



Upaya Pemerintah Thailand Dalam Pengembangan Pariwisata Internasional Melalui Festival Budaya Songkran Pada Tahun 2024-2025

Feny Yolanda Christmas Sitinjak¹, Maurin Adelia Putri², Resa Rasyidah³

¹⁻³ Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Corresponding Author ✉ resa_rasyidah.hi@upnjatim.ac.id

Abstract:

This study examines the role of the Thai government in promoting international tourism through the Songkran Festival during the 2024–2025 period. Songkran is one of Thailand’s major cultural festivals and was inscribed by UNESCO as an Intangible Cultural Heritage in 2023, contributing to global recognition and strengthening Thailand’s cultural image. This research employs a literature review method by analyzing academic journals, government reports, international publications, and relevant ASEAN tourism data. The analysis is based on Hari Hartono’s (1974) framework, which identifies four governmental roles in tourism development: coordination with the private sector, infrastructure provision, facility development, and overseas promotion. The findings indicate that the Thai government has implemented these roles through strategic collaborations with ICONSIAM and the Jeollanam-do Provincial Government, improvements in transportation infrastructure during the festival period, and the enhancement of public facilities, including security and digital services. In terms of promotion, the Tourism Authority of Thailand (TAT) expanded international outreach through global campaigns, including collaboration with BBC StoryWorks in the “Amazing Thailand Songkran Festival” program. These strategies contributed to increased international tourist arrivals, supported post-pandemic tourism recovery, and strengthened Thailand’s soft power.

Keywords: Tourism Development, Songkran Festival, Thai Government, International Tourism

Abstrak:

Penelitian ini mengkaji peran pemerintah Thailand dalam mempromosikan pariwisata internasional melalui Festival Songkran pada periode 2024–2025. Songkran merupakan salah satu festival budaya utama di Thailand yang memperoleh pengakuan UNESCO sebagai Warisan Budaya Takbenda pada tahun 2023, sehingga berkontribusi terhadap penguatan pengakuan global dan citra budaya Thailand. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan menganalisis jurnal akademik, laporan pemerintah, publikasi internasional, serta data pariwisata ASEAN yang relevan. Analisis penelitian didasarkan pada kerangka teori Hari Hartono (1974) yang mengemukakan empat peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata, yaitu koordinasi dengan sektor swasta, penyediaan infrastruktur, pengembangan fasilitas, dan promosi ke luar negeri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Thailand mengimplementasikan keempat peran tersebut melalui kerja sama strategis dengan ICONSIAM dan Pemerintah Provinsi Jeollanam-do, peningkatan infrastruktur transportasi selama periode festival, serta penguatan fasilitas publik, termasuk aspek keamanan dan layanan digital. Dalam aspek promosi, Tourism Authority of Thailand (TAT) memperluas jangkauan internasional melalui kampanye global, termasuk kolaborasi dengan BBC StoryWorks dalam program “Amazing Thailand Songkran Festival”. Strategi ini berkontribusi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan internasional, mendukung pemulihan pariwisata pascapandemi, dan memperkuat soft power Thailand.

Kata Kunci: Pengembangan Pariwisata, Festival Songkran, Pemerintah Thailand, Pariwisata Internasional



Under the License CC BY-SA 4.0

Copyright© 2025, Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)

Pendahuluan

Thailand dikenal sebagai salah satu negara dengan sektor pariwisata yang berkembang paling pesat di kawasan Asia Tenggara. Jumlah kunjungan yang sangat besar ini menjadikan Thailand berada pada posisi teratas di antara negara-negara ASEAN dalam hal penerimaan wisatawan internasional, sehingga memperkuat reputasinya sebagai destinasi utama di kawasan tersebut (Jintamas, 2023). Sektor pariwisata di Thailand telah lama menjadi salah satu pilar utama dalam struktur ekonomi nasional yang menunjukkan pertumbuhan pesat selama beberapa dekade terakhir. Sejak berakhirnya Perang Dunia II, pemerintah Thailand mulai memanfaatkan potensi sektor pariwisatanya secara lebih terarah dan strategis. Upaya ini dilakukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus memperkuat citra Thailand di kancah internasional sebagai negara yang stabil, terbuka, dan menarik bagi wisatawan maupun investor. (Yasril et al., 2025). Pariwisata dapat dianggap sebagai salah satu alat yang berperan penting dalam mendukung pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas. (Prabhawati, 2018).

Pasca pandemi COVID-19, industri pariwisata Thailand mengalami penurunan yang signifikan akibat pembatasan perjalanan internasional. Namun, pemerintah Thailand segera mengambil langkah-langkah strategis untuk memulihkan sektor ini melalui kebijakan bebas visa bagi wisatawan dari berbagai negara, peningkatan promosi global, sebagai destinasi wisata yang aman, bersih, dan kaya budaya. Berdasarkan data resmi dari ASEAN Secretariat melalui portal ASEANStats, Thailand secara konsisten menempati posisi teratas sebagai negara dengan jumlah wisatawan internasional terbanyak di kawasan ASEAN selama lima tahun terakhir. Secara keseluruhan, data lima tahun terakhir menunjukkan bahwa Thailand tetap menjadi pusat utama pariwisata internasional di Asia Tenggara, didukung oleh daya tarik budayanya, promosi pariwisata yang intensif, serta kebijakan pemulihan pariwisata yang efektif pasca pandemi dialami seluruh negara anggota ASEAN. Namun, setelah pembatasan dicabut, sektor pariwisata Thailand menunjukkan pemulihan yang pesat. Pada tahun 2022, jumlah kunjungan meningkat menjadi sekitar 11,15 juta wisatawan internasional, dan kembali menempatkan Thailand di posisi tertinggi di antara negara ASEAN lainnya. Tren positif tersebut berlanjut pada 2023, dengan lonjakan signifikan hingga mencapai sekitar 28,2 juta kunjungan, menjadikan Thailand sebagai negara dengan wisatawan internasional terbanyak di ASEAN untuk tahun tersebut. Secara keseluruhan, data lima tahun terakhir menunjukkan bahwa Thailand tetap menjadi pusat utama pariwisata internasional di Asia Tenggara, didukung oleh daya tarik budayanya, promosi pariwisata yang intensif, serta kebijakan pemulihan pariwisata yang efektif pascapandemi (Secretariat, 2025).

Festival budaya memiliki peranan yang besar dalam pemulihan sektor pariwisata pasca pandemi, sekaligus menjadi faktor penting dalam mendorong pengembangan pariwisata karena berfungsi sebagai media pelestarian tradisi sekaligus daya tarik wisata yang unik. Berbeda dengan objek wisata alam atau buatan, festival budaya menawarkan pengalaman otentik yang mencerminkan identitas, nilai, dan kearifan lokal suatu masyarakat (Xiubai Li et al., 2021). Kehadiran festival budaya mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara karena memberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam aktivitas sosial, religius, maupun kesenian tradisional. Dengan demikian, festival budaya tidak hanya menjadi sarana hiburan dan promosi pariwisata, tetapi juga instrumen penting dalam memperkuat citra budaya dan diplomasi kebudayaan suatu negara di panggung internasional. Hiburan dan promosi pariwisata, tetapi

juga instrumen penting dalam memperkuat citra budaya dan diplomasi kebudayaan suatu negara di panggung internasional.

