



Article Informations
Corresponding Email:
Putrifebrianimasda@gmail.com

Received: 27/05/2025; Accepted:
25/06/2025; Published: 15/10/2025

STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK THAILAND TERHADAP WISATAWAN MUSLIM DI ASIA TENGGARA 2017-2021

Putri Febriani Masda

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Dan
Ilmu Politik, Univesitas Jenderal Achmad Yani.

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi nation branding yang diterapkan Thailand melalui penyelenggaraan event Thudong Internasional pada tahun 2023. Thudong adalah tradisi ziarah yang melibatkan perjalanan para biksu Thailand ke berbagai wilayah sebagai bagian dari praktik spiritual dan meditasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengeksplorasi kontribusi Thudong dalam menciptakan persepsi positif tentang Thailand di kancah internasional. Berdasarkan temuan penelitian, event Thudong Internasional memungkinkan Thailand untuk memproyeksikan nilai-nilai spiritual dan budaya yang dalam, yang selaras dengan prinsip-prinsip Buddhisme seperti kedamaian, pengendalian diri, dan pengabdian kepada sesama.

Kata Kunci: *Diplomasi Soft Power, Thudong, Diplomasi Budaya, Pariwisata Keagamaan, Permasalahan Prostitusi*

Abstract

This research aims to analyze the nation branding strategy applied by Thailand through the organization of the International Thudong event in 2023. Thudong is a pilgrimage tradition that involves Thai monks traveling to different regions as part of spiritual practice and meditation. This research used a qualitative method with a descriptive approach to explore the contribution of Thudong in creating positive perceptions of Thailand in the international arena. Based on the research findings, International Thudong events allow Thailand to project deep spiritual and cultural values, which are aligned with Buddhist principles such as peace, self-control, and devotion to others.

Keywords: *Soft Power Diplomacy, Thudong, Cultural Diplomacy, Religious Tourism, Prostitution Issue*

1. PENDAHULUAN

Thailand merupakan negara yang berada di kawasan Asia Tenggara dan memiliki citra (*image / branding*) negara yang lekat dengan industri seks

/ *sex tourism*. Thailand menjadi contoh kontroversial dari negara yang memiliki distrik merah (*red district*) yang ramai hingga kenyataan yang memilukan tentang perdagangan seks anak, industri senilai \$6,4 miliar di negara itu bisa dianggap meyakinkan dalam menarik minat turis mancanegara yang tercatat mencapai 1,2 juta wisatawan setiap tahun. Catatan tersebut menjadi salah satu bahan memperparah keadaan dalam citra negara Thailand, akibat dari pemberontak komunis, ketidakstabilan politik.

Diasumsikan pula bahwa faktor dari kemiskinan yang menjadi dorongan masyarakatnya untuk memilih pelacuran sebagai sarana mencari nafkah sehingga reputasi negara Thailand semakin dikenal buruk. Menanggapi kondisi tersebut, pemerintah Thailand menyadari bahwa upaya untuk meningkatkan citra negara melalui komunikasi informatif dengan masyarakat asing dengan mempromosikan warisan budaya dan warisan alamnya termasuk melalui keyakinan / religi merupakan salah satu skema yang dapat dipilih dalam kerangka *nation branding*. Secara spesifik, event International Thudong di Thailand menjadi sebuah peristiwa keagamaan yang unik dan bermakna, di mana para *bhantes* (biksu agama buddha) dari berbagai negara berkumpul untuk melakukan perjalanan spiritual melintasi berbagai wilayah di Thailand hingga mencapai negara lain. Event ini juga bertujuan untuk menarik masyarakat umum dan wisatawan internasional, yang tertarik untuk menyaksikan praktik spiritual dan mendalami budaya.

Event International Thudong juga sering diikuti oleh seminar, lokakarya, dan diskusi yang melibatkan para biksu senior dan akademisi tentang ajaran Buddha dan relevansinya dalam kehidupan modern. Sehingga aktivitas-aktivitas tersebut memperkaya dimensi *nation branding* Thailand dengan menyoroti kontribusi negara ini dalam pelestarian dan penyebaran nilai-nilai Buddhisme di tengah-tengah tantangan globalisasi. Dengan memadukan ritual keagamaan yang khusyuk dengan dialog intelektual, Thudong International menunjukkan komitmen Thailand dalam menjunjung tinggi tradisi sambil beradaptasi dengan dinamika kontemporer, menjadikan negara ini sebagai pusat spiritual yang relevan di kancah internasional.

