

## BAB I

### Pendahuluan

#### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor potensial yang sedang berkembang dengan cepat, baik dari segi jumlah turis yang berpergian melintasi batas wilayah negara maupun dampaknya terhadap perekonomian negara dan penyerapan tenaga kerja.<sup>1</sup> Dalam lima dekade terakhir, dengan perubahan kondisi ekonomi sosial budaya dan politik, adanya peningkatan pendapatan, liberalisasi ekonomi dan pembangunan infrastruktur serta suprastruktur, menciptakan peluang yang luas di kalangan masyarakat untuk pergi berwisata. Hal demikian diperkuat oleh jumlah wisatawan internasional yang terus meningkat dari 25 juta turis pada tahun 1950 dan pada tahun 2017 telah mencapai 1,3 miliar turis.<sup>2</sup>

Berkaitan dengan hal tersebut, tidak hanya berdampak positif, beberapa bentuk pariwisata tertentu mengakibatkan munculnya dampak negatif terutama pada lingkungan objek wisata. Menanggapi hal demikian, maka konsep *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan perlu untuk dikembangkan. Salah satu bentuk pariwisata yang tergolong sebagai pariwisata berkelanjutan tersebut adalah pariwisata medis.<sup>3</sup>

Secara singkat pariwisata medis dipahami sebagai suatu perjalanan ke negara lain yang ditujukan untuk mencari dan mendapatkan pelayanan medis dimana peningkatan signifikan pada sektor pariwisata medis ini telah terjadi sejak tahun 1990-an.<sup>4</sup> Dalam hal ini, fenomena pariwisata medis telah ada sejak lama yang ditunjukkan melalui kalangan kelas atas dari negara-negara dengan layanan medis

---

<sup>1</sup>UNWTO, 2011, *Tourism Market Trends*, dalam

<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/markettrends.pdf> diakses pada 6 April 2019

<sup>2</sup>UNWTO, 2017, *2017 Annual Report: World Tourism Organization*, dalam <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807> diakses pada 9 April 2019

<sup>3</sup>Yulianita, Daiva Aleazzura, *Medical Tourism as New Form Sustainable Tourism: Implication and Future in Asia & Singapore*, dalam

[https://www.academia.edu/19643392/MEDICAL\\_TOURISM\\_AS\\_NEW\\_FORM\\_SUSTAINABLE\\_TOURISM\\_Its\\_Implication\\_and\\_Future\\_in\\_Asia\\_and\\_Singapore](https://www.academia.edu/19643392/MEDICAL_TOURISM_AS_NEW_FORM_SUSTAINABLE_TOURISM_Its_Implication_and_Future_in_Asia_and_Singapore) diakses pada 7 April 2019

<sup>4</sup>Marcin, Olkiewicz, *The Impact of Medical Tourism on the Quality of Organizational and Functional Changes in the Polish Healthcare System*, *UTMS Journal of Economics*, Vol.7 No 1, 2016, hal. 110, dalam <http://www.utmsjoe.mk/files/Vol.%207%20No.%201/UTMSJOE-2016-0701-10-Olkiewicz.pdf> diakses pada 6 April 2019

yang kurang memadai berpergian untuk melakukan perawatan medis ke negara-negara maju. Namun memasuki era globalisasi, fenomena pariwisata medis telah mengalami perubahan atau pergeseran tren.

Saat ini pariwisata medis juga mengarah pada perjalanan pariwisata kalangan dari negara maju ke negara berkembang untuk mendapatkan pelayanan medis dengan biaya yang lebih terjangkau, cepat dan juga berkualitas sebagai konsekuensi dari perubahan pada sektor kesehatan terutama biaya layanan medis di negara maju yang semakin mahal.<sup>5</sup>

Berkenaan dengan hal tersebut, dalam beberapa tahun terakhir, industri pariwisata medis semakin berkembang dengan cepat termasuk di kawasan Asia. Menurut laporan *Asian Medical Tourism Outlook* tahun 2015, terdapat enam negara di Kawasan Asia yang berkembang pesat pada industri pariwisata medis salah satunya termasuk Thailand.<sup>6</sup> Meskipun setelah krisis keuangan tahun 1997, rumah sakit swasta di Thailand mengalami penurunan pendapatan sebagai konsekuensi dari jumlah pasien lokal yang terus berkurang, tetapi melalui potensi yang dimiliki, Pemerintah Thailand berupaya bangkit untuk memulihkan perekonomian nasional dengan mengintensifkan pengembangan sektor pariwisata, mempromosikan rumah sakit swasta dan pelayanan kesehatan Thailand di tingkat global.<sup>7</sup>

Dalam hal ini Perdana Menteri Thailand, Thaksin melalui visinya berupaya untuk membangun dan membentuk Thailand sebagai ibukota pariwisata Asia (*the tourism capital of Asia*), sekaligus sebagai pusat transportasi udara regional di kawasan Asia Tenggara (*regional air transport hub*) dan sebagai pusat medis (*medical hub*) di Kawasan Asia yang disusun dalam rencana pengembangan pariwisata Thailand. Adapun untuk mendukung hal tersebut, maka Thailand meningkatkan infrastruktur dan menciptakan daya saing yang lebih kompetitif termasuk dalam sarana transportasi, komunikasi maupun pelayanan kesehatan