Songkran merupakan salah satu atraksi wisata unggulan nasional. Perayaan ini dipandang sebagai kesempatan untuk secara simbolis membersihkan diri dari kesialan, berdoa demi kemakmuran di tahun mendatang, mempererat hubungan keluarga, serta memberikan penghormatan kepada leluhur dan orang yang lebih tua (Mianlamai, 2022). Dengan menekankan nilai penghormatan dan keakraban keluarga, Songkran juga berkontribusi dalam mengurangi rasa kesepian dan isolasi sosial di masyarakat (Promotion, 2022). Sebagai bagian dari upaya meningkatkan kunjungan wisatawan internasional pada tahun 2024–2025, pemerintah Thailand menempatkan Festival Songkran sebagai salah satu strategi utama promosi pariwisata internasional. Pemerintah menetapkan anggaran khusus untuk pelaksanaan festival ini dengan melibatkan sektor swasta seperti ICONSIAM sebagai mitra pendanaan dan promosi (SHOOWONG, 2025). Selain itu, pemerintah Thailand melalui Tourism Authority of Thailand (TAT) juga menjalin kerja sama dengan media internasional, seperti BBC, untuk meningkatkan visibilitas Festival Songkran di pasar global. Kampanye internasional bertajuk “Amazing Thailand Songkran Festival” diluncurkan pada April 2024 melalui platform BBC Storyworks, menampilkan narasi visual tentang keindahan budaya dan semangat masyarakat Thailand (NEWS, 2024).

Festival Songkran menjadi simbol identitas nasional dan kekuatan budaya (soft power) yang paling unggul, hal ini menunjukkan bahwa Festival Songkran memiliki potensi besar sebagai alat soft power untuk memperkuat pariwisata Thailand, karena menggabungkan unsur spiritualitas Buddha, tradisi lokal, dan daya tarik hiburan yang unik, yang mampu menarik jutaan wisatawan dari berbagai negara setiap tahunnya.

Topik penelitian ini termasuk baru karena belum terdapat penelitian terdahulu yang secara spesifik membahas bagaimana peranan pemerintah Thailand dalam mendorong pariwisata internasional melalui Festival Budaya Songkran pada tahun 2024–2025. Tujuannya adalah untuk menunjukkan posisi penelitian penulis dalam peta keilmuan yang ada, sekaligus menegaskan unsur kebaruan (novelty) dan kontribusi penelitian terhadap kajian sebelumnya signifikan terhadap pariwisata internasional, namun sebagai acuan dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Imelda Nauli Gultom (2025) yang berjudul “Peranan Pemerintah Singapura Dalam Mendorong Pariwisata Internasional Melalui The Eras Tour” Dalam penelitian tersebut, disebutkan bahwa pariwisata dipandang sebagai sektor strategis yang mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas investasi, dan mendorong pembangunan infrastruktur (Gultom, 2025). Begitu juga dengan penelitian Sugiyarto dan Rabith Jihan Amaruli yang berjudul “Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal” membahas pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal merupakan hasil dari kreativitas manusia yang memiliki nilai ekonomi tinggi, karena mampu menggerakkan berbagai sektor seperti industri kerajinan, kuliner, dan seni pertunjukan (Sugiyarto, 2018). Dengan mengacu pada kedua penelitian tersebut, penelitian ini berupaya memperluas perspektif dengan fokus pada bagaimana pemerintah Thailand memanfaatkan potensi budaya Songkran sebagai strategi ekonomi pariwisata internasional pada periode 2024–2025. Memuat tinjauan dan perbandingan terhadap karya-karya terdahulu yang membahas topik sejenis. Tujuannya adalah untuk menunjukkan posisi penelitian penulis dalam peta keilmuan yang ada, sekaligus menegaskan unsur kebaruan (novelty) dan kontribusi penelitian terhadap kajian sebelumnya.

Metode

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan metode studi literatur. Studi literatur merupakan salah satu jenis penelitian yang umum dilakukan di berbagai bidang ilmu. Penelitian ini bertujuan untuk memahami serta meringkas perkembangan pengetahuan yang telah ada terkait suatu topik. Dalam kondisi perkembangan informasi yang semakin cepat dan luas, kemampuan untuk memilih literatur yang berkualitas tinggi menjadi sangat penting. Peneliti mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel populer, serta sumber elektronik lainnya. Secara khusus, penelusuran literatur dilakukan melalui beberapa basis data akademik, seperti Google Scholar, dengan menggunakan kata kunci seperti *Songkran festival*, *cultural tourism Thailand*, *tourism promotion*, serta *soft power and tourism* dan dari hasil penelusuran awal, diperoleh sejumlah artikel yang kemudian diseleksi berdasarkan kriteria inklusi, seperti relevansi topik, tahun publikasi, dan kualitas jurnal, sehingga diperoleh sekitar 30–40 artikel yang digunakan sebagai sumber utama dalam penelitian ini. Sumber-sumber tersebut dapat mencakup penelitian empiris, teori, konsep kunci, serta temuan-temuan penting yang relevan dengan topik penelitian (Alif & Solihin, 2023). Dengan demikian, metode ini tidak hanya memungkinkan penyusunan argumen yang komprehensif, tetapi juga memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam memahami dinamika pariwisata berbasis Songkran. Proses penelitian dilakukan melalui telaah kritis terhadap literatur yang terbit dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir (2015–2025), sehingga mampu menghadirkan perspektif yang relevan dan terkini. Selanjutnya, materi yang diperoleh dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi berbagai aspek penting, meliputi kebijakan, praktik promosi budaya, hingga peran Songkran sebagai instrumen *soft power* dalam meningkatkan daya tarik wisata. Dengan demikian, metode ini tidak hanya memungkinkan penyusunan argumen yang komprehensif, tetapi juga memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam memahami dinamika pariwisata berbasis budaya di Thailand.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teori pengembangan pariwisata oleh Hari Hartono (1974) yang menyebutkan empat Peranan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata dalam garis besarnya adalah menyediakan infrastruktur (tidak hanya dalam bentuk fisik), memperluas berbagai bentuk fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparatur pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum ke luar negeri (Hartono, 1974). Penerapan teori ini bertujuan untuk melihat bagaimana proses pengembangan pariwisata dilakukan melalui peningkatan daya tarik, pengelolaan potensi budaya, serta peran pemerintah dalam menciptakan keberlanjutan sektor pariwisata yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

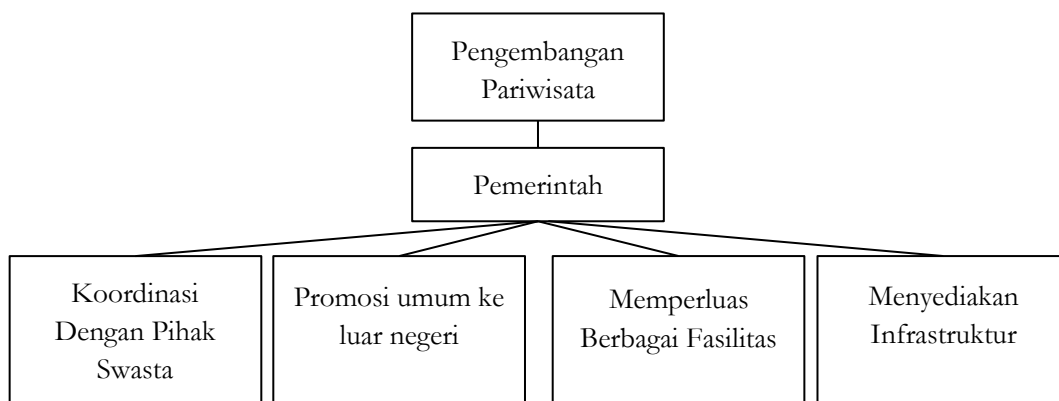
Koordinasi dengan kalangan swasta dalam mendukung pengembangan pariwisata (Hartono, 1974). Menurut Ansell dan Gash (2008) dikutip dalam Jainani dan Yasin (2025), sektor swasta memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan aksesibilitas melalui investasi dan pengelolaan fasilitas wisata (Jainani Sures, 2025).

