar negeri yang lebih mementingkan keamanan yang menjadi pusat perhatian semua rakyatnya.”**

Hubungan internasional dapat dilakukan melalui kontak langsung atau komunikasi tidak langsung. Hubungan antar bangsa tersebut terjadi atau prakarsa individu, organisasi non pemerintah ataupun melalui kegiatan atau organisasi yang secara resmi diatur oleh negara. Isi hubungan internasional dapat menyangkut kepentingan individu, umum, pemerintah maupun organisasi swasta non pemerintah. Wujud hubungan internasional dapat berupa hubungan individual, antar kelompok, dan antar negara, adapun sifat hubungan internasional antar bangsa tersebut dapat berupa persahabatan, ataupun persengketaan, permusuhan dan peperangan.

Adapun pengertian Hubungan internasional yang di kemukakan oleh **Tygve Nathiessen:**

**“Merupakan bagian dari ilmu politik dan karena itu komponen-komponen hubungan internasional meliputi politik internasional, organisasi dan administrasi internasional serta hukum internasional. Konsep hubungan internasionaal berhubungan erat dengan subjek-subjek internasional, antaralain organisasi internasional, hukum internasional, politik internasional termasuk diplomasi. Hubungan internasional adalah studi hubungan tentang unit-unit sebagai bentuk interelasi bagian-bagian biasanya mengacu padasistem intern negara-negara. Dalam hal ini diakui adanya peranan-peranan aktor-aktor non states seperti PBB, MNC, kelompok teroris namun tidaklah sepenting state atau negara.”[[33]](#footnote-33)**

Hubungan internasional bersifat kompleks, karena didalamnya terdapat bermacam-macam bangsa yang memiliki kedaulatan masing-masing, sehingga memerlukan mekanisme yang lebih menyeluruh dan rumit dari pada hubungan antar kelompok manusia di dalam suatu negara. Namun pada dasarnya tujuan utama hubungan internasional adalah mempelajari perilaku internasional, yaitu perilaku para aktor negara maupun non negara, menegakan wilayah batas-batas wilayah negara, mengadakan kerjasama untuk saling membantu memenuhi kebutuhan suatu negara yang belum dapat terpenuhi seluruhnya oleh negara tersebut,dan membentuk usaha atau perundingan dalam rangka mewujudkan perdamaian dan ketertiban dunia.

Salah satu aktor non negara yaitu Organisasi Internasional yang di merupakan suatu struktur formal dan berkelanjutan yang dibentuk atas suatu kesepakatan antara negara-negara anggota atau masyarakat internasional atas dasar kesamaan yang bertujuan menciptakan perdamaian dunia dalam tatanan hubungan internasional.

Pengetian dari Organisasi Internasional menurut **Bowett D.W**. Dalam bukunya Hukum organisasi internasional Bowett memberikan batasan definisi organisasi internasional, bahwa:

**“tidak ada suatu batasan mengenai organisasi publik internasional yang dapat diterima secara umum. Pada umumnya organisasi ini merupakan organisasi permanen yang didirikan berdasarkan perjanjian internasional yang kebanyakan merupakan perjanjian multilateral daripada perjanjian bilateral yang disertai beberapa kriteria tertentu mengenai tujuannya”.[[34]](#footnote-34)**

Organisasi internasional tumbuh dikarenakan adanya kebutuhan dan kepentingan dari setiap negara maka dari itu persyaratan untuk mendirikan suatu organisasi internasional adalah keinginan untuk bekerjasama secara internasional yang memberikan manfaat asalkan pendirian organisasi tersebut tidak melanggar kedaulatan dan kekuasaan negara anggotanya. Oleh karena itu negara-negara yang berdaulat menyadari bahwa kehadiran organisasi internasional sangat penting bagi kelangsungan hubungan antar negara ataupun dalam memenuhi kebutuhannya.

Menurut **Teuku May Rudy** organisasi internasional ialah :

**“Organisasi internasional didefinisikan sebagai pola kerjasama yang melintasi batas-batas negara dengan didasari struktur organisasi yang jelas dan lengkap serta diharapkan/diproyeksikan untu berlangsung serta melaksanakan fungsinya secara berkesinambungan dan melembaga guna mengusahakan tercapainya tujuan-tujuan yang diperlukan serta disepakati bersama baik antara pemerintah dengan pemerintah maupun antara sesame kelompok non pemerintah pada dasar negara yang berbeda”.[[35]](#footnote-35)**

