

**PERAN ASEAN NTO DALAM MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA DI
KAMBOJA MELALUI ASEAN TOURISM MARKETING STRATEGY**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas*



Oleh :

WAHYU BAMBANG SUSENO

1310851018

Pembimbing I : Zulkifli Harza, S.IP, M.Soc, Sc, Ph.D

Pembimbing II : Bima Jon Nanda, S.IP, M.A

JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

2020

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana ASEAN (*Association of South East Asia Nations*) berperan melalui NTO (*ASEAN National Tourism Organizations*) dengan program *ASEAN Tourism Marketing Strategy* (ATMS) dalam meningkatkan industri pariwisata Kamboja pada periode 2017-2019. Dengan berbagai permasalahan yang dimiliki Kamboja, pembentukan dari program ATMS juga patut untuk dikaji kembali mengingat sektor pariwisata juga memiliki daya saing tersendiri bagi negara-negara Asia Tenggara. Selain itu, ATMS merupakan kerangka kerja dan program dalam meningkatkan kerjasama ekonomi negara-negara ASEAN terutama di bidang pariwisata. Penelitian ini menggunakan teori fungsi organisasi internasional dan kerangka kerja dari program ATMS untuk menganalisa peran dari NTO melalui programnya ATMS dalam meningkatkan sektor pariwisata Kamboja pada periode 2017-2019. Bergabungnya Kamboja dengan ASEAN yang dinaungi oleh negara-negara berkembang bahkan maju, bertujuan untuk mempertahankan eksistensinya di dunia internasional maupun untuk mencapai kepentingan dalam berbagai sektor. Selain itu bergabungnya Kamboja dengan ASEAN sebagai negara yang berdda dikawasan Asia Tenggara, dapat membantu perkembangan negara Kamboja dalam meningkatkan kualitas standar dari program ATMS dan dapat menjalankan visi dan misi ASEAN sebagai organisasi kawasan.

Kata Kunci : ASEAN, NTO, ATMS, Fungsi Organisasi Internasional, Pariwisata, Kamboja



ABSTRACT

This research discusses how ASEAN (Association of South East Asia Nations) plays a role through NTO (ASEAN National Tourism Organizations) with the ASEAN Tourism Marketing Strategy (ATMS) program in improving the Cambodian tourism industry in the 2017-2019 period. With the various problems that Cambodia has, the formation of the ATMS program also deserves to be re-examined considering the tourism sector also has its own competitiveness for Southeast Asian countries. In addition, ATMS is a framework and program in enhancing economic cooperation between ASEAN countries, especially in the tourism sector. This study uses the theory of international organizational functions and the framework of the ATMS program to analyze the role of NTO through its ATMS program in improving the Cambodian tourism sector in the 2017-2019 period. The joining of Cambodia with ASEAN, which is shaded by developing and even developed countries, aims to maintain its existence in the international world and to achieve interests in various sectors. In addition, the joining of Cambodia with ASEAN as a region with a region in Southeast Asia, can help the development of Cambodia in improving the quality of standards of the ATMS program and can carry out the vision and mission of ASEAN as a regional organization.

Keywords: ASEAN, NTOs, ATMS, International Organization Function, Tourism, Cambodia

