Analisis Peran GMMTV dalam Diplomasi Publik Tailan melalui Thailand's Public Diplomacy Award 2025

Afifah Shabrina Zhahira Shofa[1*], Sarah Anabarja[2]
[1*,2] Departemen Hubungan Internasional Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia
Corresponding Author's e-mail : afifahshabrinazhahirashofa04@gmail.com

SEIKAT
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

e-ISSN: 2964-0962

SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat

Vol. 5, No. 5, Oktober 2026

Page: 4960 - 4972

Available at:

https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat/article/view/3227

DOI:

https://doi.org/10.55681/seikat.v5i5.3227

Article History:

Received: 01-09-2026
Revised: 03-10-2026
Accepted: 07-10-2026

Abstrak *: This study is motivated by the growing involvement of non-state actors in public diplomacy through the entertainment industry as a soft power instrument. The study aims to analyse the role of GMMTV in strengthening Thailand's international image through the Thailand Public Diplomacy Award 2025. The qualitative method used was descriptive-analytical, based on a literature study. The results of the study show that GMMTV not only plays a role as a content producer, but also as a cultural diplomacy agent that strategically shapes global perceptions through cross-platform digital distribution. Through narratives representing modernity, diversity, and inclusivity, GMMTV fosters emotional engagement and cultural intimacy with international audiences. This ability makes entertainment content a strategic communication instrument in strengthening nation branding. Therefore, GMMTV plays a significant role in expanding the reach of Thailand's public diplomacy within the framework of networked diplomacy, as well as in shaping a positive international image*

Keywords *: public diplomacy, soft power, GMMTV, entertainment industry, Thailand*

Abstrak : Penelitian ini dilatarbelakangi oleh transformasi diplomasi publik yang semakin melibatkan aktor non-negara melalui industri hiburan sebagai instrumen soft power. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran GMMTV dalam memperkuat citra internasional Tailan melalui Thailand's Public Diplomacy Award 2025. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis berbasis studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GMMTV tidak hanya berperan sebagai produsen konten, tetapi sebagai agen diplomasi budaya yang secara strategis membentuk persepsi global melalui distribusi digital lintas platform. Melalui narasi yang merepresentasikan modernitas, keberagaman, dan inklusivitas, GMMTV menciptakan keterlibatan emosional dan kedekatan budaya dengan audiens internasional. Kemampuan ini menjadikan konten hiburan sebagai instrumen komunikasi strategis dalam memperkuat nation branding. Dengan demikian, GMMTV berperan penting dalam memperluas jangkauan diplomasi publik Tailan dalam kerangka networked diplomacy serta membentuk citra internasional yang positif

Kata Kunci : diplomasi publik, soft power, GMMTV, industri hiburan, Tailan

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, praktik diplomasi internasional mengalami perubahan yang cukup signifikan seiring meningkatnya peran masyarakat global dalam membentuk persepsi

terhadap suatu negara.[1] Diplomasi yang sebelumnya berorientasi pada hubungan antar pemerintah kini berkembang menjadi diplomasi publik yang melibatkan interaksi langsung antara negara dan masyarakat internasional. Perubahan tersebut didorong oleh globalisasi informasi, kemajuan teknologi komunikasi, serta meningkatnya mobilitas lintas negara (Amalia, 2023), sehingga negara juga mulai memanfaatkan daya tarik budaya dan nilai sosial sebagai sumber pengaruh global melalui konsep *soft power*.[2]

Diplomasi publik kemudian menjadi instrumen strategis dalam pelaksanaan kebijakan luar negeri di berbagai negara. Melalui pendekatan ini, pemerintah berusaha memengaruhi opini publik global, membangun citra positif, serta memperkuat hubungan internasional. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai bentuk interaksi seperti pertukaran budaya, pendidikan, dan pemanfaatan media sebagai sarana komunikasi. Diplomasi publik mencakup berbagai bentuk komunikasi strategis yang ditujukan kepada masyarakat asing, termasuk pertukaran budaya, penyebaran informasi, dan kolaborasi dengan aktor non-negara.[3] Dalam era digital, praktik ini menjadi semakin kompleks karena interaksi global tidak lagi sepenuhnya dikendalikan oleh negara, melainkan juga melibatkan perusahaan media, *influencer*, dan industri kreatif dengan jangkauan luas. Kondisi ini mendorong munculnya *networked diplomacy*, di mana negara bekerja sama dengan aktor non-pemerintah untuk memperluas pengaruh internasionalnya.

Salah satu perkembangan penting dalam diplomasi publik modern adalah meningkatnya peran industri hiburan sebagai instrumen *soft power*. Media audiovisual seperti film, drama televisi, musik populer, dan konten digital memiliki kemampuan besar dalam membentuk persepsi global mengenai identitas suatu negara. Selain sebagai produk budaya, konten hiburan juga berfungsi sebagai media komunikasi yang memperkenalkan bahasa, gaya hidup, nilai sosial, dan destinasi pariwisata, sehingga menciptakan *"cultural familiarity"* yang meningkatkan ketertarikan global.[4]

Fenomena tersebut terlihat dari keberhasilan beberapa negara Asia dalam memanfaatkan industri hiburan sebagai alat diplomasi. Korea Selatan, misalnya, berhasil membangun citra nasional melalui *Korean Wave (Hallyu)* yang mencakup K-pop, drama televisi, film, dan industri fesyen. Strategi ini tidak hanya meningkatkan popularitas budaya secara global, tetapi juga berdampak pada sektor pariwisata, ekspor budaya, dan pengaruh politik internasional.[5] Selain itu, Jepang juga mengembangkan konsep *"Cool Japan"* dengan memanfaatkan anime, manga, dan industri kreatif sebagai bagian dari diplomasi budaya. Keberhasilan kedua negara tersebut menunjukkan bahwa industri hiburan dapat menjadi instrumen strategis dalam memperkuat *soft power*. Hal ini sekaligus mempertegas peran budaya populer dalam meningkatkan posisi negara di tingkat internasional.[6]

---

[1] Surowiec-Capell, P., Miles, C., Mazák, J., & Kapuściński, G. (2025). Public engagement with foreign policy using "diplotainment": A conceptual exploration. Global Studies Quarterly, 5(2), ksaf046. https://doi.org/10.1093/isagsq/ksaf046

[2] Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616(1), 94–109. https://doi.org/10.1177/0002716207311699

[3] Cull, N. J. (2009). Public diplomacy: Lessons from the past. Figueroa Press. https://uscpublicdiplomacy.org/publication/public-diplomacy-lessons-past

[4] Iwabuchi, K. (2015). Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan. Bloomsbury Publishing. https://www.bloomsbury.com/uk/resilient-borders-and-cultural-diversity-9780739197339/

[5] Amalia, N. H. (2023). Cultural diplomacy through Hallyu: Managing bilateral relations between South Korea and Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 11(3), 889–896. https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2167

[6] Iwabuchi, K. (2015). Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan. Bloomsbury Publishing.