Event ini juga memainkan peran penting dalam memperluas soft power Thailand. Dengan menampilkan praktik-praktik spiritual yang menekankan perdamaian, meditasi, dan kesederhanaan, Thailand dapat mempromosikan citra positif di mata komunitas internasional. Hal ini membantu meningkatkan daya tarik budaya Thailand dan memperkuat pengaruhnya di kancah global tanpa menggunakan tekanan politik atau militer. Selain itu, International Thudong dapat mendukung industri pariwisata Thailand dengan menarik wisatawan yang tertarik pada wisata spiritual dan budaya, sehingga memberikan manfaat ekonomi yang signifikan.

Dalam konteks diplomasi budaya, event ini juga memperkuat hubungan bilateral dan multilateral dengan negara-negara yang memiliki komunitas Buddhis yang signifikan. Melalui partisipasi dan kolaborasi dalam event ini, Thailand dapat membangun dan mempererat kerjasama dengan negara-negara tersebut dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, kebudayaan, dan pariwisata. Dengan demikian, International Thudong tidak hanya berfungsi sebagai acara keagamaan, tetapi juga sebagai strategi diplomasi budaya yang efektif untuk mempromosikan nilai-nilai dan budaya Thailand di panggung dunia.

Event Thudong menjadi fenomena yang menarik bagi peneliti karena mencerminkan integrasi antara praktik keagamaan dan perbaikan citra negara Thailand. Event ini tidak hanya memperkuat komitmen spiritual di kalangan peserta, tetapi juga berfungsi sebagai platform untuk memperkenalkan tradisi Buddhis Thailand kepada dunia, menjadikan event ini sebagai bagian penting dari diplomasi budaya Thailand. Peneliti melihat bahwa melalui event ini, Thailand dapat mempromosikan nilai-nilai kedamaian, ketenangan, dan pengabdian yang terkandung dalam ajaran Buddha, sekaligus mempererat hubungan dengan negara-negara lain yang berbagi warisan budaya dari peradaban / kerajaan bercorak Buddha seperti negara Indonesia, serta menjadi event yang akan memberikan dampak positif pada upaya perbaikan citra yang dilakukan Thailand.

Event International Thudong memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks *nation branding* Thailand dan bagi studi hubungan internasional, karena berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan budaya dan nilai-nilai

spiritual Thailand ke dunia internasional. Melalui event ini, Thailand dapat memperkenalkan dan memperkuat pemahaman global tentang tradisi Buddhis yang mendalam, yang merupakan salah satu aspek utama dari identitas budaya negara tersebut. Dengan mengundang biksu dan peserta dari berbagai negara, International Thudong menciptakan kesempatan untuk pertukaran budaya dan dialog antaragama, yang membantu membangun jembatan pemahaman dan memperkuat hubungan antarnegara di tengah isu yang terus berkembang mengenai Thailand yang dijadikan surga dari wisata seksual.

Event ini juga memainkan peran penting dalam memperluas soft power Thailand. Dengan menampilkan praktik-praktik spiritual yang menekankan perdamaian, meditasi, dan kesederhanaan, Thailand dapat mempromosikan citra positif di mata komunitas internasional. Hal ini membantu meningkatkan daya tarik budaya Thailand dan memperkuat pengaruhnya di kancah global tanpa menggunakan tekanan politik atau militer. Selain itu, International Thudong dapat mendukung industri pariwisata Thailand dengan menarik wisatawan yang tertarik pada wisata spiritual dan budaya, sehingga memberikan manfaat ekonomi yang signifikan.

2. PEMBAHASAN

Gambaran Umum Thailand

Bagian ini memuat gambaran tentang negara Thailand. Pada bab ini peneliti juga akan mengulas praktik diplomasi Thailand, yang dikenal dengan pendekatan damai dan netralitasnya di panggung internasional sebagai aktor kunci dalam membangun hubungan antarnegara yang harmonis dan saling menghormati. Pada sejarah Thailand Thailand secara resmi dikenal sebagai Kerajaan Thailand (*The Kingdom of Thailand*). Dalam bahasa Thailand, negara ini disebut *ราชอาณาจักรไทย*, yang dibaca sebagai “*Rātcha-āṅāchak Thai*” atau “*Rāja-ādnyācakra Thai*”. Bahasa resmi Thailand adalah bahasa Thai, yang digunakan dalam pemerintahan, pendidikan, dan komunikasi sehari-hari oleh mayoritas penduduk. Selain itu, bahasa ini juga berperan penting dalam menjaga identitas nasional dan kebudayaan Thailand. Satuan mata uang resmi negara ini adalah baht, yang tidak hanya digunakan dalam transaksi

