

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata adalah tren terbaru di dunia dan kekuatan pendorong perekonomian negara dalam penurunan ekonomi tradisional. Pariwisata juga dapat menjadi salah satu cara dalam meningkatkan diplomasi pariwisata antar negara, perkembangan internasional, dan dianggap sebagai jawaban yang kuat terhadap tantangan global dan terorisme.¹ Apalagi saat ini praktik diplomasi sangat mudah diakses serta melibatkan *actor non-state* seperti media, organisasi domestik, dan individu.² Sebagai sarana komunikasi dan diplomasi budaya, pariwisata memegang peranan penting dalam interaksi antar budaya. Kepariwisataan dapat menciptakan kondisi yang memungkinkan terwujudnya perdamaian antar bangsa, melestarikan dan menghormati identitas budaya; dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ia berfungsi dalam pola ruang tertentu, salah satu pola ruang tersebut adalah pariwisata internasional.³

Pariwisata adalah kegiatan rekreasi yang mengisi waktu luang atau perjalanan dan dapat bermanfaat bagi masyarakat dan negara yang menjadi tuan rumah wisatawan. Pada 2016 muncul tren baru dalam sektor pariwisata, yaitu wisata halal.⁴ Menurut Michele Carboni, Carlo Perelli, dan Giovanni Sistu,

¹ Shiva Jalalpour and Jamshid Shojaeifar, "The Tourism Industry and The International Relations," *World Journal of Environmental Biosciences* 6 (2014): 68–72.

² Hesti Rokhaniyah and Dinta Kharisma Almeira, "Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara Data GMTI 2019" 7 (2023): 344–355.

³ Jalalpour and Jamshid Shojaeifar, "The Tourism Industry and The International Relations."

⁴ Eka Dewi Satriana and Hayuun Durrotul Faridah, "Halal Tourism: Development, Chance and Challenge," *Journal of Halal Product and Research* 1, no. 2 (2018): 32.

wisata halal adalah jenis wisata yang mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam mencakup aktivitas wisata yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti konsumsi makanan halal, penggunaan pakaian yang sopan sesuai syariah, akomodasi, transportasi, dan hiburan yang memenuhi standar syariah.⁵ Seiring dengan perkembangan ekonomi Islam global, maka jenis pariwisata ini mengalami perubahan yang membutuhkan perubahan modern. Pasar perjalanan muslim terkenal dengan dua pola perilaku utama dan memiliki kecenderungan untuk menghabiskan lebih banyak uang serta untuk tinggal lebih lama.⁶

Industri pariwisata memiliki banyak keuntungan dalam ekonomi pasar, perusahaan swasta dan bisnis. Ini dapat berdampak positif pada penciptaan kekayaan dan meningkatkan nilai tukar negara dan ketersediaan lapangan kerja.⁷ Melihat dampak positif dari pariwisata, negara-negara mulai sadar akan pariwisata dan mulai menggali potensi wisata di daerahnya masing-masing karena merupakan sektor yang berkontribusi secara signifikan bagi sebagian besar pendapatan negara setelah perdagangan internasional. Selain itu, manfaat pariwisata bukan hanya sekedar media hiburan, akan tetapi juga dapat membangun citra sekaligus menunjukkan karakteristik dari suatu negara.

Thailand merupakan salah satu negara minoritas muslim ini telah menawarkan wisata yang ramah bagi wisatawan muslim. Pada tahun 2016, Thailand mengambil langkah penting dengan mendirikan, yang bertugas

⁵ Örjan Svensson, Lars Arvestad, and Jens Lagergren, "Genome-Wide Survey for Biologically Functional Pseudogenes," *PLoS Computational Biology* 2, no. 5 (2006): 358–369.

⁶ PUTRAJAYA, "MALAYSIA BANTU MENINGKATKAN KERJASAMA IMT-GT DENGAN MEMANFAATKAN POTENSI PARIWISATA ISLAM," *Islamic Tourism Centre of Malaysia*.

⁷ Asri, K. H., & Ilyas, A. (2022). Penguatan Ekosistem Halal Value Chain sebagai Pengembangan Industri Halal Menuju Era 5.0. *Alif*, 1(1), 37–47.

mempromosikan pariwisata halal di negara ini. THTC berfokus pada pengembangan standar dan sertifikasi halal, serta memperbaiki infrastruktur dan layanan pariwisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pada tahun 2017, Thailand menjadi negara pengamat KTT OKI untuk membuat standar dan lembaga bagi industri halal.

