

UPAYA KBRI BANGKOK DALAM MENDUKUNG KEMAJUAN PARIWISATA INDONESIA
(The Efforts of The Republic of Indonesia's Embassy in Bangkok in Supporting the Development of Indonesian Tourism)
(2006-2016)

Faris Afif¹, Ali Muhammad²

Jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah
 Yogyakarta

farisafif@outlook.com¹, alim_umy@yahoo.com²

ABSTRACT

Tourism has indeed become an important sector that can provide a positive contribution to the national economy. It is applicable for Indonesia which continuously struggles to develop the tourism sector through various strategies and policies. One of which is through the function of the Embassy of Republic of Indonesia which is distributed in various countries. One of the embassies is Indonesian Embassy (KBRI) in Thailand. In this study the author will further analyze the efforts of KBRI Bangkok in increasing the number of tourists from Thailand to Indonesia. In this study, the author also uses several approaches. Some of them are the concept of tourism development and diplomacy theory. While the methodology used is descriptive qualitative with secondary data collection.

Based on the discussion it is known that the Indonesia Embassy in Bangkok in increasing the number of tourists from Thailand to Indonesia is realized through the implementation of soft diplomacy with several Thailand tourism stakeholders within the scope of Government to Government and Government to Business. Then the next effort will be done by building cooperation between Indonesia and Thailand in creating the concept of modern tourism, and through the cooperation between private and private and government to government. The overview of the efforts of KBRI will be described in depth in the study.

Keywords: Indonesians Embassy in Thailand, diplomacy, tourism development.

ABSTRAK

Pariwisata memang telah menjadi sektor penting yang dapat memberikan berbagai kontribusi positif bagi perekonomian nasional. Ini juga berlaku bagi Indonesia yang terus berupaya mengembangkan sektor pariwisata melalui berbagai strategi dan kebijakan, diantaranya fungsi Kedutaan Besar Republik Indonesia yang tersebar di berbagai negara. Salah satunya adalah melalui KBRI Indonesia di Thailand. Pada penelitian ini penulis akan menganalisa lebih lanjut tentang upaya KBRI Bangkok dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asal Thailand ke Indonesia. Pada penelitian ini penulis juga menggunakan beberapa pendekatan, diantaranya konsep pengembangan pariwisata dan teori diplomasi. Sedangkan metodologi penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data sekunder.

Berdasarkan pembahasan maka dapat diketahui bahwa upaya KBRI Bangkok dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asal Thailand ke Indonesia diwujudkan melalui implementasi diplomasi lunak (soft diplomacy) dengan berbagai pembangun kepentingan pariwisata Thailand dalam lingkup Government to Government dan Government to Business. Kemudian upaya selanjutnya dijalankan dengan membangun kerjasama antara Indonesia dan Thailand dalam menciptakan konsep pariwisata moderen, serta melalui kerjasama antara swasta dengan swasta dan pemerintah dengan pemerintah. Gambaran tentang berbagai upaya KBRI ini akan diuraikan secara mendalam pada penelitian sebagai berikut.

Kata kunci: KBRI Thailand, diplomasi, pengembangan pariwisata.

PENDAHULUAN

Sejak berlakunya MEA mulai awal tahun 2016, ini merupakan peluang besar untuk mewujudkan sistem integrasi kawasan wisata dan juga common visa sebagai upaya untuk memajukan sektor pariwisata yang ada di kawasan ASEAN. Namun hal ini juga perlu didukung oleh infrastruktur penunjang agar sistem ini dapat berjalan dengan baik. Perlu ada kerjasama dan perencanaan matang dari lembaga terkait di setiap negara-negara ASEAN untuk mewujudkan hal ini dan menutup celah-celah yang ada bagi para penjahat yang ingin memanfaatkan sistem ini. Keberagaman budaya yang ada di setiap negara-negara ASEAN dan kondisi geografis yang terletak menjadi nilai lebih untuk terwujudnya kawasan integrasi pariwisata. Uni Eropa sebagai contoh sukses penerapan common visa yang berhasil menarik minat para wisatawan untuk berkunjung ke negaranya. Dengan adanya MEA ini merupakan prospek yang bagus untuk menciptakan sistem baru ini yang akan menghasilkan keuntungan lebih bagi negara-negara ASEAN.