---

<sup>5</sup>Erik, Cohen, 2008, *Medical Tourism in Thailand* dalam *Explorations in Thai Tourism Collected Studies*, hal. 228, dalam [https://www.researchgate.net/publication/288866124\\_Medical\\_tourism\\_in\\_Thailand/download](https://www.researchgate.net/publication/288866124_Medical_tourism_in_Thailand/download) diakses pada 8 April 2019

<sup>6</sup>Ha Ye dan Ilian Assenov, *Mainland Chinese Tourist Perception of Medical Tourism in Thailand*. *Research Journal of Social Sciences*, Vol 10 (2), 2017, hal 8, dalam diakses pada 4 April 2019

<sup>7</sup>*Ibid.*

sehingga melalui perubahan tersebut diharapkan mampu menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Thailand.<sup>8</sup>

Selain itu dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata khususnya pariwisata medis, sejak tahun 2003 Pemerintah Thailand juga menerapkan kebijakan *medical hub policy* yang ditujukan untuk mendukung dan menjadikan Thailand sebagai pusat layanan medis utamadi kawasan Asia, dimana kebijakan tersebut telah mendorong pengembangan program berskala besar di rumah sakit swasta di Thailand yang berimpilasi pada pendapatan negara Thailand.<sup>9</sup> Adapun kebijakan pariwisata medis Thailand tersebut tercantum dalam rencana strategis pertama yaitu *Thailand: the Excellent Medical Hub of Asia* tahun 2003–2008. Melalui kebijakan tersebut ditetapkan strategi lima tahun yang bertujuan mengubah negara Thailand menjadi “*Excellent Medical Hub of Asia*”, “*Wellness Capital of Asia*” dan “*Origin of Precious Herbs for Superior Health*”.<sup>10</sup>

Selanjutnya, mengingat kondisi internal negara Thailand yang tidak stabil, maka sejak tahun 2008 sampai dengan tahun 2014 tidak terdapat agenda nasional yang berkenaan dengan pariwisata medis Thailand. Penguatan kebijakan pariwisata medis selanjutnya tercantum dalam rencana strategis tahun 2014-2018 dengan judul *Thailand as a World Class Health Care Provider*, dimana pada rencana strategis tersebut disusun rencana untuk memajukan industri medis di empat bidang seperti layanan medis, promosi kesehatan, obat-obatan tradisional dan alternatif dan produk herbal.<sup>11</sup> Lebih lanjut, kebijakan tersebut juga bertujuan untuk mendorong status Thailand sebagai penyedia layanan kesehatan kelas dunia dan pusat akademik yang canggih serta sekaligus mendorong rumah sakit umum berkembang dengan standar perawatan internasional dalam melayani dan menarik pelanggan

---

<sup>8</sup>Vannarith, Chheang, 2013, *Tourism and Regional Integration in Southeast Asia*, Hal 40 dalam [https://www.researchgate.net/publication/286453372\\_Tourism\\_and\\_Regional\\_Integration\\_in\\_Southeast\\_Asia/download](https://www.researchgate.net/publication/286453372_Tourism_and_Regional_Integration_in_Southeast_Asia/download) Diakses pada 6 April 2019

<sup>9</sup>Nooseisai M, Wang YF, Hongsranagon P, Munisamy M. *Medical tourism within the medical hub policy: reviewing the need of a balanced strategy for health inequality reduction in a Thai context*. J Health Res, Vol. 30(6), 2016, hal 445, dalam <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jhealthres/article/download/77851/62426/>, diakses pada 10 April 2019

<sup>10</sup>Kaewkamol, Pitakdumrongkit, 2017, *Participatory Policymaking: The Crafting of Thailand's Medical Hub Policy*, Policy Report, RSiS Nanyang Technological University, hal. 9, dalam [https://www.rsis.edu.sg/wp-content/uploads/2017/03/PR170324\\_Participatory-Policymaking\\_WEB.pdf](https://www.rsis.edu.sg/wp-content/uploads/2017/03/PR170324_Participatory-Policymaking_WEB.pdf), diakses pada 8 April 2019

<sup>11</sup>*Ibid.*

domestik maupun asing. Dalam mendukung kebijakan tersebut juga terdapat koordinasi yang terorganisir dengan baik antara lembaga pemerintah dan juga rumah sakit swasta sebagai pelaksana utama kebijakan.<sup>12</sup>

Bersamaan dengan upaya yang dilakukan dalam membangun sektor pariwisata termasuk didalamnya pariwisata medis, sesuai dengan *Medical Tourism Index (MTI)*, dilaporkan bahwa sampai dengan tahun 2016, Thailand berada pada peringkat ke 18 sebagai negara tujuan wisata medis paling populer tingkat global dan sekaligus merupakan salah satu dari tiga negara di kawasan Asia Tenggara yang paling banyak dituju sebagai tujuan wisata medis.<sup>13</sup>

Gambar 1.1 2016 Medical Tourism Index Overall Ranking



Sumber: Medical Tourism Booming in Southeast Asia (2017)