ekonomi domestik tetapi juga merupakan simbol stabilitas ekonomi Thailand di Asia Tenggara. Bendera nasional Thailand, yang disebut “*Trirong*” dalam bahasa Thai, memiliki tiga warna—merah, putih, dan biru—yang masing-masing melambangkan bangsa, agama, dan raja. Bendera ini pertama kali diperkenalkan oleh Raja Vajiravudh (Rama VI atau anak dari Raja Chulalongkorn atau Rama V) pada tahun 1917 sebagai representasi persatuan dan identitas nasional Thailand di tengah perubahan global.

2.1 Sejarah Thailand

Sementara itu, pita bagian dalam yang berwarna putih melambangkan agama Buddha, yang merupakan agama utama di Thailand dan memainkan peran sentral dalam budaya serta kehidupan masyarakat. Simbol ini menegaskan hubungan yang erat antara agama dan negara, serta nilai-nilai spiritual yang menjadi dasar bagi moralitas dan etika rakyat Thailand. Adapun pita biru, yang berada di tengah, melambangkan monarki sebagai simbol kestabilan dan keutuhan bangsa. Monarki di Thailand dianggap sebagai pusat hati rakyat, mewakili tradisi dan warisan yang telah ada selama berabad-abad. Dalam perspektif internasional,

Bendera *Trirong* tidak hanya berfungsi sebagai simbol identitas nasional, tetapi juga sebagai representasi dari nilai-nilai budaya yang dipegang teguh oleh rakyat Thailand. Bisa dikatakan bahwa bendera Thailand merupakan jembatan antara tradisi dan modernitas, serta mencerminkan posisi Thailand dalam konteks global sebagai negara yang menghargai nilai-nilai sejarahnya sambil tetap terbuka terhadap perkembangan dunia internasional.

2.1.2 Kondisi Geografis Thailand

Secara geografis, Kerajaan Thailand terletak strategis di jantung Asia Tenggara, menjadikannya salah satu negara kunci di kawasan tersebut dimana secara letak astronomis, letak negara Thailand berada di antara 5° 32'LU–20°28' LU dan 97°21' BT–106°BT. Di sebelah timur, Thailand berbatasan langsung dengan Republik Demokratik Rakyat Laos dan Kerajaan Kamboja, yang menciptakan hubungan erat melalui jalur darat dan perdagangan regional. Di bagian selatan, Thailand berbatasan dengan Teluk

Thailand dan Malaysia, yang menjadi akses bagi Thailand ke perairan penting dan menjadikannya pusat perdagangan maritim di kawasan.

Sementara itu, dengan luas wilayah mencapai lebih dari 513.120-kilometer Thailand tidak hanya memiliki kekayaan geografis yang beragam, tetapi juga memainkan peran penting dalam dinamika geopolitik dan ekonomi Asia Tenggara, menjadikannya pusat perlintasan penting bagi jalur darat dan laut di kawasan tersebut.

2.1.3 Sistem Pemerintahan Thailand

Dalam konteks pemerintahan, Thailand merupakan negara kesatuan yang menganut sistem Monarki Konstitusional, di mana kekuasaan tertinggi dipegang oleh Raja Vajiralongkorn PhraVajiraklaochaoyuhua, yang menjabat sebagai raja kesepuluh dalam dinasti Chakri. Sebagai monarki konstitusional, peran raja di Thailand lebih bersifat simbolis dan seremonial, meskipun masih memiliki pengaruh signifikan dalam urusan politik. Sistem dari pemerintahan Thailand terdiri dari tiga cabang utama: eksekutif, legislatif, dan yudikatif.

Eksekutif dipimpin oleh Dewan Menteri, yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kebijakan dan administrasi negara. Sementara itu, Departemen Legislatif terdiri dari dua majelis, yaitu Senat dan Dewan Perwakilan Rakyat, yang berfungsi untuk membuat dan mengesahkan undang-undang. Di sisi lain, cabang yudikatif berperan sebagai penjaga keadilan, memastikan bahwa hukum diterapkan secara adil dan merata. Dengan struktur pemerintahan ini, Thailand berupaya menjaga keseimbangan kekuasaan dan mendorong partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi, meskipun tantangan-tantangan politik masih sering muncul di negara yang kaya akan budaya dan sejarah ini.