Sebagai upaya untuk menarik perhatian banyak para wisatawan, banyak negara berlomba-lomba untuk memajukan pariwisata di dalam negara serta memberikan berbagai penawaran menarik untuk wisatawan, sehingga keadaan tersebut memunculkan adanya kompetitor baru bagi Indonesia khususnya di dalam mempromosikan pariwisata negara. Melihat perkembangan hubungan Indonesia dengan Thailand yang semakin kondusif, KBRI Bangkok menjalin kerjasama dengan Kementerian Pariwisata Indonesia dan Kementerian Pariwisata dan Olahraga Thailand dan Kementerian Kebudayaan Thailand. KBRI sebagai representasi dari pemerintah Indonesia menjadi poros atau menjadi jembatan bagi pemerintah Indonesia dan pemerintah Thailand untuk saling bekerjasama meningkatkan berbagai macam kerjasama yang salah satunya yakni di bidang pariwisata. Sesuai data dari Departemen Pariwisata Thailand, warga kelas menengah Thailand secara keseluruhan yang melakukan perjalanan ke luar negeri untuk berwisata mencakup sedikitnya 6,44 juta orang pada tahun 2014. Jumlah tersebut mewakili sekitar

35% dari jumlah total penduduk yang termasuk golongan kelas menengah keatas yang secara ekonomi memiliki kemampuan dan berkebutuhan untuk melakukan wisata ke luar negeri. Namun dari jumlah tersebut yang memilih Indonesia sebagai destinasi wisata masih relatif sedikit, hanya 67.360 orang.¹ Indonesia mempunyai kepentingan untuk mendatangkan sebanyak mungkin wisatawan dari Thailand begitupula dengan Thailand.

“...berkembangnya nilai dan ideasional pada sebuah negara, wilayah, masyarakat ataupun peradaban dapat membuka warna baru dan nantinya dapat meninggalkan citra buruk atas sejarah atau fakta-fakta masa lalu, namun kondisi juga dapat menjadi bumerang bahwa kondisi dinilai baik dapat menjadi buruk atau justru sebaliknya, wisata budaya menunjukkan bahwa kenyataan saat ini atas pengalaman-pengalaman masa lalu.”²

Trend dunia global saat ini dalam pengembangan *community Based Tourism* telah dibakukan sebagai alat dan strategi pembangunan tidak hanya terbatas di bidang pariwisata, melainkan dalam konteks pembangunan Negara, dengan membuka kesempatan dan akses komunitas untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan.³ Dalam masa globalisasi, perlindungan terhadap pengguna jasa domestik dan para pengusaha pariwisata domestik sangat di perlukan sehingga industri pariwisata dalam negeri terlindungi. Begitu juga dalam sistem desentralisasi. Otonomi daerah harus dapat memacu dan menjamin perkembangan pariwisata daerah sehingga dapat menggali potensi-potensi yang ada di daerah, serta menjamin terwujudnya pembangunan daerah yang berkelanjutan, seperti telah di atur dalam UU Otonomi Daerah No.22 tahun 1999.⁴

Fenomena ini menjadi landasan untuk memanfaatkan diplomasi sebagai menjawab berbagai tantangan di era MEA. Ditinjau dari tujuannya, tugas diplomasi ada 4 macam:

- a. Diplomasi harus menetapkan tujuan-tujuannya berdasarkan kekuatan yang sesungguhnya dan cakap yang tersedia untuk mencapai tujuan ini.

¹ Berkas KJRI Songkhla, 3 Juni 2015 “Mengenai Kegiatan *Familiarization Visit* untuk *Tour Operators* dan *Tourism Journalists*

² John. Swarbrooke, 1996. *Development and Management of Visitor Attractions*, Oxford: Butterworth-Heineman, hal.99.

³ Jim Edward, *Community Based Tourism: The New Approach of Modern Tourism Concept on Southeast Asian*, “The Journal of Tourism and Humaniora, Nanayng University, Singapore, 2014, hal.9.

⁴ I Putu Armaya, “Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Pariwisata”, Lembaga Perlindungan Konsumen Provinsi Bali, Denpasar, 2014, hal.3.