Dalam konteks Asia Tenggara, Tailan mulai mengadopsi pendekatan serupa dengan memanfaatkan industri kreatif sebagai bagian dari diplomasi publik dan *nation branding*. Pemerintah secara aktif mendorong pengembangan sektor film, drama, musik, dan konten digital yang mampu menjangkau audiens global. Dukungan platform digital seperti YouTube dan layanan *streaming* juga memungkinkan distribusi konten secara luas, sehingga membuka peluang bagi industri hiburan Tailan untuk berperan dalam diplomasi publik.[7] Salah satu aktor penting dalam ekspansi global industri hiburan Tailan adalah *Grammy Television* (GMMTV), yang dikenal melalui produksi drama remaja dan *genre Boy's Love* (BL). Melalui distribusi digital di berbagai platform, GMMTV berhasil menjangkau audiens internasional di Asia, Amerika Latin, hingga Eropa. Konten yang dihasilkan tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memperkenalkan budaya, gaya hidup, dan nilai sosial masyarakat Tailan modern.[8]

Peran industri hiburan dalam diplomasi publik Tailan semakin diakui melalui pemberian Thailand's Public Diplomacy Award (TPDA) 2025 kepada GMMTV. Penghargaan ini diberikan oleh Thailand Foundation sebagai bentuk apresiasi terhadap kontribusi dalam mempromosikan citra positif negara di tingkat global. Pengakuan ini menunjukkan bahwa pemerintah Tailan melihat sektor swasta, khususnya industri hiburan, sebagai mitra strategis dalam diplomasi publik.[9] Fenomena tersebut menunjukkan bahwa diplomasi publik saat ini bersifat kolaboratif dengan melibatkan berbagai aktor non-negara. Industri hiburan, media, platform digital, dan komunitas penggemar menjadi bagian dari ekosistem yang memperluas pengaruh budaya secara global. Model ini dikenal sebagai *networked public diplomacy*, yang menekankan kerja sama antara negara dan aktor non-negara dalam komunikasi budaya.[10]

Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk menganalisis bagaimana kebijakan diplomasi publik Tailan mengintegrasikan industri hiburan sebagai instrumen *soft power*. Selain itu, perlu dikaji bagaimana peran GMMTV dalam memperkuat citra internasional melalui penghargaan TPDA 2025. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian diplomasi budaya serta menjelaskan pemanfaatan industri kreatif sebagai alat strategis dalam meningkatkan pengaruh global negara. Fenomena pemanfaatan industri hiburan sebagai instrumen diplomasi publik semakin terlihat dalam kebijakan luar negeri Tailan, khususnya melalui pemberian TPDA 2025 kepada GMMTV. Penghargaan ini diberikan oleh Thailand Foundation di bawah Kementerian Luar Negeri Tailan sebagai bentuk pengakuan terhadap kontribusi sektor hiburan dalam membangun citra positif negara di tingkat global.[11] Kasus ini menunjukkan bahwa aktor non-negara, seperti perusahaan media, kini memiliki peran strategis dalam praktik diplomasi publik modern.

Perkembangan diplomasi publik menunjukkan pergeseran dari pendekatan yang berfokus pada pemerintah menjadi lebih terbuka dengan melibatkan masyarakat internasional melalui berbagai instrumen komunikasi seperti media, budaya, dan pendidikan.[12] Dalam konteks ini, aktor

[7] Miyazaki, Y. (2024). Screen tourism and public diplomacy. JAFIT International Tourism Review, 31, 25–36. https://doi.org/10.24526/jafit.31.0_25
[8] Thailand Foundation. (2025, December 11). The presentation ceremony of the Thailand's Public Diplomacy Award 2025. https://thailandfoundation.or.th/the-presentation-ceremony-of-the-thailands-public-diplomacy-award-2025/
[9] Ibid
[10] Cull, N. J. (2009). Public diplomacy: Lessons from the past. Figueroa Press. https://uscpublicdiplomacy.org/publication/public-diplomacy-lessons-past
[11] Thailand Foundation. (2025, December 11). The presentation ceremony of the Thailand's Public Diplomacy Award 2025. https://thailandfoundation.or.th/the-presentation-ceremony-of-the-thailands-public-diplomacy-award-2025/
[12] Cull, N. J. (2009). Public diplomacy: Lessons from the past. Figueroa Press. https://uscpublicdiplomacy.org/publication/public-diplomacy-lessons-past

non-negara mulai memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan membentuk opini publik global. Transformasi tersebut semakin dipercepat oleh kemajuan teknologi informasi dan globalisasi media yang memungkinkan interaksi lintas negara berlangsung secara luas dan cepat. Diplomasi publik kini berkembang menjadi berbasis jaringan (*networked diplomacy*), di mana negara berkolaborasi dengan berbagai aktor seperti perusahaan media dan industri kreatif untuk memperluas pengaruh internasional.[13]

Dalam dinamika ini, industri hiburan menjadi salah satu instrumen utama dalam membangun *soft power*, karena mampu menghadirkan daya tarik budaya yang memengaruhi persepsi global tanpa paksaan. Media seperti film, musik, dan drama berperan dalam menciptakan kedekatan emosional dengan audiens internasional.[14] Keberhasilan pemanfaatan industri hiburan dalam diplomasi publik dapat dilihat dari Korea Selatan melalui fenomena *Hallyu* serta Jepang dengan strategi *Cool Japan*, yang keduanya terbukti mampu memperkuat citra negara di tingkat global.[15]

Sejalan dengan tren tersebut, Tailan mulai mengembangkan industri kreatif sebagai bagian dari strategi diplomasi publik dan *nation branding*, dengan dukungan terhadap produksi dan distribusi konten digital untuk menjangkau audiens internasional secara lebih luas. Pemberian TPDA 2025 kepada GMMTV menjadi bukti konkret bahwa pemerintah Tailan secara resmi mengakui peran industri hiburan dalam diplomasi publik. Penghargaan ini menunjukkan adanya integrasi antara kebijakan negara dan peran sektor swasta dalam membangun citra internasional. Selain itu, hal ini juga mencerminkan pergeseran paradigma diplomasi dari yang bersifat *state-centric* menjadi lebih kolaboratif.