Perdana Menteri adalah kepala pemerintahan yang dilantik oleh raja dari anggota-anggota parlemen dan biasanya merupakan pemimpin partai mayoritas. Dalam sistem pemerintahan ini, Perdana Menteri memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan politik dan pengelolaan administrasi negara sesuai dengan Konstitusi negara tersebut. Lembaga

legislatif terdiri dari dua kamar, yaitu Senat (วุฒิสภา atau *Wuthisapha*) dan Dewan Perwakilan Thailand (สภาผู้แทนราษฎร atau *Saphaputhan Ratsadon*). Senat, yang merupakan badan legislatif tingkat tinggi, memiliki masa jabatan selama lima tahun setelah pemilihan dan pengangkatan anggotanya, yang biasanya dilakukan oleh raja atau melalui proses pemilihan tertentu. Sementara itu, Dewan Perwakilan Thailand, yang berfungsi sebagai representasi langsung dari rakyat, memiliki masa jabatan selama empat tahun berdasarkan hasil pemilihan daerah. Keduanya bekerja sama dalam proses legislasi dan pengawasan terhadap kebijakan pemerintah, sehingga memastikan bahwa kepentingan masyarakat terakomodasi dalam setiap keputusan yang diambil. Dengan struktur ini, parlemen berfungsi sebagai wadah bagi partisipasi politik dan demokrasi, di mana setiap anggota memiliki tanggung jawab untuk mewakili suara dan harapan rakyat yang memilih mereka.

Bidang Kehakiman di Thailand meliputi pengadilan negeri, Mahkamah Konstitusi, dan peradilan tata usaha negara, yang kesemuanya diisi oleh anggota yang berasal dari sistem selektif yang ketat. Saat ini, Thailand beroperasi di bawah kerangka hukum yang diatur oleh Konstitusi 2017, yang mengatur berbagai aspek pemerintahan dan hak asasi manusia. Dalam konteks ini, Administrasi Publik Thailand terbagi menjadi tiga tingkatan pemerintahan yang saling berinteraksi: Administrasi Pusat, yang terdiri dari berbagai kementerian dan lembaga birokrasi; Administrasi Provinsi, yang mencakup 76 provinsi di seluruh negeri, dengan pengecualian Bangkok; serta Administrasi Lokal, yang terdiri dari organisasi-organisasi yang menangani administrasi di tingkat provinsi, kota, dan distrik, termasuk Bangkok dan Daerah Administratif Khusus Pattaya.

Bangkok, sebagai ibu kota dan kota terbesar Thailand, memainkan peran yang sangat penting dalam administrasi publik negara ini. Dengan sejarah yang panjang, Bangkok bukan hanya menjadi pusat politik dan ekonomi, tetapi juga merupakan simbol identitas dan budaya Thailand. Sebagai jantung dari sistem administrasi publik, Bangkok mengelola berbagai fungsi pemerintahan, mulai dari perencanaan kota hingga

pelayanan publik, yang berkontribusi pada pengembangan sosial dan ekonomi secara keseluruhan. Keberadaan tiga tingkatan administrasi ini mencerminkan upaya Thailand dalam mendekatkan pelayanan publik kepada masyarakat dan meningkatkan efisiensi serta akuntabilitas dalam sistem pemerintahan.

2.1.4 Demografi Thailand

Total populasi Thailand pada tahun 2023 mencapai hampir 71,7 juta jiwa. Populasi Thailand setara dengan 0,88% dari total populasi dunia, dan negara ini menduduki peringkat ke-20 dalam daftar negara (dan wilayah) berdasarkan jumlah penduduk. Dengan total luas wilayah 510,890 km², kepadatan penduduk di Thailand adalah 140 orang per km² (363 orang per mil²). Sebagian besar penduduk, sekitar 52,8% atau sekitar 37,83 juta orang, tinggal di daerah perkotaan. Dimana median usia penduduk Thailand adalah 40,1 tahun. Demografi ini menunjukkan karakteristik sosial dan ekonomi yang beragam, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh negara ini dalam mengelola pertumbuhan populasi dan urbanisasi. Data ini juga memberikan gambaran tentang dinamika populasi Thailand yang terus berkembang.