Pada tahun 2018, Thailand mencatat jumlah kunjungan wisatawan Muslim sebanyak 3,7 juta dengan kontribusi terhadap PBD mencapai 12,3%.⁸ Pada September 2023 tercatat sebanyak 28 juta turis datang mengunjungi Thailand yang setiap tahun naik.⁹ Kementerian Pariwisata dan Olahraga Thailand menyebutkan angka pendapatan kunjungan turis ini lebih dari 795 miliar bath atau sekitar 22,08 miliar dollar AS.¹⁰ Untuk itu, Thailand perlu tetap menjaga *image* positif demi meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Apalagi negara Thailand dikenal sebagai *sex tourism* di mata internasional. Kesan negatif inilah yang membuat Thailand melakukan branding dari negara *sex tourism* menjadi halal tourism.¹¹

Pemerintah Thailand berkomitmen untuk memajukan pariwisata halal terutama Thailand Selatan yang banyak menjadi tujuan turis muslim dengan meningkatkan infrastruktur serta aplikasi yang ramah bagi muslim untuk

⁸ Lalu Putrawandi Karjaya, "Implementasi Konsep Halal Tourism Dan Konvensional Thailand Dalam Meningkatkan Foreign Direct Investment Di Nusa Tenggara Barat," *Indonesian Journal of Peace and Security Studies (IJPSS)* 2, no. 1 (2020): 63–89.

⁹ Jumlah Kedatangan Wisatawan Internasional Di Thailand Dari Tahun 2015 Hingga 2023, n.d., <https://www.statista.com/statistics/994693/thailand-number-international-tourist-arrivals/>.

¹⁰ Nabilla Tashandra, "19 Juta Turis Asing Kunjungi Thailand Hingga September 2023 Didominasi Negara Asia," *KOMPAS.COM*, last modified 2023, <https://travel.kompas.com/read/2023/09/21/095403027/19-juta-turis-asing-kunjungi-thailand-hingga-september-2023-didominasi-negara>.

¹¹ Yuliatma Fartiannur, "Kepentingan Thailand Dalam Melakukan Gastrodiplomacy Melalui Kitchen of the World," *eJournal Ilmu Hubungan Internasional* 6, no. 4 (2018): 1565–1582.

menemukan restoran halal, masjid dan berbagai fasilitas layanan halal lain.¹² Selain itu, Thailand juga telah menjalin kerja sama dengan negara-negara ASEAN dan Timur Tengah untuk mempromosikan Industri dan pariwisata halal Thailand. Bila dilihat pada 2016 tercatat sebanyak 5 juta turis berasal dari Indonesia, Malaysia dan 32 juta orang berasal dari Uni Emirat Arab.¹³

Thailand bahkan memiliki pusat riset yang disebut *The Halal Science Center* di *Universitas Chulalongkorn* yang bekerja sama dengan Pemerintah Thailand dan industri keagamaan dalam pembuatan sertifikat dan standarisasi halal untuk industri pariwisata yang berlokasi di perbatasan Selatan provinsi Pattani.¹⁴ Thailand juga mempunyai *event* tahunan untuk mempromosikan industri halalnya, yaitu *Thailand Halal Assembly (THA)*.¹⁵ berbagai kegiatan

Demi memberikan pengalaman menarik dan menunjukkan keramahan Thailand kepada wisatawan muslim, *Tourism Authority of Thailand (TAT)* menyelenggarakan *Muslim Friendly Destination (Familiarization)* dengan mengundang 100 agen perjalanan dan media dari negara-negara muslim ke *Thailand Travel Mart 2015*.¹⁶ Para pihak berpartisipasi dalam forum khusus, pertemuan perdagangan perjalanan, peluncuran produk dan perjalanan ke tempat-tempat menarik bagi pengunjung Muslim di Thailand. Pada bulan

¹² Mastercard and CrescentRating, "Global Muslim Travel Index 2019," no. April (2019): 01–63.

¹³ Index Mundi, "International Tourism Number Arrivals" (n.d.).

¹⁴ Knowledge E, "Thai Foreign Policy in the Form of Public Diplomacy Associated With the Halal Industry" (n.d.).

¹⁵ Safira Destyani, "Halal Industry as Thai Public Diplomacy (Industri Halal Sebagai Diplomasi Publik Thailand)," no. October (2022): 0–6, https://www.researchgate.net/publication/364342268_Halal_Industry_as_Thai_Public_Diplomacy_Industri_Halal_sebagai_Diplomasi_Publik_Thailand/link/634cbd439cb4fe44f32f3355/download.

¹⁶ Chandra Pumama, Neneng Konety, and Alwafi Ridho Subarkah, "Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal," *Online) Sospol : Jurnal Sosial Politik* 7, no. 1 (2021): 29–46, <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i1.13968>.

Januari 2016, *TAT's Dubai* mengadakan perjalanan keluarga untuk 30 agen perjalanan dan *influencer* media sosial dari Teheran, Iran.¹⁷ Selain Timur Tengah sebagai negara mayoritas muslim, Thailand juga mencoba memperluas promosi pariwisata halalnya di Indonesia. Pada Mei 2022 *Thai Lion Air* yang merupakan maskapai dengan pertumbuhan paling pesat di dunia mulai melayani Penerbangan Jakarta-Bangkok karena tingginya permintaan pasar.¹⁸

Pemerintah Thailand mengembangkan pariwisata halal untuk tujuan bisnis, karena Thailand menyadari pariwisata ini dapat secara bersamaan mendatangkan *visitor* dan *investor* pada negara Thailand. Hal ini dapat membuat pariwisata menghasilkan *multiplier effect* pada sektor lainnya. Thailand mengambil kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari pasar muslim yang terus berkembang. Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya menjelaskan diplomasi pariwisata halal Thailand . terus berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut data dari *Global Muslim Travel Index 2019* sebagai negara non-OKI, Thailand berhasil menduduki peringkat kedua setelah Singapura sebagai negara yang ramah muslim yang berhasil mengembangkan pariwisata halal.¹⁹ Meskipun mayoritas penduduk Thailand beragama Budha, Thailand tetap menjadi salah satu negara tujuan wisata muslim karena bila dilihat dari turis yang datang

¹⁷ Comcec, *Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of the Islamic Cooperation*, n.d., <https://www.comcec.org/comcec-coordination-office/>.