Penyediaan infrastruktur sebagai bagian dari upaya pengembangan pariwisata (Hartono, 1974). Vaughn dan Pollard (2003), dikutip dalam Sinta & Situmorang, (2022) menyatakan bahwa “infrastruktur secara umum adalah jalan, jembatan, air dan sistem pembuangan, bandar udara, pelabuhan, bangunan umum, dan juga sekolah-sekolah, fasilitas kesehatan, penjara, rekreasi, pembangkit listrik, keamanan, kebakaran tempat pembuangan sampah, jaringan telekomunikasi.” Pembangunan infrastruktur merupakan kebutuhan yang cukup berperan dalam menunjang

kehidupan masyarakat secara berkelanjutan, karena infrastruktur yang ada dan baik akan mendukung perkembangan suatu daerah sehingga sangat berpengaruh besar.

Memperluas berbagai jenis fasilitas sebagai bagian dari pengembangan pariwisata internasional. Keberadaan sarana pariwisata di sekitar destinasi wisata perlu mendapatkan perhatian khusus (Hartono, 1974). Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal (Rekawati Suyatno, 2022).

Menjalankan berbagai bentuk promosi umum sebagai upaya untuk mengembangkan sektor pariwisata (Hartono, 1974). Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai efektivitas tujuan promosi, sehingga mendukung keberhasilan program promosi dan strategi pemasaran secara keseluruhan dalam meningkatkan penjualan serta keuntungan perusahaan (Mei Shinta Sihombing, 2024)



Gambar 1. Upaya Pemerintah Pengembangan Pariwisata Internasional
Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan bagan sintesis pemikiran tersebut, dapat dipahami bahwa pemerintah memegang peranan sentral dalam mendorong pengembangan pariwisata internasional. Melalui perannya, pemerintah berkewajiban menyusun arah kebijakan, memperkuat struktur kelembagaan, serta mengoordinasikan berbagai sektor terkait agar upaya pengembangan pariwisata mampu menghasilkan dampak ekonomi dan sosial yang maksimal bagi masyarakat dan negara. Dalam kerangka tersebut, pengembangan pariwisata internasional mencakup empat komponen utama, yakni melakukan koordinasi dengan sektor swasta, memperluas berbagai bentuk fasilitas, melaksanakan promosi umum, dan menyediakan infrastruktur. Keempat komponen ini saling berkaitan dalam membentuk ekosistem pariwisata yang kuat. Melalui koordinasi lintas sektor, peningkatan fasilitas, promosi global, dan pembangunan infrastruktur yang memadai, pemerintah berupaya memperkuat daya tarik destinasi wisata di tingkat internasional sekaligus mendorong terciptanya pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif.

Pengembangan Pariwisata Internasional

Pengembangan pariwisata pada dasarnya merupakan upaya untuk mengoordinasikan dan mengelola berbagai sumber daya pariwisata yang saling berkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga pembangunan pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan (Nurhalimah, 2019). Menurut Musanef (1995) dalam Nurhalimah (2019), pengembangan pariwisata mencakup berbagai aktivitas dan usaha yang dikelola secara terpadu untuk menarik wisatawan, serta menyediakan sarana, prasarana, dan layanan yang diperlukan untuk memenuhi

kebutuhan mereka selama berwisata (Nurhalimah, 2019). Menurut United Nations World Tourism Organization (UNWTO) tujuan dari pengembangan pariwisata internasional adalah untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi, pemahaman internasional, perdamaian, kemakmuran dan rasa hormat universal untuk, dan ketaatan terhadap, hak asasi manusia dan kebebasan mendasar untuk semua tanpa membedakan ras, jenis kelamin, bahasa dan agama (United Nations World Tourism, 2025). Dalam konteks ini, pemerintah Thailand memfokuskan upayanya pada strategi penguatan pariwisata internasional melalui penyelenggaraan Festival Budaya Songkran. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah Thailand menerapkan tiga langkah utama, yaitu menjalin koordinasi dengan sektor swasta, memperoleh pengakuan di tingkat internasional, serta melaksanakan promosi global guna memperluas jangkauan dan daya tarik festival tersebut.

Koordinasi Dengan Pihak Swasta

Pemerintah memiliki peran penting untuk berkoordinasi dengan kalangan swasta dalam mendukung pengembangan pariwisata (Hartono, 1974). Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dapat mempercepat pembangunan infrastruktur dan menciptakan layanan pariwisata yang lebih baik (Jainani Sures, 2025). Kerja sama yang baik antara pihak swasta dan pemerintah dipandang dapat memperkuat pembangunan pariwisata dan mendorong kemajuannya secara berkelanjutan (Nurhalimah, 2019). Dalam pengembangan pariwisata internasional, kerja sama dengan sektor swasta menjadi unsur penting untuk memastikan pertumbuhan destinasi yang kompetitif, inklusif, dan berkelanjutan. Melalui kemitraan publik swasta (*Public Private Partnership*), pemerintah bertanggung jawab menyediakan regulasi dan infrastruktur dasar, sementara pihak swasta memberikan kontribusi melalui inovasi, investasi, serta keahlian operasional yang membantu mempercepat pembangunan fasilitas dan layanan pariwisata.

Keterlibatan sektor swasta dalam pengembangan pariwisata sejalan dengan berbagai temuan penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian Sugiyarto dan Rabith Jihan Amaruli (2018) mengenai “Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal” menegaskan bahwa kolaborasi antara berbagai aktor, termasuk pemerintah dan masyarakat, memiliki peran penting dalam mengoptimalkan potensi budaya sebagai sumber daya ekonomi kreatif yang bernilai tinggi. Salah satu langkah pemerintah Thailand dalam mendorong pariwisata internasional melalui Festival Songkran adalah dengan menyediakan anggaran khusus dan bekerja sama dengan sektor swasta, terutama ICONSIAM sebagai mitra utama. Perannya sebagai landmark modern Thailand yang memadukan unsur perdagangan, budaya, dan pariwisata menjadikan ICONSIAM mitra strategis bagi pemerintah dalam berbagai kegiatan berskala internasional ini memiliki berbagai area seni, museum, fasilitas hiburan, serta ruang untuk penyelenggaraan festival tahunan seperti Perayaan Songkran. Perannya sebagai landmark modern Thailand yang memadukan unsur perdagangan, budaya, dan pariwisata menjadikan ICONSIAM mitra strategis bagi pemerintah dalam berbagai kegiatan berskala internasional (ICONSIAM, 2025).