- b. Diplomasi harus menilai tujuan-tujuan negara lain dan kekuatan yang sesungguhnya dan cakup yang tersedia untuk mencapai tujuan-tujuan ini.
- c. Diplomasi harus menetapkan seberapa jauh tujuan-tujuan yang berbeda ini cocok satu sama lain.
- d. Diplomasi harus menggunakan sarana-sarana yang cocok untuk mencapai tujuan-tujuannya.⁵ Secara konvensional, pengertian diplomasi adalah sebagai usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya di masyarakat internasional.⁶

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode metaanalisis yaitu dengan mengkaji berbagai artikel hasil penelitian terkait peran KBRI Bangkok dalam mendukung kemajuan pariwisata Indonesia.

PEMBAHASAN

Upaya KBRI Bangkok Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Indonesia

Upaya membina hubungan dengan negara-negara lain, baik dalam arti membina hubungan yang politis maupun non-politis, Indonesia mempunyai perwakilan di negara-negara lain tadi, yakni "Kedutaan Besar Republik Indonesia" (KBRI) yang dipimpin oleh seorang Duta Besar yang menurut Pasal 13 ayat 1 UUD 1945 diangkat oleh Presiden. Duta-duta Besar yang diangkat oleh Presiden inilah yang pada akhirnya melaksanakan tugas-tugas tersebut di atas, tetapi tentu dalam pelaksanaannya harus berada di bawah koordinasi Menteri Luar Negeri sebagai pemimpin dari Departemen Luar Negeri.

Berbagai upaya KJRI (Kedutaan Jendral Republik Indonesia) ini diantaranya dengan menyelaraskan pariwisata Indonesia dengan pariwisata internasional dengan terlibat langsung dalam konvensi-konvensi pariwisata. Kemudian KJRI juga mendukung terbentuknya pariwisata moderen, diantaranya mendukung terciptanya stabilitas politik dan keamanan, serta regulasi dan infrastruktur yang memadai, dimana ini menjadi inisiatif dari pemerintah Thailand agar pariwisata Indonesia dapat berkembang, serta melalui soft

diplomasi. Gambaran tentang berbagai upaya KJRI dalam mendukung kemajuan pariwisata tersebut akan diuraikan pada bab IV sebagai berikut.

A. Menyelaraskan Pariwisata Indonesia Dengan Konsep Pariwisata Global

KBRI Bangkok merupakan representasi/second hand dari pemerintah Indonesia untuk mendukung pencapaian kepentingan nasional. berkaitan dengan upaya untuk mendukung kemajuan pariwisata Indonesia, KBRI Bangkok berupaya ikut serta dalam strategi pembangunan pariwisata Thailand. Nantinya upaya ini diharapkan dapat memberikan pengaruh positif bagi pariwisata Indonesia.

Sedangkan beberapa konsep pariwisata global yang berupaya diorientasikan oleh KBRI di Bangkok terhadap para pemangku kepentingan pariwisata di Indonesia, diantaranya adalah konsep *Community Based Tourism* (CBT), penguatan konsep *sister city* dan *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP)

1. Konsep Community Based Tourism (CBT)

Salah satu konsep yang menjelaskan peranan komunitas dalam pembangunan pariwisata adalah *Community Based Tourism* (CBT). Secara konseptual prinsip dasar kepariwisataan berbasis masyarakat adalah menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, sehingga kemanfaatan kepariwisataan sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat. Sasaran utama pengembangan kepariwisataan haruslah meningkatkan kesejahteraan masyarakat (setempat). Tujuan yang ingin diraih adalah pemberdayaan sosial ekonomi komunitas itu sendiri dan meletakkan nilai lebih dalam berpariwisata, khususnya kepada para wisatawan. Tren dunia global saat ini dalam pengembangan *community Based Tourism* telah dibakukan sebagai alat dan strategi pembangunan tidak hanya terbatas di bidang pariwisata, melainkan dalam konteks pembangunan Negara, dengan membuka kesempatan dan akses komunitas untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan.⁷

⁵ Hans J Morgenthau. 2010. *Politik Antar Bangsa*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor. hal. 617-618.

⁶ K.J. Holsti. 1978. *International Politics, A Framework for Analysis*. New Dehl: Prentice Hall of India. hal. 82-83.