¹⁸ Venny Suryanto, *Penuhi Permintaan Pasar, Thai Lion Air Mulai Melayani Penerbangan Jakarta-Bangkok*, n.d., <https://industri.kontan.co.id/news/penuhi-permintaan-pasar-thai-lion-air-mulai-melayani-penerbangan-jakarta-bangkok>.

¹⁹ Mastercard and CrescentRating, "Global Muslim Travel Index 2019."

paling banyak berasal dari negara dengan mayoritas penduduk muslim yaitu Indonesia, Malaysia dan UEA. Pandangan Internasional kepada Thailand sebagai sex-tourism menjadi masalah yang cukup serius bagi Thailand. Sehingga penulis tertarik untuk melihat dan membahas bagaimana upaya diplomasi pariwisata Thailand dalam meningkatkan kunjungan turis muslim kenegaranya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan paparan dari rumusan masalah maka pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana upaya diplomasi pariwisata Thailand dalam keberhasilan peningkatan kunjungan muslim ke Thailand melalui pariwisata halal?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat keberhasilan upaya diplomasi pariwisata Thailand dalam meningkatkan kunjungan turis muslim melalui pariwisata halal.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu pengetahuan Hubungan Internasional khususnya bidang diplomasi pariwisata . Penelitian ini dapat menambah gambaran baru terhadap bentuk upaya pemerintahan dalam mengakomodir turis muslim melalui kebijakan Pariwisata Halal di Thailand.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi pengetahuan bagi para pembaca khususnya mahasiswa Hubungan Internasional dalam melihat upaya keberhasilan diplomasi pariwisata Thailand.

1.6 Kajian Pustaka

Penulis menggunakan sejumlah penelitian sebelumnya sebagai kerangka analisis untuk menjelaskan penelitian ini. Untuk mengembangkan ruang lingkup penelitian penulis menggunakan penelitian sebelumnya untuk dijadikan sebagai acuan dan pedoman.

Artikel jurnal pertama yaitu berjudul *Social Networks and International Relations in the Tourism Sector* yang ditulis oleh David Caldevilla-Dominguez. Artikel jurnal ini membahas bagaimana implementasi teknologi informasi dan komunikasi terhadap sektor pariwisata dan apa hubungannya dengan hubungan internasional. Jika ingin lebih mendalami arti dari pariwisata maka kita tidak bisa hanya menggunakan satu cabang ilmu karena banyak disiplin ilmu lain yang akan saling berkaitan dengan satu sama lain. Salah satunya yang bisa kita lihat jika berbicara mengenai peran hubungan internasional dalam pariwisata maka fenomena tersebut akan berkaitan dengan disiplin ilmu ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang besar, yang dapat mengkondisikan perilaku wisatawan dan sektor pariwisata secara keseluruhan. Pariwisata dapat dilihat dengan cara multispektral, dari aspek sosialnya, kepentingan budayanya, dampaknya terhadap lingkungan alam, dan juga bagaimana perekonomiannya. Terlepas dari itu, ada tindakan akademis yang terbatas mengenai bidang ini, sehingga mengarah ke kesenjangan analitis dalam subjek dan hubungannya dengan Hubungan

Internasional. Ada juga kesenjangan yang terkait dengan pengaruh teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Bentuk teknologi ini bisa dikatakan sebagai refleksi atas ekosistem media baru yang hubungannya dengan satu bidang ilmu seperti kajian fenomena pariwisata dengan dampak dalam Hubungan Internasional akan dapat terlihat. Menurut artikel ini salah satu kunci komunikasi digital yang efektif terletak pada bagaimana mencari cara mengelolanya dan membuatnya menarik bagi pengguna, dan bagaimana pengarahannya untuk menimbulkan kebutuhan dalam mengkonsumsi suatu produk. Pariwisata mungkin merupakan salah satu kegiatan yang paling banyak dipengaruhi oleh teknologi informasi dan komunikasi setelah adanya suatu teknologi komunikasi digital baru yang dapat berupa sebuah aplikasi yang mudah untuk diakses dan digunakan melalui perangkat seluler dengan aplikasi geolokasi yang mampu membantu pelancong dalam hal penting atau hal sederhana.²⁰ Tulisan ini layak menjadi referensi karena membahas bagaimana implementasi teknologi informasi dan komunikasi terhadap sektor pariwisata hanya melalui digital dan apa hubungannya dengan hubungan internasional.