Kebijakan internasional yang kebanyakan dilakukan untuk suatu kerjasama antar negara dalam perjanjian yang telah disepakati oleh yang bersangkutan dalam mengenal suatu hubungan kerjasama internasional dalam satu atau beberapa bidang. Adapun menurut Woll Cookware, “Kebijakan internasional ialah sejumlah aktivitas pemerintah untuk memecahkan masalah di negara, baik secara langsung maupun melalui berbagai lembaga yang mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam pelaksanaan kebijakan internasional ini terdapat tiga tingkat pengaruh sebagai implikasi dari tindakan pemerintah tersebut yaitu:

1. Adanya pilihan kebijakan ataupun keputusan yang dibuat oleh politisi, pegawai pemerintah atau yang lainnya yang bertujuan menggunakan kekuatan politik untuk mempengaruhi kehidupan masyarakat.
2. Adanya output kebijakan, di mana kebijakan yang diterapkan pada level ini menurut pemerintah untuk melakukan pengaturan, penganggaran, pembentukan personil, dan membuat regulasi dalam bentuk program yang akan mempengaruhi hubungan antara negara satu dengan negara lainnya.
3. Adanya dampak kebijakan yang merupakan efek pilihan kebijakan yang mempengaruhi kehidupan di suatu negara.[[36]](#footnote-36)

Didalam kebijakan internasional yang biasa di ambil dari suatu hubungan antar Negara pasti ada suatu Kepentingan Nasional. Kepentingan Nasional adalah tujuan-tujuan yang ingin dicapai sehubungan dengan kebutuhan bangsa atau negara atausehubungan dengan hal yang dicita-citakan. Kepentingan nasional sering dijadikan tolak ukur atau kriteria pokok bagi para pengambil keputusan masing-masing negara sebelum merumuskan dan menetapkan sikap atau tindakan. Bahkan setiap langkah kebijakan luar negeri perlu dilandaskan kepada kepentingan nasional dan diarahkan untuk mencapai serta melindungi apa yang dikategorikan atau di tetapkan sebagai kepentingan nasional.[[37]](#footnote-37)

Menurut **Morgenthau** dalam bukunya “Politik Antar Bangsa”mengenai kepentingan nasional :

**“Kepentingan nasional adalah kemampuan minimum negara untuk melindungi, dan mempertahankan identitas fisik, politik, dan kulturdari gangguan negara lain. Dari tinjauan ini para pemimpin negara menurunkan kebijakan spesifik terhadap negara lain yang sifatnya kerjasama atau konflik”.[[38]](#footnote-38)**

Menurut **George F. Kennan** (1951) memahami makna konsep kepentingan nasional dalam hubungan antarnegara. Kennan membuat definisi konsep ini secara negatif tentang apa yang tidak termasuk ke dalam pengertian kepentingan nasional.

**Pertama,** konsepsi kepentingan nasional bukan merupakan kepentingan yang terpisah dari lingkungan pergaulan antarbangsa atau bahkan dari aspirasi dan problematika yang muncul secara internal dalam suatu negara. Kepentingan nasional suatu bangsa dengan sendirinya perlu mempertimbangkan berbagai nilai yang berkembang dan menjadi ciri negara itu sendiri. Nilai-nilai kebangsaan,sejarah, dan letak geografis menjadi ciri khusus yang mempengaruhi penilaian atas konsepsi kepentingan nasional suatu negara.

**Kedua,**  kepentingan nasional bukan merupakan upaya untuk mengejar tujuan-tujuan yang abstrak, seperti perdamaian yang adil atau definisi hukum lainnya. Sebaliknya, ia mengacu kepada upaya perlindungan dari segenap potensi nasional terhadap ancaman eksternal maupun upaya konkrit yang ditujukan guna meningkatkan kesejahteraan warrga negara.

**Ketiga,** konsepsi ini pada dasarnya bukan merupakan pertanyaan yang berkisar kepada tujuan, melainkan lebih kepada masalah cara dan metode yang tepat bagi penyelenggaraan hubungan internasional dalam rangka mencapai tujuan tersebut secara efektif.[[39]](#footnote-39)

Interaksi dalam pergaulan internasional menciptakan suatu kerjasama antara suatu negara dengan negara lain atau beberapa negara dengan negara lain disebut dengan kerjasama internasional.

