

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diplomasi publik Thailand melalui fenomena *Thai Wave* di Indonesia dengan memanfaatkan industri perfilman sebagai instrumen *soft power*. Meningkatnya popularitas film Thailand di Indonesia menunjukkan bahwa budaya populer dapat digunakan sebagai sarana untuk membangun citra positif negara dan memperluas pengaruh budaya di tingkat internasional. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena memperlihatkan bagaimana Thailand memanfaatkan produk budaya untuk menjangkau masyarakat Indonesia melalui pendekatan non-koersif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui studi literatur dan dokumentasi yang bersumber dari jurnal ilmiah, buku, laporan resmi, serta publikasi yang relevan. Analisis penelitian menggunakan teori *Soft Power* Joseph Nye, konsep *New Public Diplomacy* Jan Melissen, dan diplomasi budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Thailand berhasil memanfaatkan film sebagai instrumen diplomasi publik untuk memperkenalkan budaya, nilai sosial, dan identitas nasional kepada masyarakat Indonesia. Upaya tersebut didukung melalui kebijakan 5F *Soft Power*, penyelenggaraan festival budaya dan film, distribusi film melalui bioskop dan platform digital, serta promosi melalui media sosial. Keberhasilan strategi ini terlihat dari meningkatnya popularitas film Thailand, munculnya persepsi positif masyarakat Indonesia terhadap Thailand, serta meningkatnya minat terhadap budaya dan pariwisata Thailand. Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan seperti dominasi budaya populer Korea Selatan, keterbatasan distribusi film, dan hambatan bahasa. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perfilman Thailand berperan penting dalam memperkuat *soft power* dan diplomasi publik Thailand di Indonesia.

Kata Kunci: Diplomasi Publik, *Soft Power*, *Thai Wave*, Film Thailand, Indonesia.

ABSTRACT

This study aims to analyze Thailand's public diplomacy through the Thai Wave phenomenon in Indonesia by utilizing the film industry as an instrument of soft power. The growing popularity of Thai films in Indonesia demonstrates how popular culture can be used to build a positive national image and expand cultural influence internationally. This phenomenon highlights Thailand's efforts to engage Indonesian society through non-coercive approaches. This research employs a qualitative descriptive method. Data were collected through literature reviews and documentation from academic journals, books, official reports, and relevant publications. The analysis is based on Joseph Nye's Soft Power Theory, Jan Melissen's New Public Diplomacy, and the concept of cultural diplomacy. The findings indicate that Thailand has successfully used films as a public diplomacy instrument to introduce its culture, social values, and national identity to Indonesian audiences. This effort is supported by the 5F Soft Power policy, cultural and film festivals, film distribution through cinemas and digital platforms, and promotion through social media. The effectiveness of this strategy can be seen in the increasing popularity of Thai films, the emergence of positive perceptions of Thailand among Indonesians, and growing interest in Thai culture and tourism. However, several challenges remain, including the dominance of Korean popular culture, limited film distribution, and language barriers. This study concludes that the Thai film industry plays an important role in strengthening Thailand's soft power and public diplomacy in Indonesia.

Keywords: Public Diplomacy, Soft Power, Thai Wave, Thai Films, Indonesia.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nganalisis diplomasi publik Thailand ngaliwatan fenomena *Thai Wave* di Indonesia ku ngamangpaatkeun industri perfilman minangka instrumen *soft power*. Ngaronjatna popularitas pilem Thailand di Indonesia nunjukkeun yén budaya populer bisa dijadikeun sarana pikeun ngawangun citra positif nagara sarta ngalegaan pangaruh budaya dina tingkat internasional. Fenomena ieu nunjukkeun kumaha Thailand ngagunakeun produk budaya pikeun ngahontal masarakat Indonesia ngaliwatan pendekatan anu henteu maksa. Panalungtikan ieu ngagunakeun métode kualitatif kalayan pendekatan déskriptif. Data dikumpulkeun tina studi pustaka jeung dokuméntasi anu asalna tina jurnal ilmiah, buku, laporan resmi, sarta publikasi anu relevan. Analisis dilaksanakeun ku ngagunakeun téori *Soft Power* Joseph Nye, *New Public Diplomacy* Jan Melissen, sarta diplomasi budaya. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén Thailand hasil ngamangpaatkeun pilem minangka instrumen diplomasi publik pikeun ngenalkeun budaya, ajén sosial, sarta idéntitas nasional ka masarakat Indonesia. Strategi ieu didukung ku kawijakan 5F *Soft Power*, festival budaya jeung pilem, distribusi pilem ngaliwatan bioskop jeung platform digital, sarta promosi dina média sosial. Kasuksésan ieu katempo tina ngaronjatna popularitas pilem Thailand, munculna persepsi positif masarakat Indonesia ka Thailand, sarta tumuwuhna minat kana budaya jeung pariwisata Thailand. Sanajan kitu, masih aya sababaraha tantangan saperti dominasi budaya populer Korea Selatan, kawatesanan distribusi pilem, jeung halangan basa. Panalungtikan ieu nyindekkeun yén perfilman Thailand miboga peran penting dina nguatkeun *soft power* jeung diplomasi publik Thailand di Indonesia.

Kecap Konci: Diplomasi Publik, *Soft Power*, *Thai Wave*, Perfilman Thailand, Indonesia.