Artikel jurnal kedua berjudul *Halal Tourism: Definition, Justification, and Scopes Towards Sustainable Development* yang ditulis oleh MD Siddique E Azam. Artikel jurnal ini menjelaskan tentang Halal Tourism dan darimana asal *Halal Tourism* ini terbentuk. Halal Tourism menjadi salah satu produk dari pengembangan pariwisata. Pariwisata berkelanjutan telah didefinisikan oleh beberapa organisasi seperti WTO, ICOMOS, dan banyak penelitian juga. Selain itu, wisata halal, yang sering disebut sebagai wisata Islami atau wisata ramah muslim, merupakan konsep

²⁰ David Caldevilla-domínguez et al., "IN THE TOURISM SECTOR IN THE TOURISM SECTOR 1," no. July (2021): 191–203.

baru dalam industri pariwisata yang membuka peluang baru dan menarik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Konsep 'Halal' juga terkait dengan ide 'Toyyib' yang artinya bagus. Sejalan dengan itu, pentingnya 'Halal' adalah segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariah dan baik bagi manusia. Koordinasi kualitas moral dengan kualitas religius membuka batas pariwisata halal dari 2,8 miliar konsumen Muslim ke konsumen non-muslim diseluruh dunia. Wisata halal sering disebut sebagai wisata Islami atau wisata ramah Muslim, merupakan konsep baru dalam industri pariwisata yang membuka peluang baru dan menarik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pariwisata merupakan industri jasa yang sangat bergantung pada sumber daya manusia. Ini memiliki efek lingkungan, ekonomi, dan sosial-budaya pada keanekaragaman hayati yang membuatnya penting untuk menjadi berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan bersama dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Konservasi lokasi wisata dan habitat disumbangkan menggunakan pendapatan yang dihasilkan dari pengunjung. Penting untuk mengetahui ekosistem perjalanan Halal di mana setiap komponen akan memimpin industri mencapai pembangunan berkelanjutan.²¹ Tulisan ini dapat menjadi referensi karena sama-sama membahas wisata halal sebagai pariwisata berkelanjutan.

Artikel jurnal ketiga yang berjudul *Public Diplomacy: A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia* yang ditulis oleh Elly Yulawati and Leni Marlina. Artikel jurnal ini membahas kampanye ramah muslim yang dilakukan Korea Selatan sebagai bentuk diplomasi pariwisata untuk

²¹ Siddique E Azam et al., "Halal Tourism: Definition, Justification, And Scopes Towards Sustainable Development," *International Journal of Business, Economics and Law* 18, no. 3 (2019): 23–31, www.reportbuyer.com/.

menarik wisatawan muslim di dunia. Diplomasi pariwisata merupakan suatu pendekatan *soft power* yang dapat dilakukan bagi setiap negara dalam membangun citra positif untuk negaranya, karena sikap dan opini pariwisata sangat mempengaruhi citra negaranya. Korea Selatan sebagai negara minoritas muslim menggunakan *soft power* utamanya yang disebut *Korean Wave*. *Soft power* ini merupakan budaya yang paling populer sebagai alat menyebarkan budaya serta meningkatkan ekonomi Korea Selatan. Kesadaran Korea Selatan akan pertumbuhan muslim yang diperkirakan mencapai 30% dari populasi dunia pada tahun 2050, menjadikan Korea Selatan sadar akan peluang besar bagi negaranya dalam mengembangkan wisata ramah muslim, apalagi turis terbesar datang dari negara mayoritas muslim seperti Indonesia, Singapura, Arab Saudi, Malaysia serta Uni Emirat Arab. Ada tiga kampanye yang dilakukan Korea Selatan dalam strategi diplomasi pariwisata, yaitu: pengelolaan berita, komunikasi strategis serta membangun kondisi yang menguntungkan. Dengan adanya kampanye ini berhasil menarik perhatian wisatawan muslim karena Korea Selatan dianggap memperhatikan kebutuhan wisatawan muslim dengan menyediakan fasilitas yang menunjang kenyamanan wisatawan muslim dalam berkunjung ke Korea Selatan.²² Tulisan ini dijadikan pembandingan bagaimana perkembangan ramah muslim antara Korea Selatan dan Thailand dalam mengakomodir kebutuhan turis muslim, dimana kedua negara ini sama-sama merupakan negara non-muslim.

Artikel jurnal keempat yaitu Strategi Diplomasi Pariwisata Indonesia-Malaysia Thailand (IMT-GT) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal di Asia

²² Elly Yuliawati and Leni Marlina, "Public Diplomacy : A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia," *International Journal of Science and Research (IJSR)* 8, no. 11 (2019): 605–610.

