

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.2.1 Pembatasan Masalah	6
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Litelatur Reviu	9
2.2 Kerangka Teori	16
2.2.1 <i>Soft power</i>	16
2.2.2 Diplomasi Publik	18
2.2.3 Kerjasama Bilateral	19
2.2.4 Kerjasama Sosial dan Ekonomi Indonesia-Malaysia (SOSEKMALINDO)	20
2.2.5 Konsep Pariwisata	21
2.3 Hipotesis Penelitian	22
2.4 Verifikasi Variabel dan Indikator	23

2.5	Skema dan Alur Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
2.1	Pendekatan Penelitian.....	26
2.2	Tingkat Analisis	28
2.3	Metode Penelitian.....	29
3.4	Teknik Pengumpulan dan Analisa Data	29
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4.2	Teknik Analisis Data.....	30
3.5	Lokasi dan Lamanya Penelitian	30
3.5.1	Lokasi Penelitian.....	30
3.5.2	Lama Penelitian.....	30
3.6	Sistematika Penulisan.....	31
BAB IV PEMBAHASAN.....		33
4.1	Pemanfaatan Hubungan Bilateral Indonesia – Malaysia.....	33
4.1.1	Kerjasama Pariwisata Indonesia-Malaysia	35
4.2	Tantangan Indonesia dalam Meningkatkan Wisatawan Malaysia ke Indonesia	37
4.3	Strategi Indonesia dalam Meningkatkan Wisatawan Malaysia ke Indonesia	40
4.3.1	Strategi DOT, BAS, POSE	42
4.3.2	Program Kerja Sama Indonesia-Malaysia dalam meningkatkan wisatawan Malaysia ke Indonesia.....	48
4.3.3	Pembangunan Sumber Daya Manusia	52
4.3.4	Penyediaan Sarana dan Prasarana	55
4.4	Peningkatan Jumlah Wisatawan Malaysia ke Indonesia.....	59
BAB V PENUTUP.....		61
5.1	Kesimpulan	61
DAFTAR PUSTAKA		64

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Operasionalisasi Variabel dan Indikator	24
Tabel 2: Jadwal Penelitian	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Skema dan Alur Penelitian.....	25
Gambar 2: Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara 2018 vs 2017.....	34
Gambar 3: Jumlah Wisatawan Indonesia 2010-2015.....	40
Gambar 4. Kerangka Strategi Pemasaran.....	42
Gambar 5: Branding Destination	44
Gambar 6: Publikasi di Pasar Malaysia	45
Gambar 7: Media Placement di Malaysia	45
Gambar 8: Statistik Peningkatan Wisatawan Malaysia ke Indonesia 2014-2019..	59