Meskipun demikian, masih terdapat pertanyaan mengenai bagaimana secara spesifik peran GMMTV dalam memperkuat citra internasional Tailan melalui penghargaan tersebut. Selain itu, penting untuk memahami bagaimana kebijakan diplomasi publik Tailan mengintegrasikan industri hiburan sebagai instrumen *soft power*. Pertanyaan ini menjadi relevan untuk dikaji karena menunjukkan dinamika baru dalam praktik diplomasi internasional yang melibatkan aktor non-negara. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa budaya populer memiliki peran signifikan dalam diplomasi publik dan pembentukan citra negara. Studi (Amalia, 2023) menyoroti bagaimana *Hallyu* digunakan sebagai instrumen diplomasi budaya Korea Selatan dalam hubungan bilateral. Sementara itu, penelitian Mazak menunjukkan bahwa media dan pariwisata berbasis layar (*screen tourism*) dapat memperkuat diplomasi publik melalui distribusi konten global.[16]

Selain itu, menurut diplomasi publik modern melibatkan berbagai bentuk komunikasi strategis yang melampaui aktor negara.[17] Penelitian Surowiec-Capell et al juga menunjukkan bahwa keterlibatan industri hiburan dalam diplomasi publik semakin meningkat melalui konsep *diplotainment*. Namun demikian, kajian yang secara khusus membahas peran perusahaan hiburan Tailan seperti GMMTV dalam konteks penghargaan diplomasi publik masih terbatas. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kebijakan diplomasi publik Tailan mengintegrasikan industri hiburan sebagai instrumen *soft power*. Selain itu,

[13] Surowiec-Capell, P., Miles, C., Mazák, J., & Kapuściński, G. (2025). Public engagement with foreign policy using "diplotainment": A conceptual exploration. Global Studies Quarterly, 5(2), ksaf046. https://doi.org/10.1093/isagsq/ksaf046

[14] Nye, J. S. (2004). Soft power: The means to success in world politics. PublicAffairs.https://www.hks.harvard.edu/publications/soft-power-means-success-world-politics

[15] Amalia, N. H. (2023). Cultural diplomacy through Hallyu: Managing bilateral relations between South Korea and Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 11(3), 889–896. https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2167

[16] Mazák, J., & Kapuściński, G. (2025). Networked diplomacy in the digital age.

[17] Cull, N. J. (2009). Public diplomacy: Lessons from the past. Figueroa Press. https://uscpublicdiplomacy.org/publication/public-diplomacy-lessons-past

penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji peran GMMTV dalam memperkuat citra internasional Tailan melalui TPDA 2025. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami transformasi diplomasi publik di era digital yang semakin melibatkan aktor non-negara.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis yang bertujuan untuk memahami secara mendalam peran aktor non-negara dalam praktik diplomasi publik Tailan.[18] Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan fenomena sosial yang bersifat kompleks, khususnya terkait konstruksi citra negara melalui industri hiburan dalam perspektif konstruktivisme.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan mengkaji berbagai sumber sekunder seperti buku, jurnal ilmiah, laporan resmi, serta publikasi lembaga terkait. Sumber utama meliputi karya Alexander Wendt terkait konstruktivisme, Joseph S. Nye mengenai *soft power*, serta Nicholas J. Cull tentang diplomasi publik, yang digunakan untuk membangun kerangka analisis teoritis. Selain itu, data empiris diperoleh dari laporan resmi Thailand Foundation dan publikasi terkait GMMTV.

Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif interaktif, yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan mengaitkan temuan empiris dengan konsep *soft power*, diplomasi publik, dan *networked public diplomacy*, sehingga dapat menjelaskan bagaimana peran GMMTV dalam membentuk citra internasional Tailan melalui media hiburan.

Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai referensi akademik dan data empiris yang relevan. Dengan demikian, hasil analisis diharapkan memiliki tingkat keabsahan yang tinggi dan mampu memberikan kontribusi ilmiah dalam kajian diplomasi publik di era digital.

PEMBAHASAN

Bagian GMMTV berfungsi sebagai agen diplomasi budaya yang efektif dalam membentuk persepsi global terhadap Tailan melalui produksi dan distribusi konten hiburan berbasis digital.[19]

Transformasi Diplomasi Publik dan Keterlibatan Aktor Non-Negara

Diplomasi publik mengalami pergeseran dari pendekatan *state-centric* menuju *networked public diplomacy* yang melibatkan berbagai aktor non-negara. Dalam konteks ini, GMMTV sebagai perusahaan media berperan sebagai *intermediary actor* yang menjembatani komunikasi budaya antara Tailan dan masyarakat global. Temuan menunjukkan bahwa pemerintah Tailan tidak lagi menjadi satu-satunya aktor utama, melainkan bekerja secara kolaboratif dengan sektor swasta untuk memperluas pengaruh internasional.[20]

Transformasi diplomasi publik menunjukkan adanya pergeseran mendasar dari pendekatan *state-centric* menuju *networked public diplomacy* yang lebih inklusif dan kolaboratif. Dalam paradigma baru ini, negara tidak lagi menjadi satu-satunya aktor dominan, melainkan berbagi peran dengan berbagai aktor non-negara seperti perusahaan media, industri kreatif, dan

[18] Moleong, L. J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
[19] Thailand Foundation. (2025, December 11). The presentation ceremony of the Thailand's Public Diplomacy Award 2025. https://thailandfoundation.or.th/the-presentation-ceremony-of-the-thailands-public-diplomacy-award-2025/
[20] Amalia, N. H. (2023). Cultural diplomacy through Hallyu: Managing bilateral relations between South Korea and Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 11(3), 889–896. https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2167

komunitas global. Keterlibatan aktor non-negara menjadi semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan globalisasi informasi yang memungkinkan penyebaran pesan lintas negara secara cepat dan luas. Dalam konteks ini, GMMTV sebagai perusahaan media memainkan peran strategis sebagai *intermediary actor* yang menjembatani komunikasi budaya antara Tailan dan masyarakat internasional melalui konten hiburan yang mudah diakses.