Tenggara yang ditulis oleh Rokhanyah and Almeira. Artikel ini menjelaskan bahwa diplomasi pariwisata merupakan suatu cara negara dalam menjalin kerjasama. Diplomasi pariwisata saat ini sangat mudah diakses karena melibatkan aktor non-negara yaitu: media, organisasi domestik serta individu. IMT-GT merupakan kerjasama *sub-regional* yang telah diakui ASEAN guna meningkatkan kesejahteraan negara perbatasan IMT-GT. Artikel ini menjelaskan konsep diplomasi pariwisata yaitu: *News Management* (Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube), *Strategic Communication* (Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Kemenparekraf RI, Halal Park Malaysia, Thailand Diamond Halal), *Relationship Building* (Pelatihan prioritas Komprehensif yang diadakan Central of IMT-GT bekerjasama dengan Working Group on Halal Product and Service dan Islamic Development Bank). Strategi kerjasama Indonesia-Malaysia-Thailand dalam sektor pariwisata halal di Asia Tenggara dengan mengadakan konferensi, forum atau kuliah umum untuk membahas program IMT-GT dalam pengembangan pariwisata halal ditiga negara.²³ Tulisan ini dapat dijadikan referensi karena membahas strategi diplomasi yang dilakukan negara untuk mengembangkan pariwisata halalnya.

Artikel jurnal kelima berjudul *Comparing of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia* yang ditulis oleh Imam Mawardi, Rahma Sugihartati, dan Dian Yulie Reindrawat. Jurnal ini membahas perkembangan dan pemikiran tentang wisata halal di beberapa negara Asia Tenggara. Jurnal ini membahas tentang fenomena perkembangan wisata halal di negara-negara Asia Tenggara sebagai

²³ Rokhanyah and Almeira, "Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara Data GMTI 2019."

respons terhadap meningkatnya permintaan wisatawan Muslim. Industri pariwisata terus beradaptasi dengan kebutuhan pasar, termasuk dalam hal fasilitas, layanan, dan pasar yang menarik bagi wisatawan Muslim yang menjaga kewajiban agama mereka. Konsep wisata halal muncul dari kebutuhan akan wisata religi yang melibatkan aspek perilaku, pakaian, dan makanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Jurnal ini juga membahas bagaimana pasar pariwisata halal memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di kawasan Asia Pasifik, Timur Tengah, dan Asia Tenggara yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Selain itu, jurnal ini menyoroti peran media sosial dalam meningkatkan akses informasi perjalanan yang relevan bagi wisatawan Muslim di berbagai destinasi. Dengan pertumbuhan pesat populasi Muslim dan pengeluaran yang dapat dibelanjakan, pasar pariwisata halal menjadi fokus utama bagi banyak negara. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana konsep wisata halal tidak hanya mencakup aspek keagamaan, tetapi juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan bagi negara-negara yang menerapkannya. Dengan demikian, perbandingan konsep wisata halal di Indonesia, Thailand, dan Malaysia menunjukkan perbedaan dalam tingkat perkembangan, dukungan pemerintah, serta adaptasi terhadap kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim di masing-masing negara.²⁴

1.6.1 Tabel perbedaan penelitian dengan kajian pustaka

	Perbedaan penelitian
--	-----------------------------

²⁴ Imam Mawardi, "Comparing the Concept of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia," *Mozaik Humaniora* 21, no. 2 (2022): 178–192.

Nama peneliti, tahun dan judul penelitian	Studi pustaka	Peneliti
David Caldevilla-Dominguez(2021) yang berjudul <i>Social Networks and International Relations in the Tourism Sector</i> ²⁵	Hanya menggunakan konsep teknologi dan informasi dalam pariwisata	Menggunakan konsep Diplomasi pariwisata pada Pariwisata Halal Thailand
Siddique E Azam (2019) yang berjudul <i>Halal Tourism: Definition, Justification, and Scope Toward Sustainable Development</i> ²⁶	Menggunakan konsep pariwisata berkelanjutan	Menggunakan konsep Diplomasi pariwisata pada Pariwisata Halal Thailand
Elly Yuliawati and Leni Marlina (2019) yang berjudul <i>Pariwisata Diplomacy: A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea</i>	Menggunakan konsep implikasi wisata halal korea untuk Indonesia	Menggunakan konsep Diplomasi Pariwisata pada Pariwisata Halal di Thailand

²⁵ Caldevilla-domínguez et al., “IN THE TOURISM SECTOR IN THE TOURISM SECTOR 1.”

²⁶ Azam et al., “Halal Tourism: Definition, Justification, And Scopes Towards Sustainable Development.”

<i>Campaign for Indonesia</i> ²⁷		
Rokhaniyah and Almeira(2019) yang berjudul Strategi Diplomasi Pariwisata Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle(IMT-GT) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Asia Tenggara ²⁸	Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi public pada Asia Tenggara	Peneliti dalam hal ini menggunakan konsep Diplomasi pariwisata pada Pariwisata Halal di Thailand
Imam Mawardi (2021) yang berjudul <i>Comparing of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia</i> ²⁹	Penelitian ini menggunakan konsep globalisasi dan wisata halal	Peneliti dalam hal ini menggunakan konsep diplomasi pariwisata pada pariwisata halal di Thailand

²⁷ Yuliawati and Marlina, "Public Diplomacy : A Review of the Implications of Muslim Friendly Korea Campaign for Indonesia."

²⁸ Rokhaniyah and Almeira, "Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara Data GMTI 2019."