⁷ Jim Edward, *Community Based Tourism: The New Approach of Modern Tourism Concept on Southeast Asian*, "The Journal of Tourism and Humaniora, Nanayng University, Singapore, 2014, hal.9.

2. Penguatan Konsep Sister City

Sister City adalah kerjasama antara Pemerintah Kota di satu negara dengan Pemerintah Kota di luar negeri yang berorientasi pada upaya menumbuh kembangkan hubungan persahabatan dan saling pengertian antar bangsa-bangsa yang berbeda. Namun kini digeser ke arah bentuk kerjasama yang konkrit dan saling menguntungkan. Kerjasama *Sister City* dipandang sangat membantu bagi fungsi-fungsi pemerintah dalam membina Pemerintah Daerah dan masyarakat untuk turut serta secara aktif dalam pembangunan. Kerjasama *Sister City* dengan mitranya di luar negeri diarahkan untuk penyelenggaraan hubungan dan kerjasama yang bermanfaat dan saling menguntungkan. Kerjasama *Sister City* merupakan persetujuan kerjasama antara dua kota, daerah setingkat provinsi, negara bagian atau prefektur yang memiliki satu atau lebih kemiripan karakteristik dimana dua daerah tersebut terdapat pada dua negara yang berbeda.

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 tahun 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 serta sertifikasi yang berlaku untuk negara anggota ASEAN. Selain itu ATSP 2011-2015 memberikan penekanan kepada pentingnya upaya terus-menerus untuk meningkatkan kemudahan dalam melakukan perjalanan ke negara dan antar negara ASEAN termasuk kedepannya dengan rencana single visa untuk wilayah ASEAN.⁸

3. Mengembangkan Konsep Pariwisata Moderen

Pariwisata moderen merupakan konsep yang dikeluarkan oleh UNDP (*United Nations Development Programme*) bersama WTO (*World Tourism Organization*) yang menekankan perlindungan secara nyata terhadap wisatawan dan

pelaku pariwisata lainnya merujuk pada *human security* memiliki dua makna:⁹

1. *Human Security*, merupakan keamanan (manusia) dari ancaman-ancaman kronis seperti kelaparan, penyakit, lingkungan hidup, dan represif.
2. *Human Security*, mengandung makna adanya perlindungan atas pola-pola kehidupan harian seseorang baik dalam rumah, pekerjaan atau komunitas dari ancaman gangguan yang datang secara tiba-tiba serta menyakitkan. Ancaman-ancaman dan gangguan tersebut dapat menimpa segala bangsa tanpa memandang tingkatan pembangunan dan pendapatan nasional.

4. Mendukung Pencapaian Stabilitas Politik dan Keamanan

Perlindungan terhadap wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun domestik, masih sangat rendah dan terkadang hukum yang berlaku tidak mempunyai kekuatan untuk melindungi wisatawan. Sampai saat ini para wisatawan hanya menjadi obyek oleh pelaku bisnis pariwisata yang tidak bertanggung jawab. Ini menjadi perhatian penting, bahwa sangat di perlukan sebuah peraturan yang tidak hanya membahas tentang kepariwisataan tetapi juga perlindungan terhadap para wisatawan dari segala hal baik menyangkut aspek perjalanan, penginapan, obyek-obyek atau tujuan wisata dan pengaturan hak dan kewajiban wisatawan.

Di Indonesia sendiri perlindungan hukum dan *human security* telah dinaungi oleh beberapa regulasi, yang ternyata belum dapat diberlakukan secara spesifik pada beberapa wilayah di Indonesia. Salah satunya adalah peraturan tentang destinasi pariwisata.