Konsep kerjasama internasional menurut **K. J. Holsti** dalam buku Politik Internasional yaitu:

**“kerjasama internasional secara sederhana dapat dirumuskan sebagai suatu proses diantara negara-negara yang saling berhubungan secara bersama-sama melakukan pendekatan untuk mencari pemecahan terhadap masalah yang di hadapi melalui pendekatan satu sama lain. Mengadakan pembahasan dan perundingan mengenai masalah-masalah tersebut, mencari jalan keluar dan mengadakan perundingan untuk perjanjian-perjanjian berdasarkan saling pengertian antara kedua belah pihak”.[[40]](#footnote-40)**

Kerjasama internasional dalam aplikasinya dapat dibagi menjadi tiga bagian antara lain sebagai berikut[[41]](#footnote-41):

1. Kerjasama Intra-Regional; merupakan suatu kerjasama yang dilakukan atau dilaksanakan oleh negara-negara yang berada dalam suatu kawasan (region), seperti di Asia Tenggara yaitu ASEAN, di Timur Tengah yaitu Liga Arab, di Amerika Utara yaitu NAFTA dan Trans Atlantik yaitu North Atlantic Treaty Organization (NATO).
2. Kerjasama Inter-Regional; merupakan suatu kerjasama yang dilakukan atau dilaksanakan diantara negara-negara di kawasan lain, seperti kerjasama antara Eropa dengan Jepang.
3. Kerjasama Multilateral dan Bilateral; kerjasama multilateral adalah kerjasama antara dua negara atau lebih, sedangkan kerjasama bilateral adalah kerjasama yang hanya dua negara.

Dari hubungan kerjasama antar negara tersebut bisa meningkatkan pertumbuhan negaranya dalam berbagai bidang salah satunya dalam bidang pariwisata guna memenuhi pertumbuhan perekonomian negaranya.

**Konsep Pariwisata,** kegiatan kepariwisataan adalah kegiatan yang mengutamakan pelayanan dengan berorientasi pada kepuasan wisatawan, pengusaha di bidang pariwisata, pemerintah dan masyarakat. Sebagai salah satu aktifitas fisik dan psikis manusia, pariwisata didefinisikan oleh banyak ahli dengan definisi yang tidak terlalu jauh berbeda.

Pengertian Pariwisata secara Etimologi, pariwisata berasal dari dua kata yaitu “pari” yang berarti banyak /berkeliling, sedangkan pengertian “wisata” berarti pergi. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia[[42]](#footnote-42) pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang umtuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam.

Definisi pariwisata yang dikemukakan oleh **Prof. Salah Wahab** yaitu :

**“Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dapat dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar Negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap”.[[43]](#footnote-43)**

Hunziker dan Kraft mendefinisikan pariwisata sebagai:

**“menyatakan pariwisata adalah keserluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing disuatu tempat dengan syarat orang tersebut tidak melakukan suatu pekerjaan yang penting (Major Activity) yang memberi keuntungan yang bersifat permanent maupun sementara.”[[44]](#footnote-44)**

Banyaknya destinasi pariwisata yang ada di Indonesia membuat banyak sekali turis asing datang, telah kita ketahui bahwa Indonesia memiliki keindahan alam serta berbagai macam budaya. Selain turis asing, turis domestik juga banyak yang melakukan liburan dengan pergi ke tempat wisata yang ada di berbagai penjuru Indonesia. Karena dengan kegiatan pariwisata negara kita akan mendapatkan devisa dari turis mancanegara. Dengan demikian untuk menarik wisatawan, Indonesia pun melakukan promosi pariwisata kepada dunia dengan branding/slogan *Wonderful Indonesia.* Slogan Wonderful Indonesia diresmikan pada 1 Januari 2011. Logo dari Wonderful Indonesia sendiri di ambil dari berbagai elemen yang berhubungan dengan ciri Indonesia. Sebagai contoh Rentangan Sayap Garuda yang ada pada logo bermakna sebagai hasrat kuat untuk terbang jauh dan juga sekaligus melambangkan kedamaian. Branding ini sukses mengangkat wisata Indonesia dengan peningkatan jumlah turisasing hampir 10% pada 2011.[[45]](#footnote-45) Sama hal nya dengan Indonesia, Thailand memiliki budaya dan keindahan alam yang memukau dengan banyaknya pantai-pantai yang indah. Slogan *Amazing Thailand* merupakan salah satu slogan tersukses di dunia. Thailand menggunakan slogan ini sejak tahun 1997 hingga kemudian diikuti negara-negara lain di Asia Tenggara. Berkat konsistensinya dalam memasarkan pariwisata, Thailand menjadi salah satu destinasi wisata primadona di Asia Tenggara. Subslogan *Always Amazes You* merupakan penguat slogan utamadan mulai dipakai sejak tahun 2010.[[46]](#footnote-46)