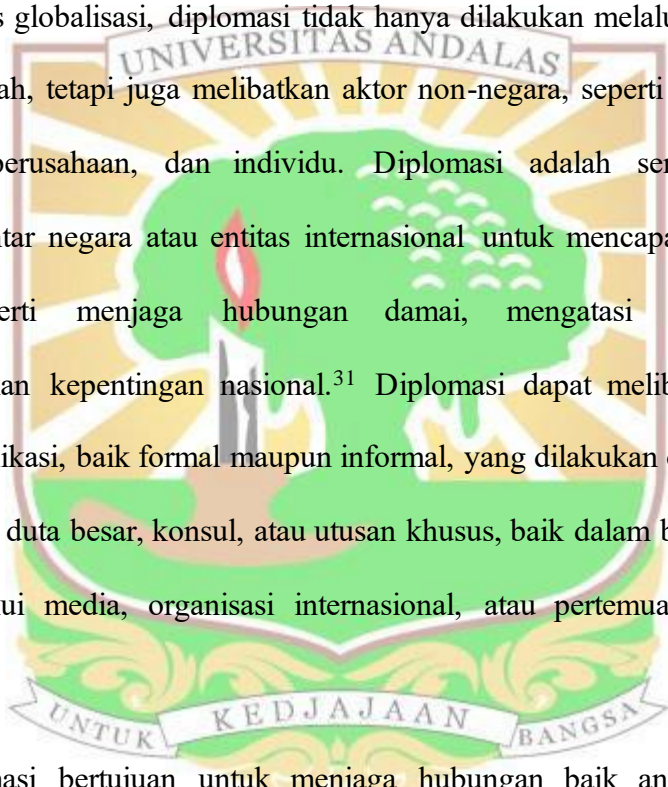
²⁹ Mawardi, "Comparing the Concept of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia."

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 Diplomasi Pariwisata

Diplomasi merupakan salah satu alat utama dalam hubungan internasional yang digunakan oleh negara untuk mencapai tujuan politik, ekonomi, dan sosial.³⁰

Dalam konteks globalisasi, diplomasi tidak hanya dilakukan melalui saluran resmi antar pemerintah, tetapi juga melibatkan aktor non-negara, seperti organisasi non-pemerintah, perusahaan, dan individu. Diplomasi adalah seni dan praktik komunikasi antar negara atau entitas internasional untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, seperti menjaga hubungan damai, mengatasi konflik, serta memperjuangkan kepentingan nasional.³¹ Diplomasi dapat melibatkan berbagai saluran komunikasi, baik formal maupun informal, yang dilakukan oleh perwakilan negara, seperti duta besar, konsul, atau utusan khusus, baik dalam bentuk langsung maupun melalui media, organisasi internasional, atau pertemuan internasional lainnya.



Diplomasi bertujuan untuk menjaga hubungan baik antar negara dan menyelesaikan permasalahan dengan cara yang damai serta saling menguntungkan.³² Diplomasi bukan hanya sekadar negosiasi atau dialog antar pemerintah, tetapi juga melibatkan upaya untuk membentuk persepsi, mengedukasi masyarakat internasional, dan mempengaruhi opini global terkait isu-isu tertentu.

³⁰ Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy," *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (2008): 55–77.

³¹ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice," *Studies in Diplomacy and International Relations* (2005): 3–27.

³² Jinsheng Zhu et al., "Chinese Tourism Diplomacy: A Chinese–Style Modernity Review," *Anatolia* 33, no. 4 (2022): 550–563, <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1978515>.

Diplomasi tidak hanya melibatkan pemerintah, tetapi juga aktor non-negara, seperti organisasi internasional, LSM, dan individu yang berperan dalam membentuk kebijakan luar negeri.

Diplomasi sebagai konsep bukan hanya terbatas pada formalitas atau upaya mencapai kesepakatan, tetapi lebih kepada membangun hubungan yang konstruktif antar negara yang dapat membantu mencegah konflik, memperkuat kerja sama, dan meningkatkan kesejahteraan global.³³ Dengan kata lain, diplomasi adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk mencapai perdamaian dan stabilitas dunia. Diplomasi dapat sebagai proses negosiasi dan komunikasi antara negara atau aktor internasional untuk mencapai kesepakatan atau pemahaman bersama. Diplomasi mencakup berbagai bentuk, termasuk diplomasi bilateral, multilateral, dan diplomasi publik.

Diplomasi pariwisata dapat didefinisikan sebagai upaya suatu negara untuk mempengaruhi opini pariwisata di negara lain melalui komunikasi, informasi, dan pertukaran budaya.³⁴ Ini melibatkan kegiatan yang bertujuan untuk menjelaskan kebijakan luar negeri dan nilai-nilai suatu negara kepada audiens internasional. Tujuan utama dari diplomasi pariwisata adalah untuk membangun hubungan yang positif dengan pariwisata di negara lain, meningkatkan pemahaman tentang kebijakan dan budaya negara tersebut, serta mengurangi ketegangan atau konflik yang mungkin ada. Diplomasi pariwisata merupakan alat penting dalam hubungan internasional yang membantu negara untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia luar, membangun citra positif, dan mempromosikan kepentingan nasional

³³ Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice."