Hal demikian diperkuat oleh jumlah wisatawan medis di Thailand yang terus mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2018 jumlah wisatawan medis asing telah mencapai 3,42 juta wisatawan dengan 2,5 juta wisatawan medis dan 920.000 ekspatriat.<sup>14</sup> Selain itu menurut data KPMG Thailand, diperkirakan bahwa pada

<sup>12</sup>Nicola.S, Pocock dan Kai Hong Phua, 2011, *Medical tourism and policy implications for health systems: a conceptual framework from a comparative study of Thailand, Singapore and Malaysia*, Globalization and Health, hal. 5, dalam

[https://www.researchgate.net/publication/51095630\\_Medical\\_Tourism\\_and\\_Policy\\_Implications\\_for\\_Health\\_Systems\\_A\\_Conceptual\\_Framework\\_from\\_a\\_Comparative\\_Study\\_of\\_Thailand\\_Singapore\\_and\\_Malaysia/link/58088a6908ae63c48fec83eb/download](https://www.researchgate.net/publication/51095630_Medical_Tourism_and_Policy_Implications_for_Health_Systems_A_Conceptual_Framework_from_a_Comparative_Study_of_Thailand_Singapore_and_Malaysia/link/58088a6908ae63c48fec83eb/download), diakses pada 23 Agustus 2019

<sup>13</sup> Premalatha, Jayaraman, 2017, *Medical Tourism Booming in Southeast Asia*, dalam <https://theasianpost.com/article/medical-tourism-booming-southeast-asia> diakses pada 4 April 2019

<sup>14</sup> Bangkok Post, 2018, *K-Research: Foreigners Key for Hospitals*, dalam <https://www.bangkokpost.com/business/news/1483849/k-research-foreigners-key-for-hospitals> diakses pada 7 April 2019

tahun 2017 melalui pariwisata medistelah diperoleh pendapatan sebesar THB 48-49 miliar untuk rumah sakit swasta Thailand dan pengembangan pariwisata medis yang diprediksi akan terus mendukung pertumbuhan sektor pariwisata Thailand sekitar 16% per tahun selama periode 2017-2020.<sup>15</sup> Dalam hal ini pertumbuhan 16% tersebut mengacu pada pertumbuhan jumlah pasien asing yang meningkat dengan asumsi yang didasarkan pada geometrik rata-rata tingkat pertumbuhan pasien asing dalam satu periode pariwisata medis menuju Thailand yang dinilai berkembang pesat.<sup>16</sup>

## 1.2 Rumusan Masalah

“Bagaimana upaya diplomasi Thailand dalam meningkatkan daya saing pariwisata medis negaranya di dunia internasional?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami upaya diplomasi yang dilakukan Thailand dalam meningkatkan daya saing pariwisata medisnya di dunia internasional.

## 1.4 Tinjauan Pustaka

Berikut lima penelitian terdahulu yang memberikan gambaran kepada penulis terkait industri pariwisata medis yang dikembangkan di beberapa Negara di Asia.

Pertama yaitu penelitian yang berjudul *Medical Tourism Destination: A Case Study of Thailand Tourism Development Strategy* oleh Sarihan Aya. Penelitian ini berfokus pada penjelasan mengenai alasan Pemerintah Thailand menerapkan *medical hub policy* di Thailand yang ditinjau dari *decision making theory* dalam membuat suatu kebijakan. Dalam mendukung industri pariwisata medis di Thailand, Pemerintah menginisiasi kebijakan *medical hub policy* dengan tujuan untuk menjadikan Thailand sebagai pusat layanan medis yang unggul di Kawasan Asia.

---

<sup>15</sup> KPMG, 2018, *Medical Tourism: Industry Focus* by KPMG in Thailand, dalam <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/th/pdf/2018/03/th-medical-tourism-industry-focus-secured.pdf> diakses pada 8 April 2019

<sup>16</sup> Anchana, NaRanonga dan Viroj NaRanong, 2011, *The Effects of Medical Tourism: Thailand Experience*, Bulletin World Health Organization 89, doi:10.2471/BLT.09.072249, hal.337, dalam [https://www.researchgate.net/publication/51111452\\_The\\_effects\\_of\\_medical\\_tourism\\_Thailand's\\_experience/link/54343d500cf2bf1f27bd0f/download](https://www.researchgate.net/publication/51111452_The_effects_of_medical_tourism_Thailand's_experience/link/54343d500cf2bf1f27bd0f/download), diakses pada 23 Agustus 2019

Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa kebijakan *medical hub policy* yang diterapkan Thailand tidak terlepas dari pengaruh beberapa kondisi domestik Thailand yaitu diantaranya daya saing layanan medis Thailand dari segi harga yang kompetitif dibandingkan negara ASEAN lainnya dan posisi Thailand yang strategis dalam menghubungkan pariwisata medis di kawasan Asia Tenggara. Selain itu untuk menarik wisatawan medis, Pemerintah dan perusahaan layanan kesehatan di Thailand berupaya menyesuaikan layanan kesehatan yang disediakan dengan kebutuhan tindakan medis yang diperlukan oleh pasien. Dalam hal ini dengan diterapkan *medical hub policy* maka hal demikian selanjutnya dapat berimplikasi terhadap kondisi domestik di Thailand terutama dalam hal penciptaan lapangan pekerjaan dan distribusi pendapatan di Thailand.<sup>17</sup>