*ASEAN Tourism Forum* yang merupakan forum pariwisata ASEAN pun memiliki slogan dan logo pariwisata yaitu *Southeast Asia, Feel The Warmth* yang dibentuk pada Januari 2012. Sebelumnya slogan ATF ini adalah *Asia’s Perfect 10 Paradise.* Branding baru ini diluncurkan pada pelaksanaan ATF di Manado, Indonesia.[[47]](#footnote-47) Dari latar belakang penelitian dan kerangka teoritis yang telah dipaparkan sebelumnya oleh penulis, maka penulis memiliki asumsi pada topik yang diangkat. Adapun asumsi yang penulis dapat paparkan adalah sebagai berikut:

1. Peran ASEAN Tourism Forum (ATF) untuk meningkatkan pariwisata di Asia Tenggara merupakan sebuah fenomena yang dapat di amati dan merupakan karakteristik dari objek studi Hubungan Internasional.
2. ASEAN Torurism Forum (ATF) merupakan bagian dari ASEAN, yang mana ASEAN sendiri merupakan Organisasi Internasional yang merupakan aktor non state yang memiliki suatu struktur formal yang dibentuk atas suatu kerjasama dan kesepakatan antar negara.
3. Kerjasama pariwisata di Asia Tenggara merupakan suatu Kerjasama Internasional yang mana ada hubungan Bilateral di antara dua negara yang menyepakati suatu kerjasama dalam bidang pariwisata untuk meningkatkan wisman (wisatawan mancanegara) dan untuk menaikan ekonomi internasional memalui forum ATF.
4. **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan Asumsi dan kerangka teoritis di atas , maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

**“Jika peran ATF dalam mempromosikan pariwisata Indonesia dan Thailand dapat berjalan secara maksimal (melalui program Wonderful Indonesia dan Amazing Thailand), maka kunjungan wisatawan di kedua negara dapat meningkat.”**