³⁴ Ibid.

mereka.³⁵ Diplomasi pariwisata menjadi elemen penting dalam hubungan internasional karena membantu negara untuk beradaptasi dengan perubahan global, membangun hubungan yang lebih baik dengan pariwisata internasional, dan mencapai tujuan diplomatik mereka secara lebih efektif.

Diplomasi pariwisata menurut Eytan Gilboa adalah proses di mana negara dan aktor non-negara berusaha mempengaruhi opini pariwisata di negara lain melalui komunikasi langsung dan saluran media. Gilboa menekankan bahwa diplomasi pariwisata tidak hanya dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga oleh individu, kelompok, dan organisasi non-pemerintah yang berupaya untuk membentuk persepsi dan sikap masyarakat asing terhadap negara mereka.³⁶

Dalam konteks diplomasi pariwisata, diplomasi ini fokus pada penggunaan sektor pariwisata sebagai alat untuk memperkenalkan negara kepada dunia, meningkatkan pengaruh dan menarik perhatian positif dari masyarakat global. Diplomasi pariwisata yang dilakukan dalam kerangka diplomasi publik mencakup berbagai kegiatan yang melibatkan promosi budaya, pertukaran pengetahuan, serta menciptakan pengalaman langsung bagi wisatawan untuk mengenal lebih dekat suatu negara. Negara menggunakan pariwisata untuk memperkenalkan kekayaan budaya, keindahan alam, serta nilai-nilai yang dimilikinya. Pendekatan ini tidak hanya bergantung pada hubungan antar pemerintah atau diplomasi tradisional, tetapi lebih pada membangun hubungan langsung dengan masyarakat internasional melalui sektor pariwisata.

³⁵ Ibid.

³⁶ Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy."

Diplomasi pariwisata merujuk pada penggunaan sektor pariwisata sebagai alat untuk mencapai tujuan diplomatik dan memperkuat hubungan antarnegara. Dalam konteks ini, pariwisata tidak hanya dilihat sebagai industri ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan sosial, budaya, dan politik antara negara. Buku *Chinese Tourism Diplomacy* karya Jingjing Yang dan Chris Ryan membahas strategi diplomasi pariwisata yang digunakan Tiongkok untuk memperkuat hubungan internasional melalui pariwisata. Secara umum, buku ini menyoroti dua strategi utama diplomasi pariwisata :³⁷

1. Diplomasi Bilateral

Diplomasi bilateral adalah interaksi atau hubungan diplomatik antara dua negara. Diplomasi ini berfokus pada negosiasi langsung antara dua pihak dengan tujuan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Jenis diplomasi ini biasanya dilakukan oleh perwakilan negara seperti duta besar atau konsul, yang bekerja untuk memajukan kepentingan politik, ekonomi, dan sosial kedua negara. Tujuan utama dari diplomasi bilateral adalah untuk membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan, serta menyelesaikan konflik atau perbedaan secara langsung. Diplomasi bilateral sering kali menghasilkan perjanjian atau traktat yang mengikat kedua belah pihak, seperti perjanjian perdagangan, kerjasama pertahanan, pariwisata atau kesepakatan dalam bidang lain seperti energi dan lingkungan.

2. Diplomasi Multilateral

Strategi diplomasi multilateral adalah bentuk diplomasi yang melibatkan lebih dari dua negara dan biasanya dilakukan dalam kerangka organisasi

³⁷ Zhu et al., "Chinese Tourism Diplomacy: A Chinese-Style Modernity Review."

internasional atau forum multilateral.³⁸ Tujuan dari diplomasi multilateral adalah untuk menangani isu-isu global yang memerlukan kerjasama antarnegara, seperti perdamaian internasional, perdagangan global, perubahan iklim, hak asasi manusia, dan pembangunan berkelanjutan.³⁹

Dalam diplomasi multilateral, negara-negara bekerja sama untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan banyak pihak melalui mekanisme kolektif, yang sering kali menghasilkan resolusi, perjanjian internasional, atau kebijakan bersama. Partisipasi suatu negara dalam forum multilateral adalah contoh dari diplomasi multilateral. Negara yang terlibat dalam forum-forum ini memiliki kesempatan untuk bernegosiasi dan berkolaborasi dengan negara lain dalam mengatasi masalah bersama..Diplomasi multilateral melibatkan lebih dari dua negara dalam negosiasi dan kerjasama, sering kali dalam forum internasional.

Secara keseluruhan, diplomasi adalah alat yang vital dalam hubungan internasional yang mencakup berbagai bentuk interaksi antara negara-negara. Diplomasi bilateral dan multilateral masing-masing memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda, tetapi semuanya berkontribusi pada pengelolaan hubungan internasional yang lebih baik. Dalam dunia yang semakin terhubung, kemampuan untuk berkomunikasi dan bernegosiasi secara efektif menjadi semakin penting bagi negara-negara untuk mencapai tujuan mereka dan menjaga stabilitas global. Diplomasi yang efektif tidak hanya bergantung pada kekuatan militer atau ekonomi,

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid.

tetapi juga pada kemampuan untuk membangun hubungan yang saling menghormati dan memahami antara negara-negara dan masyarakat internasional.⁴⁰

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian langkah sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis dan menafsirkan data dalam rangka menjawab pertanyaan. Menurut *Sugiyono* metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan mengembangkan dan menemukan pengetahuan serta teori guna memahami.⁴¹ Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu objek secara luas dan mendalam sehingga menimbulkan suatu pemahaman baru. Dengan demikian melalui pendekatan deskriptif kualitatif ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam menjelaskan apa strategi berkembangnya wisata halal di Thailand pada tahun 2021-2023.