Dukungan ICONSIAM terhadap penyelenggaraan Thaiconic Songkran Celebration pada tahun 2024 dan 2025 memberikan kontribusi besar bagi kelancaran festival serta bagi perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi lokal di Thailand. Dalam rangka merayakan penetapan Festival Songkran sebagai Warisan Budaya Takbenda oleh UNESCO, ICONSIAM sebagai salah satu landmark utama di kawasan Sungai Chao Phraya bekerja sama dengan berbagai lembaga pemerintah, termasuk Kementerian Pariwisata dan Olahraga, Kementerian Kebudayaan, Otoritas Pariwisata Thailand, Departemen Hubungan Masyarakat Pemerintah, Administrasi Metropolitan Bangkok, Kamar Dagang Thailand, Dewan Perdagangan Thailand, serta sejumlah

aktor swasta lainnya. Melalui kolaborasi ini, lebih dari \$1,6 juta (60 juta baht) diinvestasikan untuk program pemasaran yang dirancang guna mengangkat “Festival Songkran Ikonik 2024” menjadi festival berskala internasional (Time, 2024). Pada tahun 2025 Pemerintah Thailand melalui Komite Pengembangan *Soft Power* telah mengalokasikan anggaran sebesar 183 juta baht dari dana pusat untuk penyelenggaraan Maha Songkran World Water Festival 2025. Strategi ini sekaligus memperkuat posisi Songkran sebagai salah satu festival budaya global, terutama setelah memperoleh pengakuan resmi dari UNESCO pada Desember 2023, yang kini dimanfaatkan Thailand sebagai instrumen diplomasi budaya dan promosi pariwisata internasionalitar 4,8 juta wisatawan dan potensi menghasilkan lebih dari 26,5 miliar baht bagi perekonomian Thailand. Kegiatan festival mencakup parade budaya, konser musik, festival Electronic Dance Music (EDM), serta pasar kuliner dan keagamaan yang dikemas dalam kerangka kampanye “Amazing Thailand Grand Tourism and Sports Year 2025.” Menteri Olahraga dan Pariwisata, Sorawong Thienthong, menegaskan bahwa dukungan TAT tidak hanya terpusat di Bangkok, tetapi juga dialokasikan untuk mendukung perayaan Songkran di berbagai provinsi, sehingga manfaat ekonomi dapat tersebar lebih merata ke seluruh wilayah (Newsroom, “Amazing Thailand Grand Tourism and Sports Year 2025” Unveiled, 2025). Strategi ini sekaligus memperkuat posisi Songkran sebagai salah satu festival budaya global, terutama setelah memperoleh pengakuan resmi dari UNESCO pada Desember 2023, yang kini dimanfaatkan Thailand sebagai instrumen diplomasi budaya dan promosi pariwisata internasional.

Kerjasama antara Pemerintah Thailand dan ICONSIAM menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan penyelenggaraan Festival Songkran sebagai agenda budaya sekaligus pariwisata internasional, Keberhasilan model kolaborasi ini tampak dari semakin tingginya eksposur Songkran di kancah internasional dibuktikan oleh EVENT ICONSIAM Thaiconic Songkran Celebration 2025 berhasil menarik lebih dari 1,44 juta pengunjung hanya di lokasi ICONSIAM saja dan menjadikan dirinya sebagai “*check-in spot*” paling populer selama Songkran 2025, dengan interaksi media sosial yang sangat tinggi. Dengan demikian, kolaborasi antara pemerintah dan ICONSIAM tidak hanya memastikan keberlangsungan festival, tetapi juga memperkuat citra Thailand sebagai destinasi wisata budaya yang berdaya saing tinggi di tingkat internasional. Kerjasama ini sejalan dengan teori pengembangan pariwisata dimana melalui koordinasi dengan sektor swasta, pemerintah menetapkan anggaran khusus dan menggandeng ICONSIAM sebagai mitra utama dalam penyelenggaraan dan promosi Festival Songkran, sehingga mampu memperkuat daya tarik wisata internasional Thailand.

Promosi Umum ke luar negeri

Pemerintah dapat menjalankan berbagai bentuk promosi umum sebagai upaya untuk mengembangkan sektor pariwisata (Hartono, 1974). Promosi merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan promosi secara optimal. Upaya ini berperan dalam mendukung efektivitas program promosi dan strategi pemasaran secara keseluruhan, sehingga dapat meningkatkan penjualan serta keuntungan perusahaan (Mei et al., 2024). Promosi internasional pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan visibilitas destinasi wisata di pasar luar negeri, sehingga nama destinasi tersebut dapat masuk dalam pertimbangan calon wisatawan ketika memilih tujuan untuk berlibur. Kampanye promosi yang dilakukan secara berkelanjutan melalui berbagai media sosial, partisipasi dalam pameran pariwisata, serta kerjasama dengan agen perjalanan internasional mampu menjangkau kelompok audiens yang baru dan

membantu membentuk persepsi awal yang positif terhadap pengalaman yang ditawarkan oleh destinasi tersebut (United Nations World Tourism, 2025).

Tourism Authority of Thailand (TAT) bersama Pemerintah Thailand bekerjasama dengan Provinsi Jeollanam-do dan secara resmi menandatangani *Memorandum of Understanding* (MoU) dengan tujuan memfasilitasi promosi bersama kedua festival air utama, yaitu Songkran Festival yang digelar di Thailand dan Jeongnamjin Jangheung Water Festival yang berlangsung di Jeollanam-do, Korea Selatan, sebagai upaya memperkuat kerjasama budaya dan pariwisata antarnegara (Thailand, 2024). Kerjasama ini tidak hanya bertujuan sebagai promosi sepihak, melainkan dirancang sebagai strategi pertukaran yang saling menguntungkan bagi kedua pihak, dengan fokus pada peningkatan jumlah kunjungan wisata antarwilayah, penguatan reputasi internasional masing-masing festival, serta mendorong pertumbuhan pariwisata lintas negara (World, 2024). Kerjasama ini memperkuat konsep “pariwisata dua arah” (*two-way tourism*), di mana Thailand dan Jeollanam-do memanfaatkan tema bersama berupa “festival air” untuk menonjolkan nilai budaya dan menghadirkan pengalaman wisata yang mendalam, sehingga mampu menarik wisatawan asing dari kedua belah pihak secara saling menguntungkan (News T. B., 2024).

Kerjasama dengan Jeollanam-do juga meningkatkan citra Thailand sebagai destinasi yang tidak semata-mata bergantung pada pariwisata massal, tetapi juga inovatif dalam membangun kolaborasi budaya internasional. Dengan menekankan penggunaan “*soft power*” dan pertukaran budaya melalui festival air, Thailand menegaskan bahwa Songkran bukan hanya sekadar perayaan lokal, melainkan sebuah pengalaman global yang menarik bagi wisatawan internasional (Thailand, 2024). Dari sisi ekonomi, peningkatan jumlah wisatawan melalui promosi bersama berpotensi menghasilkan devisa asing, memperpanjang lama tinggal (*length of stay*), serta mendorong pengeluaran wisatawan yang lebih tinggi. Dampak ini secara langsung memperkuat nilai ekonomi sektor pariwisata Thailand, sekaligus memberikan efek positif bagi industri perhotelan, transportasi, perdagangan ritel, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di tingkat lokal (World, 2024).

Pemerintah Thailand juga bekerjasama dengan lembaga global seperti UNESCO dan BBC untuk memperkuat promosi Festival Songkran. Sementara itu, kerja sama dengan BBC dilakukan melalui penayangan dokumenter dan liputan khusus mengenai tradisi Songkran sebagai bagian dari kampanye “Amazing Thailand”, yang ditujukan untuk menjangkau audiens internasional dan memperkuat posisi Thailand sebagai destinasi wisata budaya terkemuka di duniakran sebagai bagian dari kampanye “Amazing Thailand”, yang ditujukan untuk menjangkau audiens internasional dan memperkuat posisi Thailand sebagai destinasi wisata budaya terkemuka di dunia.