Selanjutnya yaitu penelitian oleh Terri Putri Wandera yang berjudul *India Sebagai Destinasi Utama Pariwisata Medis di Asia Selatan*. Penelitian tersebut memiliki fokus pembahasan terkait alasan India menjadi destinasi utama pariwisata medis di kawasan Asia Selatan yang dikaji dari sisi keunggulan kompetitif industri medis India. Pada penelitian tersebut diuraikan bahwa India memiliki beberapa keunggulan. 1) Terkait kemampuan industri medis India dalam memenuhi faktor produksi dan permintaan dalam negeri dimana hal demikian mampu mendorong India menghasilkan kualitas industri medis yang dibutuhkan wisatawan medis Asia Selatan. 2) Keunggulan dalam hal kedekatan lokasi India dengan negara Asia Selatan sehingga dapat menekan biaya pariwisata medis. 3) Keunggulan secara kultural dalam hal penggunaan bahasa yaitu bahasa Inggris yang digunakan dalam proses komunikasi antara pasien dengan dokter dimana hal tersebut dapat mendekatkan jarak kultural antara keduanya dan dapat menentukan hasil perawatan medis yang dilakukan. 4) Keunggulan dalam hal kebijakan visa yang diterapkan pemerintah India kepada Negara anggota SAARC (*South Asian Association for Regional Cooperation*) sehingga hal demikian dapat mempermudah dan menarik penduduk Asia Selatan dalam melakukan pariwisata medis ke India.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Sarihan Aya, 2017, *Medical Tourism Destination: A Case Study of Thailand Tourism Development Strategy*, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

<sup>18</sup> Terri, Putri Wandera, *India Sebagai Destinasi Utama Pariwisata Medis di Asia Selatan*, Jurnal Analisis Hubungan Internasional, Vol 6 No.01, 2017, Surabaya: Universitas Airlangga.

Ketiga yaitu penelitian oleh Princess Yemima Purwacahyani tahun 2017 yang berjudul *Alasan dibalik Kesuksesan Industri Medical Tourism Korea Selatan Prosedur Operasi Plastik*. Penelitian ini berfokus pada deskripsi mengenai bagaimana industri *medical tourism* di Korea Selatan dapat mencapai keberhasilan yang dikaji dari sisi faktor-faktor penunjang keberhasilan dari sudut pandang hubungan internasional. Penulis menguraikan bahwa budaya operasi plastik di Korea Selatan telah menjadikan negara tersebut sebagai negara dengan tingkat operasi plastik tertinggi di dunia. Dalam hal ini *medical tourism* di Korea Selatan didukung oleh *one stop service tourism* yang mengkombinasikan antara jasa pariwisata dan pelayanan kesehatan sehingga mampu menarik minat wisatawan luar negeri. Adapun sejak mempromosikan pariwisata medis pada tahun 2009, jumlah wisatawan medis di Korea Selatan mengalami peningkatan sebesar 38,4% per tahun, dimana selanjutnya keberhasilan *medical tourism* Korea Selatan tidak terlepas dari meningkatnya kalangan menengah di kawasan Asia yang menjadikan segala produk terkait budaya K-Pop dikonsumsi sebagai *mass luxury* dan simbol gaya hidup. Selain itu keberhasilan *medical tourism* Korea Selatan juga didukung oleh peranan Pemerintah Korea Selatan dalam mendorong pemasaran melalui diplomasi publik.<sup>19</sup>

Keempat yaitu jurnal yang berjudul *Positioning Malaysia in Medical Tourism: Implication on Economic Growth in ASEAN integration* oleh Au Yong Hui Nee tahun 2018. Pembahasan pada jurnal ini berfokus pada analisis pengambilan keputusan yang berkenaan dengan strategi peningkatan daya saing sektor pariwisata medis Malaysia dalam menghadapi *ASEAN Economic Community (AEC)* dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi. Hasil temuan pada jurnal ini menguraikan bahwa Masyarakat Ekonomi ASEAN membawa dampak pada meningkatnya volume perdagangan dalam layanan kesehatan di Malaysia dan dalam hal ini pariwisata medis memainkan peran penting pada pertumbuhan ekonomi Malaysia dengan pendapatan yang diperoleh melalui sektor pariwisata medis hingga mencapai RM900 juta seiring dengan pertumbuhan ekonomi Malaysia. Selain itu dalam mengembangkan pariwisata medisnya, Malaysia

---

<sup>19</sup>Princess, Yemima Purwacahyani, 2017, *Alasan dibalik Kesuksesan Industri Medical Tourism Korea Selatan Prosedur Operasi Plastik*, Surabaya: Universitas Airlangga.

meningkatkan daya saingnya melalui ketersediaan infrastruktur pariwisata yang memadai dan biaya yang relatif lebih rendah dalam layanan medis yang disediakan.