Melalui produksi dan distribusi konten digital lintas platform, GMMTV mampu menghadirkan representasi budaya Tailan yang modern, inklusif, dan relevan dengan audiens global. Temuan penelitian menunjukkan adanya keterlibatan langsung pemerintah Tailan dengan aktor non-negara melalui pemberian penghargaan *Thailand's Public Diplomacy Award (TPDA) 2025* kepada GMMTV oleh Thailand Foundation di bawah Kementerian Luar Negeri Tailan. Model ini mencerminkan perubahan struktur diplomasi yang lebih fleksibel dan berbasis jaringan, di mana sinergi antara negara dan aktor non-negara menjadi kunci dalam membangun pengaruh global yang efektif dan berkelanjutan di era digital.

Teori *networked diplomacy* yang menekankan pentingnya jejaring aktor dalam praktik diplomasi modern. Keterlibatan GMMTV memperlihatkan bahwa kekuatan komunikasi global kini tidak hanya dimiliki oleh negara, tetapi juga oleh industri kreatif yang memiliki akses luas terhadap audiens internasional. Dengan demikian, diplomasi publik Tailan mengalami transformasi struktural yang memperkuat posisi aktor non-negara dalam proses pembentukan citra negara.[21]

Fenomena ini mengonfirmasi teori *networked diplomacy* yang menekankan pentingnya jejaring aktor dalam praktik diplomasi modern yang semakin kompleks dan terdesentralisasi. Dalam kerangka ini, interaksi global tidak lagi bersifat satu arah dari negara kepada publik internasional, melainkan melibatkan berbagai aktor yang saling terhubung dalam jaringan komunikasi lintas batas. Keterlibatan GMMTV menunjukkan bahwa kekuatan komunikasi global kini tidak lagi dimonopoli oleh negara, tetapi juga dimiliki oleh industri kreatif yang mampu menjangkau audiens internasional melalui platform digital. Data menunjukkan kanal YouTube resmi GMMTV memiliki lebih dari 20,4 juta *subscribers* dengan total lebih dari 19,3 miliar penayangan global. Selain itu, Kementerian Luar Negeri Tailan dan Thailand Foundation secara resmi menyatakan bahwa GMMTV berhasil membangun "*520 million followers worldwide across all platforms*" serta berperan sebagai "*bridge linking Thailand with the global community*".[22]

Dengan kemampuan produksi konten yang adaptif dan distribusi lintas media, GMMTV berperan dalam membentuk narasi budaya yang menarik dan relevan secara global. Hal ini terlihat dari keberhasilan serial BL seperti "*2gether The Series*, *Bad Buddy*, *Last Twilight,* dan *My School President"* yang memperoleh jutaan penonton internasional di YouTube serta masuk dalam tren media sosial global. Drama *2gether The Series* misalnya ditonton lebih dari 150 juta kali di YouTube dan menjadi salah satu BL Tailan paling populer di Asia dan Amerika Latin. Transformasi ini mempertegas bahwa aktor non-negara kini memiliki posisi yang semakin signifikan dalam proses konstruksi citra negara, sebagaimana ditegaskan oleh Koichi Iwabuchi (2015).

Peran Industri Hiburan sebagai Instrumen Soft Power

Perspektif teori *soft power*, daya tarik budaya menjadi sumber pengaruh yang efektif tanpa menggunakan paksaan. GMMTV berhasil menciptakan *emotional engagement* dengan penonton internasional, yang pada akhirnya meningkatkan *cultural familiarity* terhadap Tailan. Temuan ini

[21] Iwabuchi, K. (2015). Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan. Bloomsbury Publishing. https://www.bloomsbury.com/uk/resilient-borders-and-cultural-diversity-9780739197339/

[22] Thailand Foundation. (2025, December 11). The presentation ceremony of the Thailand's Public Diplomacy Award 2025. https://thailandfoundation.or.th/the-presentation-ceremony-of-the-thailands-public-diplomacy-award-2025/

sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa budaya populer memiliki peran signifikan dalam memperkuat citra negara, seperti pada fenomena *Hallyu* dan *Cool Japan*.[23]

Lebih lanjut, distribusi konten melalui platform digital seperti YouTube dan layanan *streaming* memperluas jangkauan global GMMTV. Masifnya distribusi tersebut juga terlihat dari performa serial GMMTV di pasar global. Drama *2gether The Series* dilaporkan menembus lebih dari 100 juta streams di LINE TV dan menjadi salah satu BL Tailan pertama yang populer di kawasan Asia Timur, Asia Tenggara, hingga Amerika Latin selama pandemi COVID-19. Bahkan TIME menyebut *2gether* sebagai "*BL breakout show*" yang mendorong ekspansi global industri hiburan Tailan. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi media menjadi faktor kunci dalam efektivitas diplomasi publik modern. Dengan memanfaatkan teknologi, GMMTV mampu menjangkau audiens lintas kawasan tanpa batas geografis, sehingga memperkuat posisi Tailan dalam kompetisi *soft power* global.[24]

Dalam perspektif teori *soft power*, sebagaimana dikemukakan oleh Joseph S. Nye (2004), daya tarik budaya merupakan sumber pengaruh yang efektif karena mampu membentuk preferensi dan persepsi tanpa melalui paksaan atau tekanan. Dalam hal ini, GMMTV berhasil memanfaatkan kekuatan narasi visual dan *storytelling* untuk menyampaikan citra Tailan yang modern, terbuka, dan inklusif. Popularitas global drama BL Tailan muncul karena narasi yang menormalisasi hubungan sesama jenis dan menghadirkan representasi yang dianggap lebih terbuka serta relevan dengan generasi muda globl. Narasi yang diangkat sering kali bersifat universal, seperti persahabatan, cinta, identitas diri, dan dinamika kehidupan remaja, sehingga mudah dipahami dan diterima oleh audiens lintas budaya. Penerimaan lintas budaya ini didukung oleh penggunaan tema universal seperti persahabatan, identitas diri, dan hubungan interpersonal yang dapat dipahami oleh berbagai latar belakang budaya. TIME mencatat bahwa keberhasilan global drama BL Tailan terjadi karena narasinya dianggap lebih terbuka dan inklusif dibanding media populer Asia lainnya, sehingga mudah diterima generasi muda internasional.