5. Membangun Keselamatan Penerbangan, Fasilitas Infrastruktur dan Regulasi Yang Memadai

Ada hal yang menakjubkan dari industri penerbangan dalam lima tahun terakhir ini, yakni kenaikan jumlah penumpang sampai dengan 500%. Pencapaian ini menjadi sebuah harapan yang sangat besar untuk dunia dirgantara dan pariwisata kita. Berdasarkan data *supply seat* (tempat duduk) yang disediakan semua maskapai

⁸ *Ibid.*

⁹ Anonim, *United Nations Development Programme (UNDP), Human Development Report 1994*, New York: Oxford University Press, (1994) hlm.23

Indonesia, di antara 50 bandara kelas utama internasional, Bandara Soekarno-Hatta menduduki peringkat ke-8 dalam hal ketersediaan tempat duduk per-minggu, mengalahkan Bandara Changi (Singapura) di urutan ke-10, Bandara Suvarnabhumi (Bangkok) di urutan ke-13 serta Bandara KLIA (Kuala Lumpur) yang ketersediaan tempat duduk pesawatnya perminggu hanya berada di peringkat ke-18.

Kemudian selain mendukung infrastruktur dan keselamatan penerbangan, pemerintah Indonesia melalui KBRI Indonesia di Bangkok Thailand juga mempublikasikan tentang kemajuan perhotelan dan penginapan di Indonesia. Hal ini penting karena nantinya ini dapat mendukung wisatawan asing dari Thailand untuk dapat melanjutkan kunjungannya ke Indonesia.

B. Mengembangkan Diplomasi Dengan Berbagai Stakeholder Pariwisata Thailand

Diplomasi yang dijalankan oleh KBRI di Bangkok merupakan bagian soft diplomasi untuk membangun kesepahaman dengan berbagai stakeholder pariwisata di Thailand. nantinya ini akan menjadi sebuah pendekatan yang efektif, bukan hanya terhadap pemerintah, namun juga swasta sehingga dapat memberikan dampak positif bagi eksistensi pariwisata Indonesia.

1. Membangun Kerjasama Dalam Konteks G to G (Government to Government)

Sepanjang tahun 2010-2016 KBRI Bangkok-Thailand dan kementerian pariwisata Indonesia sering mengadakan pameran-pameran tempat wisata seperti Little Bandung, Wonderful Indonesia Bazaar, festival Wonderful Indonesia. Dalam kegiatan ini Kementerian Pariwisata Indonesia mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia, Kebudayaan-kebudayaan unik yang ada di Indonesia, acara-acara yang akan diselenggarakan di Indonesia yang bertaraf Internasional seperti festival-festival di daerah-daerah.

Implementasi soft diplomasi selanjutnya diwujudkan pemerintah Indonesia melalui KBRI Bangkok dan kementerian Pariwisata sering mengadakan pertemuan-pertemuan antara pengusaha-pengusaha *tour* dari Thailand dan Indonesia untuk dipertemukan agar mereka dapat menjalin kerjasama yang saling menguntungkan jadi pengusaha *tour* di Thailand mempromosikan tempat-tempat wisata atau paket-paket wisata yang ada di Indonesia jadi mereka bisa membuka paket-

paket wisata untuk masyarakat Thailand yang akan pergi ke Indonesia. Kemudian *soft* diplomasi yang dijalankan pemerintah Indonesia melalui KBRI sering berkoordinasi dengan kementerian pariwisata dan olahraga Thailand, pemerintah dan pemerintah menjalin kerjasama yang intensif dengan melalui berbagai macam bentuk yang pertama adalah penguatan hubungan diplomasi antara kedua negara. Hal ini dilakukan karena antara Thailand dan Indonesia mempunyai sejarah diplomatik yang baik.

Kerjasama ekonomi KTS (Kawasan Thailand Selatan) dengan Pulau Sumatera (Aceh, Sumut, Sumbar, Jambi, Susel, Bengkulu, Bangka Belitung, Lampung dan Riau) memiliki prospek yang cerah. Minat swasta KTS terutama tertuju pada sektor-sektor perdagangan, pariwisata dan investasi. Berkenaan dengan sektor perdagangan terdapat kebutuhan besar terhadap komoditi kayu gelondongan dan kayu proses, "*Para Rubber*", kelapa, pinang, perikanan, garment (batik dan busana Muslim), rempah (*spices*), minyak sawit dan batu bara. Menyangkut sektor pariwisata, Industri dan Otoritas Pariwisata propinsi Songkhla, Phuket, Krabi, Surathani dan Nakhorn Si Thammarat mengharapkan adanya kerjasama paket wisata dengan Aceh, Sabang, Sumut, Sumbar, Sumsel, Bengkulu dan Riau. Berkaitan dengan sektor investasi, investor KTS berminat mengadakan kerjasama dalam komoditi pertambangan (batubara), perikanan dan industri pariwisata.