Mengingat posisi Malaysia yang secara strategis terletak di pusat kawasan ASEAN, hal tersebut selanjutnya diharapkan dapat mendukung tujuan Malaysia untuk melampaui Thailand dan Singapura menjadi tujuan wisata medis terbaik di Asia Tenggara pada tahun 2020. Adapun untuk mendukung tujuan tersebut, strategi yang dipersiapkan Malaysia yaitu diharapkan rumah sakit swasta untuk berinvestasi dalam infrastruktur dan fasilitas rumah sakit, memberikan upah yang lebih tinggi bagi tenaga medis dan menyediakan peluang kerja yang lebih baik dalam industri pariwisata medis sehingga hal demikian mampu memungkinkan Malaysia memiliki tenaga medis profesional yang terampil dan mampu menarik wisatawan medis dari negara-negara di kawasan Asia Tenggara.<sup>20</sup>

Terakhir yaitu jurnal yang berjudul *Mainland Chinese Tourists' Perception of Medical Tourism in Thailand* oleh Ha ye dan Ilian Assenov. Pembahasan dalam jurnal ini mengeksplor mengenai persepsi wisatawan Tiongkok atas *medical tourism* di Thailand. Pada jurnal ini diungkapkan bahwa mayoritas wisatawan Tiongkok memiliki ketertarikan terhadap pariwisata medis di Thailand dengan destinasi utama wisata medis yang dituju yaitu Phuket dan Bangkok. Dalam hal ini layanan medis berupa *medical check up* dan perawatan kecantikan merupakan layanan yang paling populer di kalangan Wisatawan Tiongkok. Selain itu penulis juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor penting yang menjadi pertimbangan wisatawan medis Tiongkok dalam memilih destinasi wisata medis ke Thailand yaitu diantaranya terkait akreditasi, kualitas perawatan yang disediakan, keterampilan dokter dalam menangani pasien dan kemudahan komunikasi bahasa antara pasien dan dokter. Selain itu rekomendasi positif dari mulut ke mulut antar wisatawan medis Tiongkok mengenai kualitas pelayanan, hasil perawatan medis serta profesionalitas dalam pelayanan medis di Thailand berperan dalam membentuk persepsi wisatawan Tiongkok atas pariwisata medis di Thailand.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Au Yong, Hui Nee, *Positioning Malaysia in Medical Tourism: Implication on Economic Growth in ASEAN Integration*, Indonesian Journal of Business and Economics, Vol 1 No.1, 2018

<sup>21</sup> Ha Ye dan Ilian Assenov, *Op.cit.*



Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa terdapat relevansi atau kesamaan antara kelima literatur tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama mengkaji mengenai pariwisata medisdi Negara kawasan Asia, namun disisi lain juga terdapat perbedaan medasar antara penelitian yang penulis lakukan dengan kelima penelitian terdahulu yaitu diantaranya terkait fokus penelitian.

Pada penelitian terdahulu fokus pembahasan lebih menekankan pada alasan kesuksesan pariwisata medis di suatu negara, alasan penerapan kebijakan yang mendukung pariwisata medis, implikasi pariwisata medis terhadap pertumbuhan ekonomi dan persepsi wisatawan medis atas *medical tourism*. Sementara pada penelitian ini, penulis lebih memfokuskan pada upaya diplomasi yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing pariwisata Medis Thailand di tingkat global sehingga melalui penelitian ini dapat diketahui upaya diplomasi serta pihak- pihak yang terlibat dalam upaya diplomasi tersebut.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pokok permasalahan penelitian mengenai diplomasi Thailand dalam meningkatkan pariwisata medisnya di tingkat global, maka untuk mengkaji dan menganalisis permasalahan tersebut konsep yang relevan digunakan pada penelitian ini adalah konsep diplomasi dan *national branding*.

### 1.5.1 Diplomasi Publik

Pada kajian studi hubungan internasional, seni bernegosiasi dengan negara lain menunjukkan ciri khas diplomasi dalam pendekatan tradisional. Adapun dalam perkembangannya terdapat perubahan sifat diplomasi yang semakin luas dimana diplomasi juga mengarah pada manajemen hubungan antara negara dan aktor hubungan internasional lainnya.<sup>22</sup>

Diplomasi publik dapat didefinisikan sebagai upaya suatu negara dengan tujuan untuk mempengaruhi opini publik maupun pemimpin di negara lain sehingga dapat mencapai tujuan kebijakan luar negerinya.<sup>23</sup> Dalam hal ini mengingat

---

<sup>22</sup>Barston, R,P, 1997, *Modern Diplomacy*, England: Pearson Education, hal. 1

<sup>23</sup>Jarol, D Manheim, 1990, *Strategic Public Diplomacy: The Evolution of Influence*, New York: Oxford University Press, hal.4

diplomasi publik memiliki pendekatan yang dinilai efektif dan lebih sederhana maka diplomasi publik merupakan salah satu diplomasi yang paling diminati oleh suatu negara.<sup>24</sup>

Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Mark Leonard dikemukakan bahwa terdapat empat tujuan utama yang ingin dicapai melalui diplomasi publik yaitu diantaranya: (a) meningkatkan rasa kekeluargaan. Hal ini dapat dicapai melalui diplomasi publik antar negara dengan cara membuat mereka memikirkan negara lain, memiliki citra yang baik di mata publik atau suatu negara; (b) meningkatkan penghargaan masyarakat kepada negara tertentu, dalam artian terbangunnya persepsi yang positif; (c) mengeratkan hubungan dengan masyarakat di suatu negara, contohnya dengan cara melibatkan pendidikan ke dalam kerja sama ilmiah, meyakinkan masyarakat di suatu negara untuk mendatangi tempat-tempat wisata, menjadi konsumen produk buatan lokal, pemberi pengetahuan mengenai nilai-nilai yang dijunjung oleh aktor; (d) mempengaruhi masyarakat di negara lain untuk berinvestasi serta menjadi partner dalam hubungan politik.<sup>25</sup>