Keterlibatan emosional tersebut kemudian berkembang menjadi *cultural familiarity*, yakni rasa kedekatan terhadap budaya Tailan yang terbentuk melalui konsumsi konten secara berulang. Studi dalam *Journal of Human and Social Sciences Mahasarakham University* menemukan bahwa audiens internasional BL Tailan secara aktif mempelajari bahasa dan budaya Tailan setelah menonton serial secara berulang melalui platform digital dan media sosial fandom. Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumsi konten hiburan secara kontinu menciptakan kedekatan budaya dan memperkuat penerimaan terhadap identitas budaya Tailan. Temuan ini sejalan dengan pandangan yang menekankan bahwa budaya populer memiliki kemampuan untuk menciptakan *cultural proximity*, yaitu kedekatan emosional dan kultural antara audiens dengan budaya asing.[25] Fenomena ini juga dapat dibandingkan dengan keberhasilan Korea Selatan melalui *Hallyu* dan Jepang melalui strategi *Cool Japan*, di mana industri hiburan menjadi instrumen utama dalam memperluas pengaruh budaya secara global. Dengan demikian, GMMTV tidak hanya berperan sebagai produsen konten, tetapi juga sebagai agen diplomasi budaya yang secara aktif membentuk persepsi global terhadap Tailan.

---

[23] Iwabuchi, K. (2015). Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan. Bloomsbury Publishing. https://www.bloomsbury.com/uk/resilient-borders-and-cultural-diversity-9780739197339/

[24] Surowiec-Capell, P., Miles, C., Mazák, J., & Kapuściński, G. (2025). Public engagement with foreign policy using "diplotainment": A conceptual exploration. Global Studies Quarterly, 5(2), ksaf046. https://doi.org/10.1093/isagsq/ksaf046

[25] Iwabuchi, K. (2015). Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan. Bloomsbury Publishing. https://www.bloomsbury.com/uk/resilient-borders-and-cultural-diversity-9780739197339/

Lebih lanjut, keberhasilan GMMTV dalam menjalankan fungsi *soft power* tidak terlepas dari pemanfaatan teknologi digital dan strategi distribusi lintas platform. Konten yang diproduksi didistribusikan melalui berbagai kanal seperti YouTube dan layanan *streaming*, yang memungkinkan akses global tanpa batas geografis. Kehadiran *subtitle* dalam berbagai bahasa juga meningkatkan aksesibilitas konten bagi audiens internasional, sehingga memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Digitalisasi media ini menjadi faktor kunci dalam efektivitas diplomasi publik modern, karena memungkinkan penyebaran pesan budaya secara cepat, luas, dan simultan. Dalam konteks ini, GMMTV mampu menjangkau audiens di berbagai kawasan, termasuk Asia, Amerika Latin, hingga Eropa, yang sebelumnya sulit dicapai melalui media konvensional. Bukti empirisnya terlihat dari popularitas global drama *2gether The Series* dan *Bad Buddy* yang memperoleh basis penggemar besar di Filipina, Jepang, Taiwan, Brasil, Meksiko, dan Spanyol melalui distribusi digital YouTube dan platform *streaming* internasional.

Selain itu, interaksi antara produsen konten dan audiens melalui media sosial turut memperkuat dampak *soft power* yang dihasilkan. Penggemar GMMTV dapat berpartisipasi aktif melalui komentar, diskusi, dan komunitas daring yang menciptakan ekosistem budaya yang dinamis dan berkelanjutan. Hal ini terlihat dari perubahan strategi bisnis GMMTV yang tidak lagi berfokus pada rating televisi, tetapi pada *engagement* digital seperti jumlah komentar, *shares*, *likes*, dan trending *hashtag* di media sosial. CEO GMMTV, Tha Sataporn, menyatakan bahwa keberhasilan serial mereka diukur melalui keterlibatan aktif penggemar di platform seperti X/Twitter dan YouTube.

Fenomena ini menunjukkan bahwa audiens tidak lagi menjadi konsumen pasif, tetapi ikut membangun penyebaran dan popularitas konten melalui komunitas fandom digital global. Dengan memanfaatkan kekuatan konten, teknologi, dan jaringan global, GMMTV berhasil memperkuat posisi Tailan dalam kompetisi *soft power* global. Data pendukungnya terlihat dari pengakuan resmi pemerintah melalui Thailand Foundation yang menganugerahkan *Thailand's Public Diplomacy Award 2025* kepada GMMTV karena dinilai berhasil mempromosikan citra dan budaya Tailan kepada masyarakat internasional melalui industri hiburan digital.[26]

Peran Penting GMMTV dalam Diplomasi Publik Tailan.

a. GMMTV sebagai Agen Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya Tailan berkembang sebagai bagian dari strategi *soft power* nasional yang memanfaatkan industri kreatif untuk memperkuat citra negara di tingkat global. Akar kebijakan ini terlihat dari upaya pemerintah Tailan melalui Kementerian Luar Negeri dan Thailand Foundation dalam mempromosikan budaya populer, pariwisata, kuliner, dan industri hiburan sebagai instrumen diplomasi publik. Strategi tersebut semakin diperkuat dalam kebijakan *Thailand Soft Power Strategy* yang menempatkan industri kreatif sebagai sektor penting dalam meningkatkan daya saing dan pengaruh internasional Tailan.[27] Dalam konteks ini, industri hiburan tidak lagi dipandang sekadar sektor ekonomi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi budaya dan pembentukan identitas nasional di mata dunia.