1.8.2 Batas Penelitian

Batasan Penelitian dalam suatu penelitian bertujuan untuk membatasi pembahasan mengenai pokok masalah yang akan diteliti agar tetap fokus meneliti

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Nana Syaodih Sukmadinata, "Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2011): 32–41,

hingga Batasan penelitian yang telah ditentukan. Oleh karena itu batasan waktu yang peneliti tetapkan adalah tahun 2021-2023 yaitu tahun semakin berkembangnya wisata halal di Thailand setelah pandemi covid-19.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

a) Unit analisis dan eksplanasi

Unit analisis merupakan unit analisis yang akan dijelaskan dan dianalisis. Unit analisis juga dapat dijelaskan sebagai satuan perhitungan yang akan diteliti sebagai suatu objek penelitian. Yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah upaya diplomasi pariwisata negara Thailand.

Unit eksplanasi merupakan objek yang berpengaruh terhadap perilaku unit analisis yang akan diteliti. Penulis menyimpulkan yang menjadi unit eksplanasi dalam penelitian ini adalah strategi pariwisata halal.

b) Tingkat analisis

Tingkat analisis mencakup tingkatan individu, kelompok dan individu, negara dan bangsa, kelompok negara dalam satu region serta global. Dalam penelitian ini, unit Analisa dan unit eksplanasi berada pada tingkatan negara yang nantinya terdapat factor-faktor yang berpengaruh dalam berkembangnya pariwisata internasional ini. Dalam penelitian ini level analisis yang di maksud adalah negara Thailand.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Penelitian ini akan menggunakan sumber data sekunder berupa dokumen resmi pemerintah, artikel jurnal ilmiah yang membahas isu pariwisata halal, serta kumpulan berita di media online, dan buku tentang pariwisata halal.⁴² Penelitian ini menggunakan beberapa kata kunci untuk menjelaskan strategi Thailand dalam mengembangkan wisata halalnya, yaitu upaya Thailand, diplomasi pariwisata dan wisata halal.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan tiga tahapan analisis data oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman untuk menganalisis data, yaitu :⁴³

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah proses seleksi, memusatkan, menyederhanakan, mengabstrakkan, serta melakukan transformasi terhadap data yang ada di berbagai tulisan yang dijadikan referensi. Dalam penelitian ini, peneliti akan mereduksi data berdasarkan fokus penelitian melalui beberapa kata kunci yaitu, upaya Thailand, diplomasi pariwisata dan wisata halal. Penggunaan kata kunci dapat memudahkan peneliti untuk mereduksi data agar memperoleh data yang relevan dengan area penelitian.

⁴² Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher).

⁴³ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, "Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook", Second Edition, (United States of America, SAGE Publications, 1994), 11.

2. Penyajian Data

Tahap selanjutnya yang akan peneliti lakukan dalam menganalisis data adalah menyajikan data. Secara umum, penyajian data adalah sebuah proses pengorganisasian dan meringkas kumpulan informasi yang telah diperoleh dari tahapan sebelumnya yang nantinya akan ditarik kesimpulan dari ringkasan tersebut. Bentuk penyajian data yang paling umum biasanya disajikan melalui bentuk uraian. Dalam penelitian ini, kumpulan data yang diperoleh dari tahapan reduksi data akan disajikan melalui bentuk uraian terkait strategi diplomasi thailand dalam mengembangkan wisata halal.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap yang terakhir adalah penarikan kesimpulan. Peneliti akan mencatat berbagai penjelasan dari data yang diperoleh kemudian akan menarik kesimpulan dari seluruh analisis yang telah dielaborasi.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II DINAMIKA INDUSTRI PARIWISATA THAILAND

Bab ini menjelaskan mengenai kebijakan pariwisata negara Thailand.

BAB III PARIWISATA HALAL DI THAILAND

Bab ini menjelaskan tentang pariwisata halal di Thailand yang berisi perkembangan pariwisata halal Thailand, fasilitas bagi turis muslim Thailand serta pengembangan infrastruktur pariwisata halal Thailand.

BAB IV STRATEGI DIPLOMASI PARIWISATA THAILAND DALAM MENGEMBANGKAN WISATA HALAL

Bab ini memberikan penjelasan strategi diplomasi pariwisata beserta program-program yang dilakukan oleh pemerintah Thailand dalam meningkatkan kunjungan turis muslim ke Thailand.

BAB V PENUTUP

Bagian terakhir dari tulisan ini berisikan kesimpulan dari penelitian berdasarkan pertanyaan penelitian.