1. **Operasionalisasi Variabel Dan Indikator**

Untuk memperjelas hipotesis diatas dan mempermudah pengkajian lebih lanjut, maka penulis akan mengemukakan operasionalisasi variabel dan indikator, sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Operasionalisasi Variabel**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel dalam Hipotesis (Teoritik) | Indikator (Empirik) | Verifikasi (Analisis) |
| Variabel Bebas :  **Jika peran ATF dalam mempromosikan pariwisata Indonesia dan Thailand dapat berjalan secara maksimal (melalui program Wonderful Indonesia dan Amazing Thailand)** | 1. ASEAN Tourism Forum merupakan forum pariwisata terbesar di ASEAN untuk membahas perkembangan dan keberlangsungan sektor kepariwisataan di wilayah ASEAN. Beberapa program ATF sendiri antara lain yaitu *Travel Exchange* (TRAVEX), Meeting *ASEAN Tourism Forum* (M-ATM & ASEAN NTOs), dan *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP). 2. Indonesia mengadakan program “*Wonderful Indonesia”* untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia. 3. Thailand mengadakan program “*Amazing Thailand”* untuk meningkatkan pariwisata di Thailand | 1. ATF pada dasarnya memiliki empat tujuan : ASEAN menjadi ‘Single destination’ bagi para turis, meningkatkan kesadaran bahwa ASEAN merupakan tujuan turis yang sangat kompetitif di kawasan Asia Pasifik, meningkatkan minat para turis untuk berkunjung ke masing – masing negara ASEAN, mempromosikan intra-ASEAN Travel, dan meningkatkan kerjasama antar berbagai sektor dalam industri turisme ASEAN.   <https://sylvietanaga.com/2010/07/01/asean-travel-pe-er-besar-buat-Indonesia/>   1. Kementrian pariwisata tak akan pernah berhenti untuk terus mempromosikan keindahan alam yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia untuk menggaet kunjungan wisatawan mancanegara. Upaya promosi besar-besaran pun telah dan akan dilakukan pemerintah antara lain dengan meluncurkan branding Wonderful Indonesia. http//m.harnas.co/2016/04/06/promosi-wisata-melalui-wonderful-indonesia 2. Dalam strategi pengembangan pariwisata, Thailand memperhatikan konektivitas dengan semua negara ASEAN. Kepala Jenderal Pariwisata Thailand memberitahukan : “kerja sama untuk mensosialisasikan pariwisata Thailand kepada negara – negara tetangga telah berlangsung selama beberapa tahun ini. Thailand melakukan usaha pariwisata secara sangat serius dan tidak hanya berpikir tentang perkembangan Thailand sendiri, melainkan juga demi perkembangan bersama komunitas ASEAN”. <http://vovworld.vn/id-ID/rumah-ASEAN/pariwisata-thailand-dengan-strategistrategi-perkembangan-yang-baru/167763.vov> |
| Variabel Terikat :  **Maka kunjungan wisatawan di kedua negara dapat meningkat.** | 1. Meningkatkan pendapatan/ devisa negara. 2. Sebagai ajang pengenalan alam Indonesia dan budaya Indonesia ke turis mancanegara. 3. Terjadi peningkatan kunjungan wisatawan ke Indonesia setiap tahun nya. 4. Kedatangan wisatawan internasional membuat pariwisata di Thailand maju pesat. | 1. Pariwisata Indonesia memberikan sumber devisa yang tinggi bagi Indonesia di antara sektor migas dan non migas. Menurut Badan Pusat Statistik, pada tahun 2014 sektor Pariwisata memberikan devisa sebesar Rp 136 triliun yang bersumber dari peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia. Hal ini berdampak positif pada neraca perdagangan jasa perjalanan Indonesia. www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2959 2. Pariwisata adalah salah satu kegiatan yang dapat menghasilkan sumber penghasilan bagi Negara. Kebanyakan Negara yang memanfaatkan pariwisata adalah Negara – negara yang berkembang dan negara yang beruntung memiliki potensi alam yang luas dan alam yang indah, Indonesia adalah salah satu Negara yang memanfaatkan keadaan alam dan budaya yang beraneka ragam untuk menarik para turismancanegara.   <https://m.kompasiana.com/friskaaliviadianasari/pariwisata-meningkatkan-devisa-negara_5659a4a4ec96732909963530>   1. Pada 2008 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tercatat 6.23juta, pada 2009 terdapat 6.32 juta, pada 2010 7 juta, pada 2011 7.65 juta, kemudian pada 2012 8.04 juta, pada 2013 8.80 juta, pada 2014 9.44 juta, dan pada 2015 terdapat 10,40 juta kunjungan .   [http://www.](http://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051?)bps.go.id/kunjungan-wisatawan-asing   1. Kedatangan wisatawan internasional di Thailand diperkirakan mencapai rekor tertinggi pada 2016 menurut menteri pariwisata Thailand hampir 30 juta orang asing datang ke kuil-kuil, pantai, dan bar di Thailand pada 2015 lalu. Pariwisata menyumbang sekitar 10% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Thailand. Pengunjung ke Thailand akan tumbuh menjadi 32 juta jiwa pada 2016, kata menteri pariwisata Kobkarn Wattanavrangkul. Itu artinya, 7% lebih tinggi dari jumlah turis sebanyak 29,88 juta yang berkunjung pada 2015. Pemerintah menargetkan pendapatan dari turis sebesar 2,3 Triliun bath pada 2013. Jumlah tersebut naik dari total penerimaan 2,21 triliun bath pada 2015, bank central Thailand meramalkan ekonomi Thailand akan tumbuh 3,5% pada tahuni ini karena pariwisata.   http://m.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160107121640-269-102814/wisata-tumbuh-pesat-thailand-targetkan-32-juta-turis-asing/ |

**4. Skema Kerangka Teoritis**

**Gambar 1.1**

**Skema Kerangka Teoritis**

Pariwisata Indonesia dan Thailand

ASEAN TOURISM FORUM (ATF)

Promosi melalui logo dan slogan pariwisata

Indonesia memiliki slogan pariwisata: *Wonderful Indonesia*

Thailand memiliki slogan pariwisata: *Amazing Thailand Always Amazes You*

Program ASEAN Tourism Forum (ATF)

1. Meeting ASEAN Tourism Forum (M-ATM & ASEAN NTOs)
2. ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011-2015
3. Travel Exchange (TRAVEX)

Opportunity

1. Meningkatkan pertumbuhan pariwisata bagi kedua negara
2. Meningkatkan devisa negara
3. Lebih menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia dan Thailand
4. Memperkenalkan budaya masing – masing negara kepada mata dunia khususnya ASEAN
5. Menjadikan Indonesia dan Thailand sebagai negara yang layak dikunjungi untuk wisatawan mancanegara
6. **Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**
7. **Tingkat Analisis**

Penggunaan tingkat analisis dalam studi Hubungan Internasional penting dilakukan untuk memudahkan memilih dan memilah masalah yang paling layak ditekankan atau yang dianalisis, serta untuk menghindari kemungkinan melakukan kesalahan metodologi yang disebut “Fallacy of Composition” dan “Ecological Fallacy”.

