

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pariwisata sebagai sebagai sektor yang memiliki peran penting bagi keberlangsungan perekonomian Thailand, baik dari segi pembangunan nasional, pemerataan masyarakat, meningkatkan lapangan kerja yang dapat menurunkan tingkat kemiskinan di Thailand. Sebagai negara yang memiliki kekayaan dari segi keunikan budaya, kuliner, kerajinan tangan dan keindahan alam menjadikan Thailand sebagai destinasi yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2019 di Asia Tenggara. Namun, ketika pandemi Covid-19 melanda Thailand semua sektor yang bersifat people-to-people terhentikan dan telah merugikan Thailand.

Sebagai Upaya untuk menghentikan penyebaran virus, pemerintah Thailand mengeluarkan kebijakan pembatasan perjalanan, jam malam, tracking hingga penutupan akses internasional yang berdampak pada jumlah kedatangan wisatawan dan berdampak langsung terhadap devisa negara, PDB, jumlah penerbangan, meningkatnya jumlah pengangguran dan kemiskinan di Thailand. Oleh sebab, itu Thailand membutuhkan strategi untuk pemulihan industri pariwisata yang terdampak akibat Covid-19. Dalam melakukan strategi untuk pemulihan tersebut, Thailand melakukan nation branding yang dijelaskan oleh Keith Dinnie melalui 11 elemen utama, yaitu; *Nation Brand Advertising, Costumer and Citizen Relationship Management, Online Branding Social-Media and Mobile Applications, Nation-brand Ambassadors, Diaspora Mobilization, Nation Days, the Naming of Nation-Brand, dan Nation Brand*

Tracking Studies, Internal Brand Management, Performance Measurement dan Institutions Involved in Nation Branding.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan diatas, peneliti menyarankan penstudi selanjutnya untuk menilite keberlangsungan dari pemulihan industri pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah Thailand melalui nation branding, peneliti juga menyarankan untuk melihat apakah pelaksanaanya sesuai dengan tujuan awal dan melihat Tingkat keberhasilannya. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan inspirasi dan referensi untuk penstudi selanjutnya, terutama untuk mahasiswa Hubungan Internasional.