Salah satu aktor utama yang mengisi ceruk diplomasi budaya tersebut adalah GMMTV sebagai perusahaan media dan hiburan terbesar di Tailan dalam genre drama remaja dan *Boy's Love* (BL). Peran GMMTV sebagai agen diplomasi budaya terlihat dari kemampuannya memproduksi konten yang merepresentasikan budaya urban Tailan yang modern, terbuka, dan

[26] Thailand Foundation. (2025, December 11). The presentation ceremony of the Thailand's Public Diplomacy Award 2025. https://thailandfoundation.or.th/the-presentation-ceremony-of-the-thailands-public-diplomacy-award-2025/
[27] Ibid

inklusif kepada audiens internasional. Drama seperti *2gether The Series*, *Bad Buddy, Last Twilight*, dan *My School President* berhasil memperoleh popularitas global melalui distribusi digital berbasis YouTube dan platform streaming multinasional.[28] Melalui konten tersebut, GMMTV secara tidak langsung memperkenalkan bahasa Tailan, gaya hidup masyarakat urban, lokasi wisata, hingga nilai sosial generasi muda Tailan kepada publik internasional.

Popularitas drama GMMTV juga berkembang di berbagai kawasan seperti Asia Tenggara, Jepang, Korea Selatan, Amerika Latin, hingga Eropa. TIME mencatat bahwa drama BL Thailand telah menjadi fenomena global karena menawarkan narasi yang dianggap lebih terbuka dan inklusif dibanding media populer Asia lainnya.[29] Kondisi ini memperlihatkan bahwa GMMTV berhasil menjalankan fungsi *cultural intermediary* dalam menyebarkan citra positif Tailan melalui budaya populer.

Pengakuan formal pemerintah terhadap peran diplomatik GMMTV terlihat melalui pemberian *Thailand's Public Diplomacy Award (TPDA) 2025* oleh Thailand Foundation di bawah Kementerian Luar Negeri Tailan. Penghargaan tersebut diberikan karena GMMTV dinilai berhasil mempromosikan citra dan budaya Tailan kepada masyarakat global melalui industri hiburan digital. Dengan demikian, GMMTV bukan hanya produsen hiburan komersial, tetapi telah menjadi bagian integral dari agenda diplomasi budaya Tailan berbasis *soft power* dan industri kreatif digital.

b. GMMTV secara Strategis Membentuk Persepsi Global melalui Distribusi Digital Lintas Platform

Kemampuan GMMTV dalam membentuk persepsi global tidak terlepas dari strategi distribusi digital lintas platform yang memanfaatkan ekosistem media baru seperti YouTube dan layanan *streaming*. Dalam konteks globalisasi media, distribusi digital memungkinkan konten budaya melampaui batas geografis dan menjangkau audiens yang lebih luas secara simultan. Hal ini sejalan dengan konsep *networked diplomacy*, di mana penyebaran pesan tidak lagi bersifat satu arah, tetapi melalui jaringan global yang melibatkan berbagai aktor.[30] Kehadiran platform digital juga memungkinkan interaksi dua arah antara produsen dan audiens, yang memperkuat efektivitas komunikasi budaya. Dengan demikian, distribusi digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran konten, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membentuk opini publik global. GMMTV menunjukkan bahwa penguasaan teknologi media menjadi faktor kunci dalam keberhasilan diplomasi publik di era digital.

Dalam konteks globalisasi media, distribusi digital memungkinkan konten budaya melampaui batas geografis dan menjangkau audiens global secara simultan dan efisien. Hal ini mempercepat proses difusi budaya serta memperluas jangkauan komunikasi lintas negara tanpa bergantung pada saluran diplomasi tradisional. Fenomena ini sejalan dengan konsep *networked diplomacy* yang menekankan bahwa penyebaran pesan tidak lagi bersifat satu arah dari negara kepada publik asing, melainkan melalui jaringan global yang melibatkan berbagai aktor dan platform digital.[31] Dengan memanfaatkan jaringan ini, GMMTV mampu memperkuat posisi Tailan dalam arus komunikasi global yang semakin kompetitif.

---

[28] Iwabuchi, K. (2015). Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan. Bloomsbury Publishing. https://www.bloomsbury.com/uk/resilient-borders-and-cultural-diversity-9780739197339/

[29] Thailand Foundation. (2025, December 11). The presentation ceremony of the Thailand's Public Diplomacy Award 2025. https://thailandfoundation.or.th/the-presentation-ceremony-of-the-thailands-public-diplomacy-award-2025/

[30] Mazák, J., & Kapuściński, G. (2025). Networked diplomacy in the digital age.

[31] Ibid

Media populer memiliki kemampuan untuk menciptakan *cultural circulation*, yaitu proses peredaran budaya yang mempercepat penyebaran identitas nasional lintas negara.[32] GMMTV secara efektif memanfaatkan mekanisme ini dengan mendistribusikan kontennya secara global, dilengkapi dengan *subtitle* multibahasa yang meningkatkan aksesibilitas bagi audiens internasional. Strategi ini memungkinkan konten yang diproduksi tidak hanya dikonsumsi secara lokal, tetapi juga diterima oleh berbagai latar belakang budaya. Melalui pendekatan ini, terbentuk persepsi positif terhadap Tailan sebagai negara yang modern, kreatif, dan inklusif. Representasi tersebut tidak disampaikan secara eksplisit, melainkan melalui narasi visual dan cerita yang secara halus memperkenalkan nilai-nilai budaya kepada penonton global.

Selain itu, kehadiran platform digital memungkinkan terciptanya interaksi dua arah antara produsen dan audiens, yang menjadi salah satu keunggulan utama dalam diplomasi publik modern. Penonton tidak lagi menjadi pihak pasif, tetapi dapat berpartisipasi aktif melalui komentar, media sosial, dan komunitas penggemar global. Interaksi ini memperkuat keterlibatan emosional sekaligus memperluas jangkauan pesan budaya secara organik melalui *user-generated content* dan rekomendasi berbasis komunitas. Dengan demikian, distribusi digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran konten, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membentuk opini publik global secara berkelanjutan.