Pengakuan internasional merupakan salah satu aspek penting dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya serta meningkatkan daya saing pariwisata suatu negara. Berdasarkan laporan UNESCO (*Promotion of Tourism in Cultural and Natural Heritage Sites, the Creative Economy and Other Tourism and Sustainable Development Policies*), Brasil mengintegrasikan situs warisan budaya dan alam yang diakui UNESCO ke dalam kebijakan pariwisata nasionalstrategis dalam promosi pariwisata internasional. Berdasarkan laporan UNESCO (*Promotion of Tourism in Cultural and Natural Heritage Sites, the Creative Economy and Other Tourism and Sustainable Development Policies*), Brasil mengintegrasikan situs warisan budaya dan alam yang diakui UNESCO ke dalam kebijakan pariwisata nasional (UNESCO, 2023). Pada tahun 2023, Kementerian Kebudayaan Thailand melalui *Department of Cultural Promotion* (DCP) mengajukan Festival Songkran untuk memperoleh status Warisan Budaya Takbenda dari UNESCO. Pengakuan tersebut diharapkan dapat

memperkuat peran serta keterlibatan masyarakat dalam mendorong pembelajaran, akses, pengembangan, dan pelestarian warisan budaya tersebut bagi generasi selanjutnya (Royal Thai Embassy, 2023).

Hasil dari upaya tersebut terlihat pada 6 Desember 2023, ketika UNESCO secara resmi mengakui Songkran in Thailand, Traditional Thai New Year Festival sebagai *Intangible Cultural Heritage of Humanity* dalam sidang yang berlangsung di Kasane, Botswana (Heritage, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pengakuan tersebut dianggap bukan hanya simbol, tetapi sebagai alat promosi budaya dan pariwisata global. Pengakuan ini bukan hanya berfungsi sebagai legitimasi internasional terhadap nilai budaya Songkran, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mendorong promosi pariwisata berfungsi sebagai legitimasi internasional terhadap nilai budaya Songkran, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mendorong promosi pariwisata global. Pada 2024 dan 2025, capaian penyelenggaraan Songkran menunjukkan perubahan festival ini dari perayaan tradisional berskala lokal menjadi agenda budaya yang memperoleh pengakuan global, sekaligus memberikan dampak positif pada berbagai sektor. Dari perspektif ekonomi, dukungan investasi pemerintah dan sektor swasta semakin meningkat pascapengakuan tersebut, sehingga festival mampu menarik lebih banyak wisatawan mancanegara dibandingkan periode sebelumnya investasi pemerintah dan sektor swasta semakin meningkat pascapengakuan tersebut, sehingga festival mampu menarik lebih banyak wisatawan mancanegara dibandingkan periode sebelumnya. Dengan demikian, pengakuan UNESCO tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga berperan penting dalam menjaga keberlanjutan nilai-nilai budaya lokal di tengah arus globalisasi. Hal ini membuktikan bahwa pengakuan internasional dapat menjadi motor penggerak perubahan dalam pengelolaan festival budaya, menjadikannya lebih terorganisir, inklusif, dan berdampak luas bagi pembangunan pariwisata serta identitas nasional Thailand.

Promosi global merupakan aspek penting dalam pengembangan pariwisata internasional karena dapat meningkatkan popularitas destinasi, memperluas jangkauan audiens, dan menarik minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Dengan kolaborasi ini, TAT optimistis dapat menjangkau wisatawan baru sekaligus mendorong kunjungan ulang *Corporation* (BBC) sebagai mitra promosi global. Pemilihan BBC didasarkan pada karakteristik audiensnya yang luas dan relevan, di mana banyak penonton memiliki rencana perjalanan internasional dalam waktu dekat, memiliki daya beli tinggi, serta tertarik pada budaya asing. Dengan kolaborasi ini, TAT optimistis dapat menjangkau wisatawan baru sekaligus mendorong kunjungan ulang ke Thailand. (Newsroom, 2024). Kampanye ini resmi diluncurkan pada 10 April hingga 15 Juni 2024, ditayangkan melalui *platform* BBC News, aplikasi BBC, dan situs BBC.com, sehingga menjangkau jutaan audiens global dengan TAT menggandeng BBC *Story Works Commercial Productions*, unit khusus BBC yang menangani konten kreatif berbasis sponsor, guna meluncurkan kampanye promosi global. Dalam kerja sama tersebut, dibuat iklan animasi berdurasi 30 detik yang menampilkan karakter narator internasional yang mengeksplorasi keindahan dan keragaman Thailand, mulai dari budaya, kuliner, hingga pemandangan alam (Newsroom, 2024).

Iklan ini tidak hanya menonjolkan sisi hiburan Songkran dengan pesta airnya, tetapi juga menekankan nilai sosial dan budaya yang mendalam, termasuk ritual keagamaan, tradisi, dan semangat kebersamaan masyarakat. Dengan data ini, kampanye yang dijalankan bersama BBC dipandang strategis karena mampu menargetkan kelompok wisatawan dengan daya beli tinggi dan minat kuat terhadap perjalanan dengan reputasi media yang terpercaya. Tujuan utama dari kerja sama ini adalah meningkatkan kesadaran global terhadap Songkran sebagai festival unggulan

Thailand sekaligus menarik wisatawan internasional untuk berkunjung. Riset audiens BBC menunjukkan potensi besar, di mana 74 persen penonton BBC News merencanakan perjalanan internasional dalam 12 bulan ke depan, sementara 27 persen lebih mungkin melakukan perjalanan dibanding rata-rata global. Dengan data ini, kampanye yang dijalankan bersama BBC dipandang strategis karena mampu menargetkan kelompok wisatawan dengan daya beli tinggi dan minat kuat terhadap perjalanan budaya (Newsroom, 2024).

Memperluas Berbagai Jenis Fasilitas

Keberadaan sarana dan prasarana di sekitar destinasi wisata perlu mendapat perhatian khusus karena menjadi faktor penunjang utama kenyamanan wisatawan (Hartono, 1974). Fasilitas adalah segala jenis sarana yang disediakan oleh penyedia layanan untuk dipergunakan dan dinikmati oleh konsumen, dengan tujuan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna secara maksimal (Suyatno dan Hastuti, 2022). Tujuan dari perluasan fasilitas ini adalah meningkatkan kenyamanan, kemudahan akses, dan kualitas pengalaman bagi wisatawan internasional. Wisatawan mancanegara umumnya memilih destinasi yang memiliki fasilitas lengkap, layanan profesional, dan standar internasional yang tinggi. Wisatawan mancanegara umumnya memilih destinasi yang memiliki fasilitas lengkap, layanan profesional, dan standar internasional yang tinggi (TOURISM, 2020). Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, seperti penelitian Imelda Nauli Gultom (2025) mengenai peranan pemerintah Singapura dalam mendorong pariwisata internasional melalui The Eras Tour, terlihat kesamaan dalam pendekatan pemerintah yang menekankan pada peningkatan fasilitas dan kenyamanan wisatawan sebagai strategi utama pengembangan pariwisata. Dengan demikian, perluasan fasilitas di Thailand dapat dipandang sejalan dengan temuan-temuan tersebut, di mana peningkatan kualitas dan ketersediaan fasilitas menjadi komponen krusial dalam memperkuat daya saing destinasi di tingkat dapat dipandang sejalan dengan temuan-temuan tersebut, di mana peningkatan kualitas dan ketersediaan fasilitas menjadi komponen krusial dalam memperkuat daya saing destinasi di tingkat global.