Selain itu, Mark Leonard juga menguraikan bahwa dalam implementasi diplomasi publik terdapat tiga dimensi yang perlu dilaksanakan untuk mendukung dan mencapai keberhasilan diplomasi publik yaitu diantaranya melalui upaya *news management*, *strategic communication* dan *relationship building*.<sup>26</sup>

Pada upaya *news management*, aktor diplomasi publik dalam menjalankan diplomasi perlu untuk melakukan manajemen berita melalui media yang dilakukan secara konsisten terkait isu domestik dan isu lainnya. Upaya *news management* yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai aktor diplomasi publik dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media, baik media *offline* maupun media *online* melalui konten berita yang sesuai dengan kepentingan nasional yang ingin dicapai.<sup>27</sup>

Selanjutnya yaitu pada upaya *strategic communication* yang diwujudkan melalui kampanye serta aktivitas dalam mendukung kampanye tersebut. *Strategic*

---

<sup>24</sup>Sukarwarasini, Djelantik, 2012, *Diplomasi: Antara Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 70

<sup>25</sup>Mark, Leonard, dkk, 2002, *Public Diplomacy*, London: Foreign Policy Centre, hal.9

<sup>26</sup>*Ibid.* hal. 11

<sup>27</sup>*Ibid.* hal 12-13

*communication* dalam diplomasi publik perlu dilakukan dengan tujuan untuk membentuk persepsi suatu negara atau publik secara keseluruhan. Melalui *strategic communication* ini maka selanjutnya publik dapat mempersepsikan suatu negara ini dengan jelas yang dapat ditinjau dari bidang ekonomi, sosial, pariwisata maupun nilai-nilai budaya negara tersebut.<sup>28</sup>

Terakhir yaitu melalui dimensi *relationship building*. Dalam diplomasi publik, *relationship building* bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama atas suatu isu dengan pemikiran yang sama dengan apa yang diinginkan oleh negara yang melaksanakan diplomasi publik. Dimensi *relationship building* ini dapat dilakukan melalui beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi, membangun jaringan nyata maupun virtual serta memberikan akses masyarakat terhadap saluran media.<sup>29</sup>

Dengan demikian melalui konsep diplomasi publik yang digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini maka dapat membantu penulis untuk melihat dan menganalisis terkait upaya diplomasi yang dilakukan Thailand dalam mengembangkan pariwisata medis negaranya di tingkat internasional.

### 1.5.2 National Branding

Konsep *national branding* merupakan konsep yang digagas oleh Simon Anholt pada 1996 dan semakin berkembang serta diminati dalam studi Ilmu Hubungan Internasional. Awalnya *national branding* dikembangkan dari konsep *destination* atau *place branding* yang fokus pada strategi mempromosikan citra destinasi pariwisata baik dalam cakupan lokal, regional maupun internasional sehingga memiliki daya saing serta pembeda dengan destinasi lainnya.<sup>30</sup>

Adapun *national branding* seringkali hanya dikaitkan sebagai strategi pemasaran tanpa unsur politis yang menargetkan pasar eksternal dalam membangun dan mengkomunikasikan citra nasional. Meskipun *national branding* memiliki akar pemasaran yang kuat, namun konsep *branding* sendiri sebenarnya dapat diterapkan pada berbagai hal termasuk pada bangsa atau negara.<sup>31</sup> Dalam hal ini Anholt

---

<sup>28</sup>*Ibid.* hal 14-15

<sup>29</sup>*Ibid.* hal 18

<sup>30</sup>Simon, Anholt, 2003, *Brand New Justice. The Upside Of Global Branding*, London: Butterworth-Heinemann.

<sup>31</sup>Muhammad, Irhan Diaz, *Upaya Promosi Jazz Sebagai Bentuk Nation Branding Amerika Serikat di Era Perang Dingin*, Jurnal Analisis Hubungan Internasional, Vol 7, No 3, 2018, Hal 218

mendefinisikan *national branding* sebagai akumulasi hasil keseluruhan persepsi masyarakat internasional dan strategi yang dibentuk oleh negara untuk meraih keuntungan serta memenuhi kepentingan nasionalnya.<sup>32</sup>

Anholt menyatakan bahwa *national branding* dapat menjadi cara untuk membentuk persepsi terhadap suatu target kelompok masyarakat tertentu melalui enam aspek atau dimensi utama yaitu diantaranya melalui pariwisata, ekspor, masyarakat, tata kelola pemerintahan, kebudayaan dan warisan budaya, serta investasi dan imigrasi.<sup>33</sup> Dalam hal ini proses implementasi atau membangun *national branding*, perlu memanfaatkan serta mengembangkan seluruh dimensi tersebut agar potensi yang dimiliki dapat dikelola secara optimal dan dikenal oleh masyarakat dunia sehingga dapat membuka kesempatan bagi negara untuk membangun perekonomian negaranya.