Ada tiga tingkat analisis yang umum digunakan dalam studi Hubungan Internasional, yaitu : Individu dan Kelompok, Negara - Bangsa, dan Sistem Regional dan Global.

Untuk menetapkan jenis hubungan tingkat analisis harus dilihat dari hubungan antara unit analisis dan unit eksplanasi. Ada tiga unit yang bisa dilihat :

* Analisis reduksionis, yang unit eksplanasinya pada tingkat yang lebih rendah
* Analisa korelasionis, yang unit eksplanasinya dan unit analisanya pada tingkatan yang sama
* Analisa induksionis, yang unit analisanya pada tingkat yang lebih tinggi

Sedangkan penelitian ini penulis menggunakan analisis induksionis, dimana ATF sebagai objek yang akan menjadi peningkatan wilayah-wilayah pariwisata di Asia Tenggara khususnya Indonesia dan Thailand, yang mempunyai hubungan kerjasama dibidang pariwisata.

1. **Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah prosedur dan cara dalam pengumpulan data analisis agar kesimpulan yang ditarik memenuhi persyaratan berpikir sistematis. Untuk memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian penulis akan menggunakan metode penelitian yaitu:

1. Metode Penelitian Deksriptif Analisis: penulis mencoba menggambarkan masalah yang muncul secara sistematis dengan ilmu hubungan internasional, terutama mengenai eksistensi bahasa di dalam sistem hubungan internasional. Selain itu juga menerangkan hubungan, menguji hipotesa-hipotesa, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.
2. Metode Penelitian Historis: metode yang digunakan dalam menelaah terhadap kejadian-kejadian, perkembangan dan pengalaman masa lalu, serta merupakan interpretasi dari data yang tersedia, di mana metode historis ini bertujuan mengkonstruksi masa lalu secara sistematis dengan mengumpulkan dan mengklasifikasikan semua bukti untuk menetapkan fakta.
3. **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam melakukan pengumpulan data sebagai analisa serta dalam rangka pembahasan skripsi ini, maka penulis memiliki teknik pengumpulan data yang dipakai untuk melakukan penelitian adalah studi kepustakaan (*library research*) atau literature dimana penulis melakukan penelaahan data dari berbagai bahan bacaan baik dari buku, jurnal ilmiah dokumen berita, surat kabar, laporan lembaga pemerintah maupun data-data yang terdapat dalam website dan internet yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

1. **Lokasi Penelitian dan Lamanya Penelitian**
2. **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan mencari data dan informasi tertulis di lokasi yang dianggap akan memberikan informasi yang dapat mendukung penelitian ini, untuk memberikan hasil penelitian yang maksimal, penulis mengunjungi beberapa tempat sebagai sumber data, untuk menunjang data yang diperlukan, seperti:

1. Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung. Jalan Lengkong Besar No. 68 Bandung Tlp. (022) 4205945 – 4262456 / Fax. (022) 4205945 – 4210656. <http://fisip.unpas.ac.id/>
2. Badan Perpustakaan Dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat. Jl. Kawaluyaan Indah II No. 4, Sukapura, Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat 40286. <http://bapusipda.jabarprov.go.id/perpustakaan>
3. **Lamanya Penelitian**

Penelitian diperkirakan akan dilakukan kurang lebih satu semester atau 6 bulan, sesuai dengan deadline yang diberikan pihak kampus, terhitung sejak 15 Desember 2016 hingga 15 Juni 2017. Yang mulai dari persiapan judul proposal penelitian, pencarian data dan pengolahan data.

**Tabel 1.2**

**Lamanya Penelitian**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Kegiatan Penelitian** | **2016 – 2017** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Desember** | | | | **Januari** | | | | **Februari** | | | | **Maret** | | | | **April** | | | | **Mei** | | | | **Juni** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** |
| **1** | **Tahap persiapan :** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1. Konsultasi Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Bimbingan proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Seminar Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Perbaikan Seminar Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | **Penelitian** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | **Pengolahan Data** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4** | **Analisa Data** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5** | **Kegiatan Akhir** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1. Pelaporan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Persiapan dan Draft |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Hasil Revisi Draft |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Persiapan dan Sidang Akhir Skripsi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **Sistematika Penulisan**

Rencana penulisan usulan penelitian ini dibagi dalam lima bab dengan lingkup pembahasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi latar belakang masalah yang diteliti, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis, Hipotesis Penelitian, Operasional Variabel, Skema Teoritik, Metode dan teknik pengumpulan data, serta lokasi dan waktu penelitian.