Pemerintah Thailand secara aktif memperluas berbagai fasilitas publik dan layanan pendukung selama Festival Songkran untuk memastikan kenyamanan, keamanan, dan kemudahan akses bagi wisatawan domestik maupun internasional. Selain itu, Khao San Road dilengkapi teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk pengenalan wajah dan analisis kerumunan guna memantau keamanan serta membantu menemukan orang atau barang yang hilang, CCTV dan pos pemeriksaan di pintu masuk. Di kawasan padat seperti Khao San dan Silom, diterapkan sistem satu arah dengan pengawasan polisi. Selain itu, Khao San Road dilengkapi teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk pengenalan wajah dan analisis kerumunan guna memantau keamanan serta membantu menemukan orang atau barang yang hilang (Plus, 2025). Pemerintah Thailand melakukan efisiensi dalam proses imigrasi dengan menanggihkan penggunaan formulir TM.6 bagi wisatawan yang tiba melalui jalur darat dan laut, serta menggantinya dengan Kartu Kedatangan Digital Thailand (TDAC) berbasis online. Selain itu, pemerintah juga memberikan diskon tarif penerbangan domestik dari Bangkok menuju destinasi wisata unggulan seperti Chiang Mai, Phuket, Krabi, dan Koh Samui (NOW, 2025).

Menyediakan Infrastruktur

Pemerintah juga dapat menyediakan infrastruktur sebagai bagian dari upaya pengembangan pariwisata (Hartono, 1974). Infrastruktur merupakan unsur penting bagi kemajuan pariwisata serta pencapaian pembangunan di bidang sosial dan ekonomi (Anggraini, 2023). Infrastruktur berperan sebagai unsur utama bagi perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat. Dalam sektor pariwisata,

pengembangan infrastruktur menjadi faktor penting yang menentukan keberlanjutan serta daya saing suatu destinasi wisata (Rini et al, 2024). Penyediaan infrastruktur di destinasi pariwisata terutama ditujukan untuk meningkatkan kemudahan akses dan konektivitas, baik antara wilayah (melalui pembangunan bandara, pelabuhan, dan jaringan jalan) maupun di dalam destinasi (melalui transportasi umum dan jalur penghubung antarobjek wisata). Peningkatan kualitas konektivitas ini secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan jumlah kunjungan dan durasi tinggal wisatawan di suatu daerah kualitas konektivitas ini secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan jumlah kunjungan dan durasi tinggal wisatawan di suatu daerah (World Bank, 2025).

Infrastruktur memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan sekaligus mendukung terciptanya pariwisata yang berkelanjutan di suatu destinasi. Dengan demikian, pengembangan infrastruktur yang baik memberikan dampak positif ganda: meningkatkan kepuasan pengunjungnya tidak hanya memudahkan wisatawan dalam menjelajahi destinasi, tetapi juga meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan. Dengan demikian, pengembangan infrastruktur yang baik memberikan dampak positif ganda: meningkatkan kepuasan pengunjung. dan sekaligus memperkuat keberlanjutan pariwisata, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Infrastruktur yang memadai juga memungkinkan pengelolaan destinasi secara lebih efisien dan ramah lingkungan, sehingga destinasi dapat terus menarik wisatawan tanpa merusak aset alam maupun budaya yang menjadi daya tarik utama (Munir et al, 2025).

Pemerintah Thailand tengah mempersiapkan enam bandara utama yaitu, Suvarnabhumi, Don Mueang, Chiang Mai, Mae Fah Luang Chiang Rai, Phuket, dan Hat Yai untuk menghadapi lonjakan wisatawan selama Festival Songkran. Persiapan ini meliputi penerapan strategi manajemen yang komprehensif, pengurangan kepadatan di terminal, serta penambahan staf untuk menjaga ketertiban dan membantu proses verifikasi dokumen perjalanan. Berdasarkan proyeksi Airports of Thailand (AOT), selama periode Songkran 11–17 April 2025, penerbangan internasional diperkirakan meningkat sebesar 9,1 %, sedangkan penerbangan domestik meningkat 22,7 %. Total penumpang diproyeksikan mencapai 79.191.431 orang, meningkat 18,3 % dibandingkan tahun sebelumnya, dengan kenaikan 14,1 % untuk penumpang internasional dan 25,5 % untuk penumpang domestik. Untuk meningkatkan fasilitas, Kementerian Transportasi menyediakan program parkir gratis di empat bandara utama Suvarnabhumi, Don Mueang, Chiang Mai, dan Phuket pada 12–16 April 2025 untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Selain itu, AOT bekerja sama dengan maskapai penerbangan menyediakan konter check-in tambahan, layanan check-in awal, dan penempatan staf khusus di berbagai titik layanan untuk memastikan arus penumpang berjalan lancar dan efisien (Department, 2025).

Tambahan 26 layanan kereta khusus telah ditambahkan untuk mengakomodasi peningkatan perjalanan penumpang selama festival Songkran, Ini diharapkan dapat mendukung peningkatan penumpang setidaknya 100.000 orang setiap hari. Dari 11 hingga 17 April, 26 layanan khusus akan berjalan di jalur utara, timur laut, dan selatan, yang mencakup perjalanan keluar dan pulang (THAILAND, 2025). The Transport Company Limited (TCL) menyediakan sekitar 1.000 layanan bus tambahan untuk mengantisipasi peningkatan perjalanan menjelang Festival Songkran, dengan perkiraan jumlah penumpang mencapai 130.000 orang per hari, Departemen Jalan Raya Thailand juga memberikan izin bagi para pengendara untuk menggunakan secara gratis ruas jalan sepanjang 85 kilometer pada jalur Saraburi Nakhon Ratchasima (M6) selama periode libur panjang Songkran (THAILAND, 2025). Kebijakan transportasi ini menunjukkan komitmen pemerintah Thailand dalam memastikan kelancaran mobilitas wisatawan selama festival berlangsung, sekaligus

memperkuat kesiapan infrastruktur transportasi nasional dalam mendukung sektor pariwisata. Kebijakan transportasi ini menunjukkan komitmen pemerintah Thailand dalam memastikan kelancaran mobilitas wisatawan selama festival berlangsung, sekaligus memperkuat kesiapan infrastruktur transportasi nasional dalam mendukung sektor pariwisata.

Tabel 1 menyajikan perbandingan antara teori pengembangan pariwisata yang dikemukakan oleh Hari Hartono (1974) dengan hasil temuan penelitian mengenai upaya yang dilakukan oleh pemerintah Thailand dalam pengembangan pariwisata, khususnya pada penyelenggaraan Festival Songkran. Tabel ini menggambarkan bagaimana konsep teoritis tersebut diwujudkan dalam praktik kebijakan dan program pariwisata negeri, perluasan berbagai fasilitas pendukung, serta penyediaan infrastruktur yang memadai. Hasil temuan menunjukkan bahwa pemerintah Thailand telah mengimplementasikan berbagai langkah yang sejalan dengan konsep tersebut, antara lain melalui kerja sama dengan sektor swasta, promosi internasional, peningkatan fasilitas layanan bagi wisatawan, serta pengembangan infrastruktur transportasi untuk mendukung kelancaran mobilitas selama periode festival. Tabel ini menggambarkan bagaimana konsep teoritis tersebut diwujudkan dalam praktik kebijakan dan program pariwisata di Thailand.