Keberhasilan GMMTV menunjukkan bahwa penguasaan teknologi media dan pemanfaatan platform digital merupakan faktor kunci dalam efektivitas diplomasi publik di era digital. Kemampuan untuk mengintegrasikan produksi konten, distribusi global, dan interaksi audiens menjadikan industri hiburan sebagai aktor yang sangat berpengaruh dalam membentuk citra negara. Oleh karena itu, strategi distribusi lintas platform yang dilakukan GMMTV tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga memperkuat posisi Tailan dalam kompetisi *soft power* global melalui pendekatan komunikasi yang adaptif, partisipatif, dan berbasis teknologi.

c. GMMTV Menciptakan Keterlibatan Emosional dan Kedekatan Budaya dengan Audiens Internasional

Salah satu kekuatan utama GMMTV terletak pada kemampuannya menciptakan *emotional engagement* yang mendorong keterikatan audiens terhadap konten dan budaya yang direpresentasikan. Dalam teori *soft power*, daya tarik budaya bekerja secara efektif ketika mampu membangun hubungan emosional yang membuat audiens merasa terhubung dengan nilai dan identitas suatu negara.[33] Drama GMMTV sering kali mengangkat tema universal seperti persahabatan, cinta, dan identitas diri, yang mudah dipahami oleh audiens lintas budaya. Lebih lanjut, menurut Iwabuchi (2015), budaya populer dapat menciptakan *cultural proximity*, yaitu rasa kedekatan yang muncul ketika audiens menemukan kesamaan nilai atau pengalaman dalam konten yang dikonsumsi. GMMTV memanfaatkan strategi ini dengan menghadirkan narasi yang inklusif dan representatif, sehingga meningkatkan penerimaan global.

Keterlibatan emosional ini juga diperkuat melalui interaksi di media sosial, di mana penggemar dapat berpartisipasi aktif dalam komunitas global. Fenomena ini menciptakan ekosistem budaya yang memperluas pengaruh GMMTV di luar layar. Dengan demikian, kedekatan emosional dan budaya tidak hanya meningkatkan popularitas konten, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan citra positif Tailan secara berkelanjutan di tingkat internasional.

---

[32] Iwabuchi, K. (2015). Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan. Bloomsbury Publishing. https://www.bloomsbury.com/uk/resilient-borders-and-cultural-diversity-9780739197339/

[33] Nye, J. S. (2004). Soft power: The means to success in world politics. PublicAffairs.https://www.hks.harvard.edu/publications/soft-power-means-success-world-politics

Drama yang diproduksi GMMTV umumnya mengangkat tema-tema universal seperti persahabatan, cinta, pencarian jati diri, dan dinamika kehidupan remaja, yang memiliki relevansi lintas budaya. Penggunaan tema universal ini memungkinkan audiens dari berbagai latar belakang untuk memahami dan merasakan pengalaman emosional yang serupa, sehingga menciptakan keterikatan psikologis yang kuat terhadap cerita dan karakter yang ditampilkan. Lebih lanjut, Koichi Iwabuchi menjelaskan bahwa budaya populer memiliki kemampuan untuk menciptakan *cultural proximity*, yaitu rasa kedekatan yang muncul ketika audiens menemukan kesamaan nilai atau pengalaman dalam konten yang mereka konsumsi. GMMTV memanfaatkan strategi ini dengan menghadirkan narasi yang inklusif, representatif, dan adaptif terhadap realitas sosial kontemporer, termasuk isu identitas, keberagaman, dan hubungan interpersonal. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik konten, tetapi juga memperluas penerimaan global karena audiens merasa bahwa cerita yang disajikan mencerminkan realitas yang dapat mereka pahami dan rasakan. Dengan demikian, kedekatan budaya tidak lagi bergantung pada kesamaan geografis, melainkan pada kesamaan pengalaman emosional dan nilai universal.

Keterlibatan emosional ini semakin diperkuat melalui interaksi aktif di media sosial, yang memungkinkan terciptanya hubungan dua arah antara produsen konten dan audiens. Penggemar tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga berpartisipasi dalam diskusi, berbagi konten, serta membentuk komunitas global yang dinamis. Aktivitas seperti *fan engagement*, *fan art*, hingga diskusi daring menciptakan ekosistem budaya yang memperluas pengaruh GMMTV di luar layar. Interaksi ini juga mempercepat penyebaran konten secara organik melalui jaringan sosial, sehingga memperkuat efek diplomasi budaya yang dihasilkan.

Dengan demikian, keterlibatan emosional dan kedekatan budaya yang dibangun oleh GMMTV tidak hanya meningkatkan popularitas konten secara komersial, tetapi juga berkontribusi signifikan dalam pembentukan citra positif Tailan di tingkat internasional. Proses ini menunjukkan bahwa kekuatan diplomasi publik modern terletak pada kemampuan membangun hubungan emosional yang berkelanjutan dengan *audiens* global, di mana budaya populer menjadi medium utama dalam menciptakan koneksi tersebut secara efektif dan persuasif.

Pengakuan resmi pemerintah melalui *Thailand Foundation* yang memberikan *Thailand's Public Diplomacy Award 2025* kepada GMMTV karena dinilai berhasil mempromosikan budaya dan citra Tailan kepada masyarakat global melalui media hiburan digital. Selain itu, kanal YouTube resmi GMMTV yang telah memiliki lebih dari 20 juta *subscribers* dan miliaran penayangan global menunjukkan adanya jangkauan internasional yang luas serta keterlibatan audiens lintas budaya secara berkelanjutan. Popularitas serial seperti *2gether The Series* dan *Bad Buddy* di kawasan Asia, Amerika Latin, hingga Eropa juga memperlihatkan bahwa budaya populer Tailan mampu diterima secara global melalui tema universal dan representasi sosial yang inklusif. Data tersebut menunjukkan bahwa kekuatan diplomasi publik modern terletak pada kemampuan membangun hubungan emosional yang berkelanjutan dengan audiens global, di mana budaya populer menjadi medium utama dalam menciptakan koneksi budaya.