BAB IIOBJEK PENELITIAN VARIABEL BEBAS

Pada Bab II ini akan membahas uraian mengenai tema yang di jadikan variabel bebas. Bab ini terdiri dari uraian atau penjelasan dari ASEAN Tourism Forum (ATF) dalam peningkatan wilayah-wilayah pariwisata yang terjadi di Asia Tenggara.

BAB III OBJEK PENELITIAN VARIABEL TERIKAT

Pada Bab III berisi informasi mengenai masalah yang menjadi variabel terikat, terkait mempromosikan wilayah-wilayah pariwisata yang berada di Indonesia dan Thailand.

BAB IV VERIFIKASI DATA

Dalam Bab ini berisi pembahasan, menguraikan serta menjawab hipotesis dan indikator – indikator penelitian yang dideskripsikan dalam data.

BAB V KESIMPULAN

Dalam bab ini akan memaparkan beberapa kesimpulan atau hasil yang telah dilakukan penelitian.

1. “Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010 – 2025”, 21 Desember 2011, dalam kemendagri.go.id/produk-hukum/2011/12/21/rencana-induk-pembangunan-kepariwisataan-nasional-tahun-2010-2025, diakses pada 19 Desember 2016. [↑](#footnote-ref-1)
2. “Potensi Daerah Pariwisata”, dalam http://www.indonesia.go.id/in/potensi-daerah/pariwisata, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-2)
3. “World Heritage List”, dalam http://whc.unesco.org/en/list/?search=indonesia+&searchSites=&search\_by\_country=&region=&search\_yearinscribed=&themes=&criteria\_restrication=&type=&media=&order=country&descripti on=, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-3)
4. “Sosialisasi Pemahaman Konvensi Hukum Laut Internasional (UNCLOS 1982) dan Implementasinya terhadap Pembangunan Kelautan Indonesia”, dalam http://www.dekin.kkp.go.id/?q=news&id=201201261926013857102884075628113502 48422622, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-4)
5. Ramadhan Ayiful Asit, “Strategi Pengembangan Kegiatan Pariwisata di Taman Nasional Kepulauan Wakatobi Sulawesi Tenggara”, Skripsi, tidak diterbitkan, Universitas Diponogoro, 2004, hlm. 2. [↑](#footnote-ref-5)
6. “Info Tempat Wisata Indonesia”, dalam <http://www.pariwisataindonesia.net/>, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-6)
7. “Pariwisata Kini Jadi Andalan Pendulang Devisa Negara”, dalam http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2959, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-7)
8. “Ukuran ASEAN Pariwista Indonesia Tak Dianggap Memalukan”, dalam http://www.suarapembaruan.com/home/ukuran-asean-pariwisata-indonesia-tak-dianggap-memalukan/20716, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-8)
9. Gamal Suwantoro, *Dasar – Dasar Pariwisata,* (Andi Publishing, 1997) Hlm. 41. [↑](#footnote-ref-9)
10. “Menpar Optimis Sektor Pariwisata Indonesia Terus Membaik”, dalam [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id), diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-10)
11. “Peran Sektor Pariwisata Makin Penting”, dalam [www.businnesnews.co.id](http://www.businnesnews.co.id), diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-11)
12. “Kerjasama Indonesia – Thailand di Bidang Kebudayaan”, dalam http://dokumen.tips/dokuments/indonesia-thailand-mphi.html, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-12)
13. “Pariwisata Sebagai Motor Pendorong Perekonomian di Thailand”, dalam sukmazaman.co.id/2015/11/pariwisata-sebagai-motor-pendorong.html, diakses 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-13)
14. “Master Card, Global Destination Cities Index”,dalam[newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2013/05/Updated-Mastercard\_GDCI\_Final\_V4.pdf](http://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2013/05/Updated-Mastercard_GDCI_Final_V4.pdf), diakses pada 9 januari 2017. [↑](#footnote-ref-14)
15. “ASEAN: Logo dan Slogan Pariwisata Negara ASEAN”, dalam <http://itineraryku.com/2012/01/asean-logo-dan-slogan-pariwisata-negara.html>, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-15)
16. “International Tourism Demand Exceeds Expectations In the First Half of 2013”, dalam http://media.unwto.org/press-release/2013-08-25/international-tourism-demand-exceeds-expectations-first-half-2013, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-16)
17. *Ibid* [↑](#footnote-ref-17)