Tabel 1. Indikator Hartono (1974)

No.	Teori Hari Hartono (1974)	Hasil Temuan
1	Koordinasi Dengan Pihak Swasta	Kerja sama antara Pemerintah Thailand dan ICONSIAM
2	Promosi umum ke luar negeri	1. Pengakuan oleh UNESCO setelah pengajuan dari pemerintah Thailand 2. Kerja sama Pemerintah Thailand dan British Broadcasting Corporatio (BBC)
3	Memperluas Berbagai Fasilitas	1. Pemerintah Thailand melakukan efisiensi dalam proses imigrasi melalui penggunaan formulir TM.6 2. Bangkok Metropolitan Administration (BMA) menerapkan protokol keamanan ketat di seluruh area perayaan Songkran.
4	Menyediakan Infrastruktur	1. Pemerintah juga membuka ruas jalan tol Saraburi–Nakhon Ratchasima (M6) sepanjang 85 km secara gratis selama liburekitar 100.000 penumpang per hari. 2. The Transport Company Limited (TCL) menyiapkan sekitar 1.000 layanan bus tambahan dengan kapasitas hingga 130.000 penumpang per hari. 3. Pemerintah juga membuka ruas jalan tol Saraburi–Nakhon Ratchasima (M6) sepanjang 85 km secara gratis selama libur Songkran

Sumber Data: Hartono, (1974) dan Peneliti, (2025)

Kesimpulan

Pemerintah Thailand memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata internasional melalui penyelenggaraan Festival Songkran sebagai ikon budaya nasional. Festival ini tidak hanya menjadi perayaan tradisional, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi pariwisata dan diplomasi budaya untuk menarik wisatawan mancanegara. Sinergi antara pemerintah dan sektor

swasta, seperti kerja sama dengan ICONSIAM, menjadi faktor utama keberhasilan dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan daya tarik wisata melalui kegiatan budaya serta ekonomi kreatif. Upaya ini turut diperkuat dengan pengembangan infrastruktur, peningkatan aksesibilitas, dan penyediaan fasilitas publik yang mendukung kenyamanan wisatawan. Dalam konteks promosi global, Tourism Authority of Thailand (TAT) melaksanakan kampanye internasional bertajuk “Amazing Thailand Songkran Festival” melalui media digital, pameran pariwisata dunia, serta kerja sama strategis dengan lembaga internasional seperti UNESCO dan BBC. Pengakuan UNESCO terhadap Songkran in Thailand sebagai Warisan Budaya Tak benda Dunia dan liputan khusus BBC turut memperkuat citra Thailand sebagai destinasi budaya kelas dunia. Keberhasilan Thailand dalam memanfaatkan Festival Songkran menunjukkan efektivitas strategi pemerintah dalam menggabungkan aspek budaya, ekonomi, dan promosi global, sehingga festival ini menjadi instrumen *soft power* yang memperkuat identitas nasional sekaligus meningkatkan daya saing dan pendapatan pariwisata Thailand di tingkat internasional. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu, khususnya pada bidang komunikasi pariwisata melalui pemanfaatan festival budaya sebagai sarana diplomasi budaya dan nation branding. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan pentingnya konsep soft power dalam membangun citra global suatu negara melalui pengelolaan warisan budaya yang strategis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji secara lebih mendalam proses komersialisasi Festival Songkran sebagai budaya nasional yang dikembangkan menjadi daya tarik pariwisata internasional, penelitian selanjutnya juga perlu menganalisis peran aktor non-negara serta strategi komersialisasi yang berkelanjutan agar pengembangan pariwisata tidak mengabaikan nilai autentisitas budaya.

Referensi

- Amaruli, S. D. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya Dan Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45-52.
- Anggraini, J. (2023). Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Publik Dan Sektor Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kabupaten Karo Sumatera Utara. *Innovative: Journal Of Social Science Research*.
- ASEANStats Data Portal, (2025, September 1). *Visitor Arrival To Asean Member States By Origin Countries (In Person)*. Retrieved From Aseanstats: [Https://Data.Aseanstats.Org/Visitors](https://Data.Aseanstats.Org/Visitors)
- Bangkok Post, (2024, April 24). *Long Songkran Generated B140bn In Tourism Income Please Credit And Share This Article With Others Using This Link: [Https://Www.Bangkokpost.Com/Business/General/2781389/Long-Songkran-Generated-B140bn-In-Tourism-Income](https://www.bangkokpost.com/business/general/2781389/Long-Songkran-Generated-B140bn-In-Tourism-Income)*
- Candra, A.C., Sari,W.N. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Amenitas Dan Aksesibilitas Pariwisata Di Jasmine Park Cisauk. *Jurnal Parivisata Dan Perhotelan*, 2-19.
- Cred. (2025, April). *Public-Private Partnerships (Ppp): A Strategy For Sustainable Tourism Development*. Diambil Kembali Dari Cred: [Https://Cred.Org.Vn/Public-Private-Partnerships-Ppp-A-Strategy-For-Sustainable-Tourism-Development](https://Cred.Org.Vn/Public-Private-Partnerships-Ppp-A-Strategy-For-Sustainable-Tourism-Development)
- Gultom, I. N. (2025). *Peranan Pemerintah Singapura Dalam Mendorong Parivisata Internasional Melalui The Eras Tour*. Surabaya: Upn "Veteran" Jawa Timur Repository.
- Hartono, H. (1974). Perkembangan Pariwisata, Kesempatan Kerja, Dan Permasalahannya. Dalam Redaksi, *Prisma* (Hal. 45-55). Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan & Penerangan Ekonomi Dan Sosial (Lp3es).

- Holidify. (2024). *Full Moon Party In Thailand 2024 - This Party In Ko Pha Ngan Is Every Night Crawler's Dream*. Retrieved From Holidify: <https://www.holidify.com/pages/full-moon-party-thailand-345.html>
- Iconsiam. (2025). *The Stories*. Retrieved From Iconsiam: <https://www.iconsiam.com/en/stories>
- Jintamas Saksornchai. (2023, September 25). *Thailand Receives The First Chinese Visitors Under A New Visa-Free Policy To Boost Tourism*. (Ap News) Retrieved Oktober 22, 2025, From Ap News: <https://apnews.com/article/thailand-china-tourists-visa-d8c865638edff199d52a06dbed49750e>
- Mianlamai, Soonyata (2022, April 15). *Songkran – Thai New Year*. Retrieved From Thailand Foundation: <https://thailandfoundation.or.th/songkran-thai-new-year>
- Mirah, R. E, Rondonuwu, D. M, Siregar, F. O. P, (2024). Analisis Pengembangan Infrastruktur Pariwisata Di Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara. *Media Matrasain*, 1-10.
- Munir, S, Haq, I. U, Cheema, A. N, Almanjahie, I. M, Khan, D., (2025, March 22). *Sustainability*. Retrieved From Mdpi: <https://www.mdpi.com/2071-1050/17/7/2841>
- Newsroom, Tourism Authority of Thailand. (2024, April 10). *Tourism Authority Of Thailand Invites Travellers To Experience The Wonders Of Songkran*. Retrieved From Tat Newsroom: <https://www.tatnews.org/2024/04/tourism-authority-of-thailand-invites-travellers-to-experience-the-wonders-of-songkran>
- Newsroom, Tourism Authority of Thailand. (2025, February 3). *“Amazing Thailand Grand Tourism And Sports Year 2025” Unveiled*. Retrieved From Tat Newsroom: <https://www.tatnews.org/2025/02/amazing-thailand-grand-tourism-and-sports-year-2025-unveiled>
- News. (2024, April 23). *Songkran Generated 140 Billion Baht Over 21 Days, Tourism Ministry Says*. Retrieved From The Nation: <https://www.nationthailand.com/news/tourism/40037481>
- Nurhalimah, Z. (2019). *Kemitraan Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung)*. Retrieved From Repository.Ub.Ac.Id: <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/193278/1/Zulfaisya%20nurhalimah.pdf>
- Pattaya Mail (2023, January 04). *Thailand Nominates ‘Songkran Festival’ As Cultural Heritage*: <https://www.pattayamail.com/thailandnews/thailand-nominates-songkran-festival-as-cultural-heritage-420827>
- Vietnam Plus, (2025, April 11). *Bangkok Ready For Songkran Festivities*. Retrieved From World: <https://en.vietnamplus.vn/bangkok-ready-for-songkran-festivities-post313226.vnp>
- Prabhawati, A. (2018). Upayaindonesiadalammeningkatkan kualitaspariwisatabudayamelaluidiplomasikebudayaan. *Journal Of Tourism And Creativity*, 158-176.
- Royal Thai Embassy, Washington. D.C, (2023, Desember 20). *Thailand's Songkran Festival Wins Unesco Recognition*. Retrieved From Royal Thai Embassy, Washington, D.C. สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงวอชิงตัน: <https://washingtondc-thaiembassy-org.translate.goog/en/content/thailand-songkran-festival-wins-unesco-recogniti>
- Shoowong, M. (2025, Maret 29). *Iconsiam Preps B65m Songkran Fete* . Retrieved From Bangkok Post: <https://www.bangkokpost.com/business/general/2990122/iconsiam>
- Sihombing, M. S., Adiputra, Y. S., & Sophia, U. (2024). Strategi Promosi Dan Pemasaran Dinas Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Karimun. *Terang : Jurnal Kajian Ilmu Sosial, Politik Dan Hukum*, 163-176.
- Sinta, A.P., Situmorang, L. (2022). Infrastruktur Jalan Sebagai Kelangsungan Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Di Desa Long Nawang Kecamatan Kayan Hulu Kabupaten Malinau). *Ejournal Pembangunan Sosial*, 1-14.