HASIL PENELITIAN

Temuan penelitian ini mengonfirmasi teori *soft power* yang dikemukakan oleh Nye (2004), bahwa daya tarik budaya merupakan sumber pengaruh utama dalam hubungan internasional. GMMTV menunjukkan bagaimana konten hiburan dapat menjadi alat untuk membangun preferensi dan persepsi positif terhadap suatu negara tanpa menggunakan kekuatan koersif. Hal ini juga sejalan dengan konsep *cultural diplomacy* yang menempatkan budaya sebagai medium komunikasi antarbangsa. Di sisi lain, temuan ini juga memperkuat konsep *networked public diplomacy* yang dikemukakan oleh Cull (2009), di mana diplomasi publik melibatkan berbagai

aktor dalam jaringan global. GMMTV sebagai aktor non-negara memiliki peran signifikan dalam menyebarkan pesan budaya Tailan secara luas. Hal ini menunjukkan bahwa praktik diplomasi modern tidak lagi bersifat hierarkis, melainkan kolaboratif dan terdesentralisasi.[34]

Lebih lanjut, penelitian ini juga memberikan kontribusi pada pengembangan konsep *diplotainment*, yaitu integrasi antara diplomasi dan hiburan sebagai strategi komunikasi global. GMMTV menjadi contoh konkret bagaimana industri hiburan dapat berfungsi sebagai alat diplomasi yang efektif dalam era digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi teori yang ada, tetapi juga menawarkan modifikasi konsep diplomasi publik dengan menekankan peran industri kreatif sebagai aktor utama dalam pembentukan citra negara.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa diplomasi publik Tailan telah berkembang menuju model kolaboratif yang melibatkan aktor non-negara secara aktif. GMMTV berperan sebagai agen *soft power* yang efektif melalui produksi konten hiburan yang mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens global. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan diplomasi publik tidak hanya ditentukan oleh kebijakan negara, tetapi juga oleh kemampuan memanfaatkan industri kreatif sebagai saluran komunikasi global. Implikasi teoretis dari penelitian ini adalah perlunya redefinisi konsep diplomasi publik yang lebih inklusif terhadap peran aktor non-negara. Selain itu, konsep *soft power* juga perlu diperluas dengan memasukkan dimensi digital dan media hiburan sebagai faktor utama dalam pembentukan pengaruh global. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian hubungan internasional, khususnya dalam memahami dinamika diplomasi publik di era digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa GMMTV memiliki peran strategis dalam memperkuat citra internasional Tailan melalui praktik diplomasi publik berbasis industri hiburan. Peran tersebut tercermin dari kemampuannya dalam memproduksi dan mendistribusikan konten digital yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media representasi budaya, nilai sosial, dan gaya hidup masyarakat Tailan kepada audiens global. Dengan demikian, GMMTV berkontribusi dalam membangun persepsi positif dan meningkatkan daya tarik Tailan di tingkat internasional. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa diplomasi publik Tailan telah mengalami transformasi dari pendekatan yang bersifat *state-centric* menuju model kolaboratif atau *networked public diplomacy*. Dalam model ini, aktor non-negara seperti GMMTV menjadi mitra strategis pemerintah dalam memperluas pengaruh global melalui pemanfaatan *soft power*. Pengakuan melalui TPDA 2025 psemakin menegaskan legitimasi peran industri hiburan sebagai instrumen diplomasi publik yang efektif. Temuan ini mengonfirmasi relevansi konsep *soft power* dan diplomasi publik modern, sekaligus menunjukkan perlunya pengembangan konsep tersebut dengan memasukkan dimensi industri kreatif dan digitalisasi media. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan diplomasi publik di era globalisasi sangat ditentukan oleh sinergi antara negara dan aktor non-negara dalam memanfaatkan budaya populer sebagai alat komunikasi strategisi.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, N. H. (2023). Cultural diplomacy through Hallyu: Managing bilateral relations between South Korea and Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 11(3), 889–896. https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2167

[34] Mazák, J., & Kapuściński, G. (2025). Networked diplomacy in the digital age.

Casado Claro, M. F., Huguet, J. P., & Saavedra-Serrano, M. C. (2023). Tourism as a soft power tool: The role of public diplomacy in Japan's country and destination branding. https://doi.org/10.34623/snwy-ec89

Cull, N. J. (2009). Public diplomacy: Lessons from the past. Figueroa Press. https://uscpublicdiplomacy.org/publication/public-diplomacy-lessons-past

Fajar, A. N. (2023). MICE sebagai instrumen soft power: Peran KTT ASEAN dalam diplomasi pariwisata Indonesia. Tamasya: Jurnal Pariwisata Indonesia. https://doi.org/10.62383/tamasya.v3i1.946

Holden, J. (2015). Cultural diplomacy: Beyond the national interest? International Journal of Cultural Policy. https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1042474

Iwabuchi, K. (2015). Resilient borders and cultural diversity: Internationalism, brand nationalism, and multiculturalism in Japan. Bloomsbury Publishing. https://www.bloomsbury.com/uk/resilient-borders-and-cultural-diversity 9780739197339/

Khan, A., Bibi, S., Hussain, S., & Li, H. (2025). Enhancing sustainability through tourism diplomacy. SAGE Open. https://doi.org/10.1177/21582440251378541

Mazák, J., & Kapuściński, G. (2025). Networked diplomacy in the digital age. (Konseptual, belum tersedia publikasi terbuka).

Miyazaki, Y. (2024). Screen tourism and public diplomacy. JAFIT International Tourism Review, 31, 25–36. https://doi.org/10.24526/jafit.31.0_25

Moleong, L. J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Nye, J. S. (2004). Soft power: The means to success in world politics. PublicAffairs.https://www.hks.harvard.edu/publications/soft-power-means-success-world_politics

Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616(1), 94–109. https://doi.org/10.1177/0002716207311699

Sari, I. (2024). Drama Korea sebagai soft power diplomacy dan pendorong perekonomian. Jurnal Ilmiah Global Education. https://doi.org/10.55681/jige.v6i2.3811

Surowiec-Capell, P., Miles, C., Mazák, J., & Kapuściński, G. (2025). Public engagement with foreign policy using "diplotainment": A conceptual exploration. Global Studies Quarterly, 5(2), ksaf046. https://doi.org/10.1093/isagsq/ksaf046

Thailand Foundation. (2025, December 11). The presentation ceremony of the Thailand's Public Diplomacy Award 2025. https://thailandfoundation.or.th/the-presentation-ceremony-of the-thailands-public-diplomacy-award-2025/

Trisni, S. (2022). Diplomasi publik dan soft power: Sama atau berbeda? Andalas Journal of International Studies. https://ajis.fisip.unand.ac.id/index.php/ajis/article/view/649.