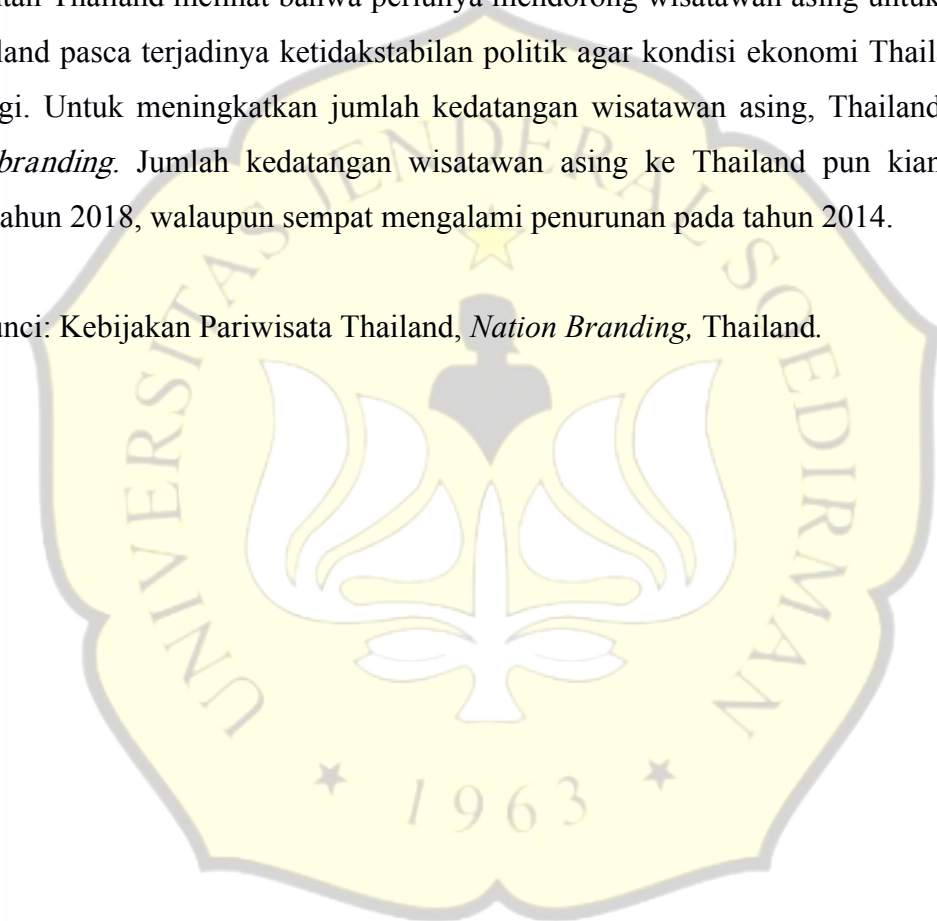


## RINGKASAN

Penelitian yang berjudul “IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PARIWISATA THAILAND PADA MASA PEMERINTAHAN PERDANA MENTERI PRAYUTH CHAN-O-CHA TAHUN 2014-2018” ini membahas mengenai kebijakan pariwisata Thailand dan implementasinya pada masa pemerintahan Perdana Menteri Prayuth Chan-o-cha pasca terjadinya kudeta pada tahun 2014 hingga setahun sebelum pemilihan Perdana Menteri Thailand pada tahun 2019 dengan menggunakan konsep *Nation Branding*. Pemerintah Thailand melihat bahwa perlunya mendorong wisatawan asing untuk berkunjung ke Thailand pasca terjadinya ketidakstabilan politik agar kondisi ekonomi Thailand kembali pulih lagi. Untuk meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan asing, Thailand melakukan *nation branding*. Jumlah kedatangan wisatawan asing ke Thailand pun kian meningkat hingga tahun 2018, walaupun sempat mengalami penurunan pada tahun 2014.

Kata Kunci: Kebijakan Pariwisata Thailand, *Nation Branding*, Thailand.



## SUMMARY

This research, entitled “IMPLEMENTATION OF THAILAND TOURISM POLICIES DURING THE REIGN OF THE PRIME MINISTER OF PRAYUTH CHAN-O-CHA 2014-2018”, discusses about Thailand's tourism policies and their implementation during the reign of Prime Minister Prayuth Chan-o-cha after the 2014 coup until one year before the election of the Prime Minister of Thailand in 2019, using Nation Branding concept. The Thai government saw that it was necessary to encourage foreign tourists to visit Thailand after the occurrence of political instability so that Thailand's economic condition would recover. Thailand was doing nation branding to increase the number of foreign tourists arrivals. The number of foreign tourist arrivals to Thailand has increased until 2018, although it had decreased in 2014.

Keywords: Thailand Tourism Policy, Nation Branding, Thailand.