- Sures, J, Yasin, Dr. A. M, (2025). Analisis Implementasi Pasal 26 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata: Permasalahan Dan Solusi Dalam Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata . *Panorama Jurnal Kajian Pariwisata*.
- Sugiyarto, R. J. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya Dan Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45-52.
- Suyatno, R, Hastuti, M. A. S. W., (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Wisata Jurang Senggani (Buper) Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Educo*, 133-142.
- Tat News (2024, April 10). *Tourism Authority Of Thailand Invites Travellers To Experience The Wonders Of Songkran*. Retrieved From Tat News: <https://www.tatnews.org/2024/04/tourism-authority-of-thailand-invites-travellers-to-experience-the-wonders-of-songkran>
- Thailand Business News (2024, June 23). *Tat And Jeollanam-Do Jointly Promote Songkran And Jeongnamjin Jangheung Water Festival*. <https://www.thailand-business-news.com/tourism/147598-tat-and-jeollanam-do-jointly-promote-songkran-and-jeongnamjin-jangheung-water-festivals>
- Thailand Government Public Relation Departement(2025, April 08). *Thai Airports Ready For Songkran Surge*. <https://thailand.prd.go.th/en/content/category/detail/id/2078/tid>
- Thailand Now (2025, April 17). *Songkran Tourism Surge Defies Low-Season Expectations*. <https://www.thailandnow.in.th/business-investment/songkran-tourism-surge-defies-low-season-expectations>
- The Nation Thailand News. (2025, Maret 28). *M6 Motorway Waives Toll Fee During Songkran Holidays*. Retrieved From News: <https://www.nationthailand.com/news/general/40047973>
- The Nation Thailand News. (2025, April 11). *Songkran Exodus: Bangkok Bus Services Brace For Peak Travel*. Retrieved From News: <https://www.nationthailand.com/news/general/40048662>
- Tourism Authority Of Thailand Newsroom, (2024, June 20). *Tat And Jeollanam-Do Jointly Promote Songkran And Jeongnamjin Jangheung Water Festivals*. Retrieved From Tat Newsroom: <https://www.tatnews.org/2024/06/tat-and-jeollanam-do-jointly-promote-songkran-and-jeongnamjin-jangheung-water-festival>
- The Nation (2025, Maret 19). *Government Allocates Tbb183m For Maha Songkran World Water Festival*. <https://www.nationthailand.com/news/general/40047611>
- The Nation (2024, April 23). *Songkran Generated 140 Billion Baht Over 21 Days, Tourism Ministry Says*. Retrieved From The Nation: <https://www.nationthailand.com/news/tourism/40037481>
- The Phuket News (2024, Oktober 14). *Veg Fest Touted To Bring B15bn Boost To Phuket*. <https://www.thephuketnews.com/veg-fest-touted-to-bring-b15bn-boost-to-phuket-94005.php>
- Time, M. O. (2024, 03 22). *Iconsiam's 'Thaiconic Songkran Celebration' Draws Global Attention Promises 12 Days Of Joy Through Water Splashing And Cultural Activities For Visitors Worldwide*. Retrieved From My Sinchew: <https://www.sinchew.com.my/news/20240322/mysinchew/5480647>
- Tourism, U. (2020). *Accessible Tourism*. Retrieved From Un Tourism: <https://www.untourism.int/accessibility>
- Tourism, T. W. (2025). *Mission And Principles Mission And Principles The World Tourism Organization (Un Tourism) Is The United Nations Specialized Agency For Responsible, Sustainable And Universally Accessible Tourism*. Retrieved From Un Tourism: <https://www.untourism.int/about-us>
- Travel&Tourism, F. (2024, Maret 30). *Iconsiam Thaiconic Songkran Celebration Draws Global Attention*. Retrieved From Travel&Tourism Foundation: <https://www.travelfoundation.org/global-travel-news/iconsiam-thaiconic-songkran-celebration-draws-global-attention/>

- Unesco, Intangible Cultural Heritage (2022). *Songkran In Thailand, Traditional Thai New Year Festival*. Retrieved From Unesco Intangible Cultural Heritage: <https://ich.unesco.org/en/rl/songkran-in-thailand-traditional-thai-new-year-festival-01719>
- Unesco Intangible Cultural Heritage (2024, April). *Songkran In Thailand, Traditional Thai New Year Festival*. <https://ich.unesco.org/en/rl/songkran-in-thailand-01719>
- Unesco. (2023, January 12). *Promotion Of Tourism In Cultural And Natural Heritage Sites, The Creative Economy And Other Tourism And Sustainable Development Policies*. Retrieved From Unesco: <https://www.unesco.org/en/articles/promotion-tourism-cultural-and-natural-heritage-sites-creative-economy-and-other-tourism>
- UN Tourism World Tourism (2025). *Unwto*. Retrieved From Federal Ministry For Economic Affairs And Energy: <https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/redaktion/en/artikel/tourism/world-tourism-organization-unwto.html>
- Watson, S. (2024, November 9). *Thailand Loy Krathong Festivities Set To Make 6.9 Billion Baht In Tourism*. Retrieved From Globe: <https://www.globe.co.th/news/thailand/loy-krathong-festivities-set-to-make-6-9-billion-baht-in-tourism>
- Weekly, T. (2024, November 22). *Tceb Supports Chiang Mai's Yi Peng Festival*. Retrieved From Ttr Weekly: <https://www.ttrweekly.com/site/2024/11/tceb-supports-chiang-mais-yi-peng-festiva>
- World Bank Group (2025, May 14). *Tourism And Competitiveness*. Diambil Kembali Dari World Bank Group: <https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/brief/tourism-and-competitiveness>
- World, T. A. (2024, June 21). *The Tourism Authority Of Thailand (Tat) And Jeollanam-Do Partnership To Spotlight Water Festivals*. Retrieved From Travel And Tour World : <https://www.travelandtourtworld.com/news/article/the-tourism-authority-of-thailand-tat-and-jeollanam-do-partnership-to-spotlight-water-festivals>
- Xiubai Li, J. S. (2021). Contribution Of Supportive Local Communities To Sustainable Event Tourism. *Sustainability*, 02-12.
- Yasril Fadhill Aryatama, C. D. (2025). Analisis Strategi Tourism Authority Of Thailand Dalam Meningkatkan Pariwisata Nasional Thailand Pada Tahun 2015–2019. 3.