18. IH Ghalib, 2016. “Peranan ASEAN melalui ASEAN Tourism Forum”, Skripsi, dalam unpas.ac.id, repository.unpas.ac.id/12073/5/BAB%20II%20FIX.pdf. diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-18)
19. World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013 :Reducing* *Barriers to Economic Growth and Job Creation* (Geneva : World Economic Forum, 2013), Hlm. 15. [↑](#footnote-ref-19)
20. Andrea Faustinus, “Bali Concord 2 dan Komunitas Keamanan ASEAN”, dalam <http://www.unisosdem.org/article_detail.php?aid=2818&coid=1&caid=24&gid=4>, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-20)
21. “Plan of Action on ASEAN Cooperation in Tourism”, dalam <http://www.asean.org/news/item/plan-of-action-on-asean-cooperation-in-tourism>, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-21)
22. “ASEAN Tourism Forum 2011”, dalam <http://www.pata.org/events/asean-tourism-forum-2011>, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-22)
23. <http://itineraryku.com>, Op.Cit. [↑](#footnote-ref-23)
24. “Memanfaatkan Kerjasama Pariwisata Asean Untuk Mendorong Industri Pariwisata Asean”, dalam www.kemenkeu.go.id, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-24)
25. IH Ghalib, Op.Cit. [↑](#footnote-ref-25)
26. “ATF Facts”, dalam http://www.atf- malaysia.com/index.php/atf-facts, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-26)
27. “Memanfaatkan Kerjasama Pariwisata ASEAN Untuk Mendorong Industri Pariwisata Indonesia”, dalam <http://kemenkeu.go.id/sites/default/files/Asean%20Tourism_Suska%20&%20Yuventus%20Effendi.pdf>, diakses pada 9 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-27)
28. Sekretariat Direktorat Jenderal Kerja Sama ASEAN, *ASEAN Selayang Pandang*, edisi ke-19, Departemen Luar Negeri Republik Indonesia, Jakarta, 2010, p. 120 [↑](#footnote-ref-28)
29. Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2010 [↑](#footnote-ref-29)
30. Poerwadarmita. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Gramedia. 1995 [↑](#footnote-ref-30)
31. Soerjono Soekanto. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Edisi Baru: Rajawali Pers. 2009. [↑](#footnote-ref-31)
32. “Definisi Hubungan Internasional Menurut Ahli”, dalam http://greenpeace-blogger.com/2011/05/definisi-hubungan-internasional-menurut-ahli.html, diakses pada 18 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-32)
33. “Definisi Hubungan Internasional Menurut Para Ahli”, dalam <http://www.terpopuler.net/pengertian-definisi-arti-hubungan-internasional-menurut-para-ahli>. Diakses pada 18 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-33)
34. “Pengertian Organisasi Internasional Menurut Para Ahli”, dalam [www.edukasiana.com](http://www.edukasiana.com)/2016/06/11-pengertian-organisasi-internasional-menurut-para-ahli.html?m=1 , Diakses pada 18 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-34)
35. *ibid* [↑](#footnote-ref-35)
36. Tangkilisan, Hessel Nogi. S. *Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta:Lukman offset.2003. [↑](#footnote-ref-36)
37. Teuku May Rudy, Studi strategis dalam transformasi sistem Internasional Pasca Perang dingin, (Bandung:Refika Aditama, 2002) hlm. 116. [↑](#footnote-ref-37)
38. Hans J. Morgenthau, *Politik Antar Bangsa*, (Yayasan Obor Indonesia: 2010). [↑](#footnote-ref-38)
39. “Kepentingan Nasional Menurut Para Ahli”, dalam http://pitopangsan.co.id/2014/11/kepentingan-nasional-menurut-para-ahli.html?m=1 , diakses pada 28 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-39)
40. K. J. Holsti, Politik Internasional: Suatu Kerangka Analisis (Terjemahan Wawan Djuanda) (Bandung: Binacipta, 1987), hlm. 26. [↑](#footnote-ref-40)
41. Teuku May Rudy, Sejarah Diplomasi dan Perkembangan Politik di Asia, (Bandung: Bina Budhayana, 1997), hlm. 24. [↑](#footnote-ref-41)
42. Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 2010. [↑](#footnote-ref-42)
43. Oka A. Yoeti. *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Bandung: Angkasa, 1996) [↑](#footnote-ref-43)
44. “Pariwisata Menurut Para Ahli”, dalam http://wiranata-wira.co.id/2009/12/pariwisata-menurut-para-ahli.html, diakses pada 1 Februari 2017. [↑](#footnote-ref-44)
45. http://itineraryku.co.id, Op.Cit. [↑](#footnote-ref-45)
46. http://itineraryku.co.id, Op.Cit. [↑](#footnote-ref-46)
47. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-47)