Selain itu, dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa manfaat yang diperoleh melalui *national branding* yaitu meliputi: (a) dapat membentuk kembali identitas sebuah bangsa (Ollins, 1999); (b) dapat meningkatkan daya saing suatu bangsa/negara dalam menghadapi kompetisi global melalui sinergi antar pemangku kepentingan (Anholt, 2007; Lee, 2009); (c) dapat merangkul berbagai aktivitas politik, kebudayaan, bisnis dan olahraga sehingga dapat mendatangkan banyak turis asing (Jaffe dan Nebenzahl, 2001); (d) dapat meningkatkan perekonomian dan politik di dalam maupun luar negeri (Rendon, 2003; Szondi, 2007); (e) mampu mengubah, memperbaiki dan meningkatkan reputasi suatu bangsa (Gudjosson, 2005; fan, 2006, 2008, 2009).<sup>34</sup>

## 1.6 Hipotesis

Mengacu pada rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang diuraikan di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut: “Jika upaya diplomasi dilakukan secara optimal dalam mempromosikan pariwisata medis Thailand maka hal demikian akan berkontribusi positif pada meningkatkan kedatangan wisatawan medis dan daya saing pariwisata medis di tingkat global” diantaranya adalah:

---

<sup>32</sup>Simon, Anholt, *Op.cit*

<sup>33</sup>*Ibid.*

<sup>34</sup>*Ibid.*

1. Dalam upaya meningkatkan daya saing pariwisata medis Thailand, pemerintah Thailand melakukan upaya diplomasi terhadap beberapa aktor seperti non pemerintah, media dan masyarakat.

## 1.7 Metodologi Penelitian

### 1.7.1 Operasionalisasi Konsep

#### 1.7.1.1 Diplomasi

Menurut Harold Nicolson, diplomasi didefinisikan sebagai pengelolaan hubungan internasional melalui negosiasi; metode dimana penyelenggaraan hubungan internasional dikelola oleh seorang duta besar maupun utusan negara; seni dalam bernegosiasi.<sup>35</sup> Dalam penelitian ini, konsep mengenai diplomasi dioperasionalkan sebagai upaya yang dilakukan pemerintah maupun elemen *non government* di Thailand untuk mencapai kepentingan nasional negaranya dengan membangun pemahaman, memberikan informasi serta mempengaruhi publik internasional mengenai daya saing sektor pariwisatanya sehingga dapat menarik wisatawan medis untuk melakukan pariwisata medis di Thailand.

#### 1.7.1.2 Pariwisata Medis

Menurut laporan *Asia-Pacific medical tourism*, pariwisata medis didefinisikan sebagai perjalanan jarak jauh melewati batas negara untuk mengakses layanan perawatan kesehatan dengan dilatarbelakangi beberapa alasan baik karena tingginya biaya perawatan, daftar tunggu yang terlalu lama atau terbatasnya kapasitas perawatan kesehatan yang tersedia di negara asal.<sup>36</sup> Sementara menurut M. Prochorowicz (2008) pariwisata medis menunjukkan kombinasi antara kegiatan pariwisata dan perawatan. Selain itu, menurut A. Bialk-Wolf, pariwisata medis mengacu pada adanya perpindahan atau perjalanan ke negara asing untuk menjalani perawatan yang direncanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan atau sembuh dari penyakit, untuk meningkatkan kualitas hidup atau penampilan fisik, dengan pertimbangan dilakukannya wisata medis karena alasan

---

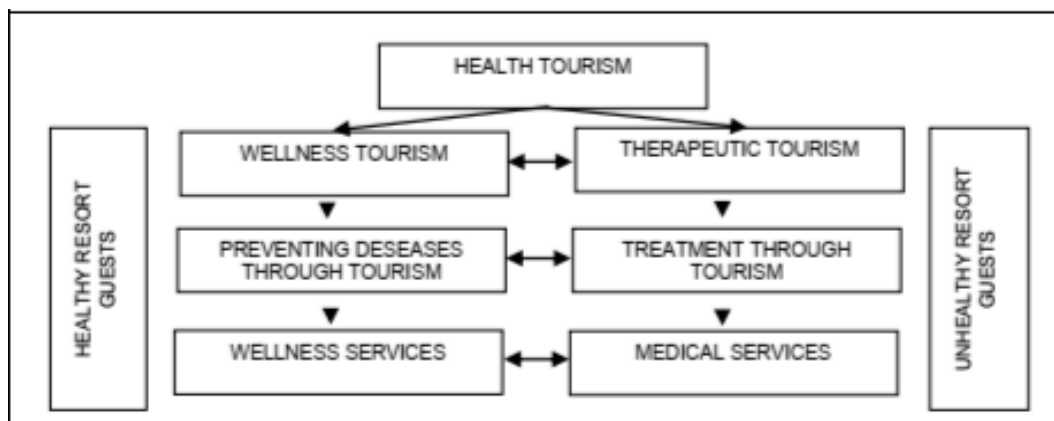
<sup>35</sup> Derek, Drinkwater, 2005, *Sir Harold Nicolson and International Relations: The Practitioner as Theorist*, New York: Oxford University Press Inc, hal.89

<sup>36</sup> ESCAP, 2009, *Medical Travel in Asia and the Pacific: Challenges and Opportunities*, Bangkok: United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, hal. 1

finansial, kualitas layanan atau karena tidak tersedianya layanan tersebut di negara asalnya.<sup>37</sup>

Lebih lanjut, ditegaskan bahwa cakupan layanan yang disediakan dalam pariwisata medis sangat luas, mengingat beragamnya tujuan dilakukannya wisata medis baik karena kebutuhan kesehatan maupun harapan para prosumer modern yang semakin individual khususnya berkenaan dengan tujuan meningkatkan penampilan.<sup>38</sup> Berikut bagan yang memperkuat beragamnya cakupan dalam pariwisata medis.