2. Membangun Kerjasama Dalam Konteks G to B (Government to Business)

Sektor swasta (*bussines*) memang memiliki peranan penting dalam menjembatani program-program pemerintah. Hal ini juga berlaku bagi sektor swasta itu sendiri karena pariwisata memiliki peranan sebagai *multiplier effect* yang dapat memberikan keuntungan di berbagai bidang. Ini juga berlaku bagi pelibatan aktor swasta (non-pemerintah) dalam penerapan soft diplomasi kepada Thailand.

Provinsi-provinsi di Kawasan Thailand Selatan (KTS) merupakan daerah tujuan utama wisata di Thailand. Beberapa propinsi seperti Phuket, Krabi, Trang, Surat Thani, Songkhla dan Nakon Si Thammarat merupakan tujuan wisata para turis dari berbagai negara. Kerjasama sektor pariwisata dapat dilakukan guna menjaring calon-calon wisatawan potensial yang berasal dari berbagai negara Eropa untuk melanjutkan perjalanan ke Indonesia. Hal ini dapat dilakukan

dengan menyediakan paket-paket wisata yang memberikan pilihan kepada calon wisatawan untuk dapat memilih berbagai daerah tujuan wisata di Indonesia.

KESIMPULAN

Melalui uraian pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan sektor penting bagi perekonomian Indonesia karena memiliki karakter *multiplier effect*, dimana manfaat bukan hanya dapat diperoleh oleh negara, namun juga kalangan swasta dan masyarakat secara luas. Kondisi geografis Indonesia yang terdiri dari kepulauan, sekaligus posisinya yang ditengah Samudera Hindia dan Pasifik menjadikannya memiliki berbagai obyek wisata yang menarik dari wisata pantai, gunung, kuliner hingga kebudayaan.

Bagi Indonesia Thailand memiliki peranan penting karena di wilayah Asia Tenggara negara ini menduduki peringkat pertama dunia sebagai negara dengan jumlah wisatawan mancanegara terbanyak. Selain itu, Thailand juga dapat dimanfaatkan sebagai *pivot point* bagi para wisatawan untuk dapat berkunjung ke Indonesia setelah dari Thailand sebagai *tourism packaged*.

Thailand menjadi negara yang penting bagi eksistensi pariwisata Indonesia karena negara ini menduduki peringkat pertama bagi kunjungan wisatawan dunia dalam lingkup Asia Tenggara. Meskipun pada tahun 2006 mengalami depresiasi akibat krisis politik di Thailand, namun negara ini dengan cepat berhasil memulihkan kunjungan pariwisatanya. Berkembangnya konsep *cheap and secure* kemudian menlatarbelakangi KBRI Bangkok di Thailand untuk memasukan Indonesia dalam *integrated packaged tourism* yang akan menguntungkan kedua belah pihak.

Upaya selanjutnya yang dijalankan KBRI Indonesia di Bangkok dalam meningkatkan kunjungan wisatawan diwujudkan dengan mengembangkan konsep pariwisata moderen, dengan diantaranya dengan menjaga kondusifitas keamanan, khususnya dalam menangani terorisme di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, *United Nations Development Programme (UNDP), Human Development Report 1994*, New York: Oxford University Press.
- Berkas KJRI Songkhla, 3 Juni 2015 “Mengenai Kegiatan *Familiarization Visit* untuk *Tour Operators* dan *Tourism Journalists*.”
- Hans J Morgenthau. 2010. *Politik Antar Bangsa*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- I Putu Armaya, “Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Pariwisata”, Lembaga Perlindungan Konsumen Provinsi Bali, Denpasar, 2014.
- John. Swarbrooke, 1996. *Development and Management of Visitor Attractions*, Oxford: Butterworth-Heineman.
- Jim Edward, *Community Based Tourism: The New Approach of Modern Tourism Concept on Southeast Asian*, “The Journal of Tourism and Humaniora, Nanayng University, Singapore, 2014.
- K.J. Holsti.1978. *International Politics, A Framework for Analysis*. New Dehl: Prentince Hall of India.