Gambar 2.1 Cakupan Pariwisata Medis



Sumber: Mueller, H dan E.L. Kaufmann (2016)

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini, konsep mengenai pariwisata medis dioperasionalkan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan medis asing melintasi perbatasan internasional untuk memperoleh beberapa bentuk atau layanan perawatan medis di Thailand dengan tujuan kebutuhan kesehatan maupun meningkatkan penampilan seperti perawatan gigi, bedah kosmetik, bedah elektif, dan berbagai macam perawatan lainnya.

### 1.7.1.3 Asian Medical Hub

Menurut *Thailand Board of Investment*, *Asian medical hub* didefinisikan sebagai pusat wisata medis terkemuka Asia dengan fasilitas medis kelas dunia atau

<sup>37</sup>Bialk-Wolf, Anna, 2010, *Development Potential of Medical Tourism*, Scientific Journal University of Szczein Economic Service Problem, hal 653

<sup>38</sup>Marcin, Olkiewicz, *Op.Cit.* hal. 112

pusat wisata medis yang paling unggul di dunia.<sup>39</sup> Dalam penelitian ini, konsep mengenai *Asian medical hub* dirancang sebagai katalisator dalam merubah dan mendukung sektor pariwisata medis Thailand sebagai pusat layanan medis internasional yang unggul di kawasan Asia. Konsep ini dioperasionisasikan sebagai citra yang ingin dibentuk Thailand di tingkat internasional atas popularitas layanan kesehatan terutama pariwisata medis negaranya yang dikenal terjangkau namun memiliki fasilitas serta kualitas kelas dunia.

### **1.7.2 Tipe Penelitian**

Berdasarkan fenomena yang diteliti, maka penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan tujuan agar dapat mendeskripsikan dan memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai upaya diplomasi yang dilakukan Thailand dalam meningkatkan pariwisata medisnya sesuai dengan data yang ada.

### **1.7.3 Jangkauan Penelitian**

Batasanwaktu dalam penelitian ini dimulai pada tahun 2003 sampai dengan 2018. Penulis memilih tahun 2003 karena pada tahun tersebut Pemerintah Thailand mulai menginisiasi dan berupaya menjadikan Thailand sebagai pusat pariwisata medis global, sedangkan penulis memilih batasan akhir penelitian hingga tahun 2018 karena Pemerintah Thailand masih mengupayakan diplomasi dalam meningkatkan pariwisata medisnya.

### **1.7.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan telaah pustaka atau *library research* yaitu penulis mengumpulkan data dari berbagai literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dikaji dan kemudian menganalisisnya. Adapun data yang penulis gunakan merupakan data sekunder yaitu berupa buku, skripsi, dokumen resmi, jurnal ilmiah, surat kabar, dan artikel situs internet yang berkaitan dengan pariwisata medis di Thailand.

### **1.7.5 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif. Adapun melalui data yang ada kemudian penulis menghubungkan data tersebut

---

<sup>39</sup>Thailand Board of Investment, 2016, *Thailand Poised to be Asia's Medical Hub*, dalam [https://www.boi.go.th/upload/content/TIR\\_MAY\\_56933.pdf](https://www.boi.go.th/upload/content/TIR_MAY_56933.pdf) Diakses pada 11 April 2019

dengan data lainnya sehingga menghasilkan sebuah argumen yang tepat.<sup>40</sup> Selain itu, dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis mengacu pada teknik analisis data menurut Miles dan Huberman yang meliputi tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga alur kegiatan tersebut berlangsung secara bersamaan dalam analisis data dimana ketiga kegiatan ini saling berhubungan dan berkaitan untuk membentuk proses siklus yang interaktif pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis.<sup>41</sup>

### **1.7.6 Sistematika Penulisan**

Penulis membagi pembahasan kedalam 4 (empat) bab agar dapat memudahkan dalam memahami kasus yang diangkat, yaitu; Bab I yang mana pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, dan metodologi penelitian; Bab II yang berisi tentang gambaran umum pariwisata medis di Thailand serta kebijakan pemerintah dalam mendukung pengembangan pariwisata medis; Bab III yang meliputi tentang upaya diplomasi yang dilakukan aktor hubungan internasional dalam meningkatkan pariwisata medis Thailand di tingkat internasional; dan Bab IV yang berisi tentang kesimpulan dari permasalahan yang diteliti.

---

<sup>40</sup>Yanuar, Ikbar, 2012, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, Bandung:PT.Refika Aditama, hal.103

<sup>41</sup>Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung:Alfabeta, hal 132-135