2.1.5 Perekonomian Thailand

Thailand memiliki ekonomi yang beragam, dengan sumber daya yang berasal dari kombinasi sektor industri, pariwisata, jasa, dan sumber daya alam. Pada tahun 2023, Produk Domestik Bruto (PDB) negara ini mencapai 514.95 miliar USD. Ekspor Thailand tercatat sebesar 284,561.8 miliar USD, sementara nilai impornya mencapai 289,754.3 miliar USD, yang meski menunjukkan adanya defisit namun tetap dapat dianggap memiliki keseimbangan yang relatif baik dalam perdagangan luar negeri.

Beberapa sektor ekonomi utama di Thailand meliputi:

- a) Pertanian: Thailand merupakan salah satu pengekspor utama karet di dunia. Selain itu, negara ini juga mengekspor berbagai komoditas pertanian lainnya, seperti beras, sayuran, dan buah-buahan. Sektor peternakan di Thailand juga signifikan, dengan

produksi sapi, babi, unggas, ikan air tawar, dan hasil perikanan laut yang mendukung ketahanan pangan dan ekspor.

b) Industri: Thailand memanfaatkan hasil pertanian lokal melalui pengembangan agroindustri, yang mengolah produk mentah menjadi barang bernilai tambah. Negara ini terkenal sebagai salah satu pusat ekspor tekstil, peralatan listrik, dan otomotif, dengan produk-produk berkualitas tinggi yang mendapatkan tempat di pasar internasional.

c) Pariwisata: Sektor pariwisata Thailand menyumbang pendapatan yang sangat besar, berkat banyaknya atraksi wisata dan layanan berkualitas tinggi dari hotel-hotel mewah yang tersebar di berbagai daerah. Destinasi populer seperti Bangkok, Pattaya, Chiang Mai, dan pantai-pantai di Laut Andaman menarik jutaan wisatawan setiap tahun, menjadikan pariwisata sebagai pilar penting dalam perekonomian Thailand.

Secara keseluruhan, ekonomi Thailand menunjukkan kekuatan dan potensi yang signifikan dalam menghadapi tantangan global, dengan keanekaragaman sektor yang saling mendukung untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Dalam konteks *nation branding*, Thailand berhasil memosisikan dirinya sebagai destinasi wisata yang menarik dan sebagai pemain utama dalam industri global, sehingga meningkatkan citra positif negara ini di mata internasional. Usaha untuk mempromosikan keunikan budaya, tradisi, dan keindahan alamnya berkontribusi pada upaya *nation branding*, menjadikan Thailand bukan hanya sekadar tujuan ekonomi, tetapi juga simbol kehangatan dan keramahtamahan yang dikenal di seluruh dunia.

2.2 Praktik Diplomasi Thailand

Sebagai salah satu negara di Asia Tenggara, Thailand terbilang memiliki sejarah panjang dalam praktik diplomasi yang beragam dan dinamis. Diplomasi Thailand telah berkembang seiring dengan perubahan politik dan ekonomi di dalam dan luar negeri, berupaya untuk menjaga

kedaulatan dan mempromosikan kepentingan nasionalnya. Dengan lokasi strategis di jantung Asia Tenggara seperti yang telah diulas pada bagian 2.1.2, Thailand berperan sebagai jembatan antara berbagai budaya, ekonomi, dan politik yang berbeda dan mempraktikkan diplomasinya melalui berbagai jenis diplomasi diantaranya:

2.2.1 Diplomasi Multilateral Thailand

Thailand aktif terlibat dalam berbagai organisasi dan forum multilateral, seperti Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), yang menjadi platform penting untuk kerjasama regional. Thailand bahkan menyatakan bahwa ASEAN telah dan akan terus menjadi landasan kebijakan luar negeri Thailand. Thailand sangat mementingkan peningkatan kerja sama dalam kerangka ASEAN untuk membangun kepercayaan dan keyakinan di antara Negara Anggota ASEAN, serta untuk mendorong perdamaian, stabilitas, dan kemakmuran di kawasan tersebut.

Salah satu pencapaian penting lainnya di bawah kepemimpinan Thailand pada tahun 2009 adalah adopsi Peta Jalan untuk Komunitas ASEAN (2009-2015). Dokumen ini menjadi panduan utama bagi proses pembangunan komunitas ASEAN melalui tiga pilar: Komunitas Politik-Kemampuan ASEAN, Komunitas Ekonomi ASEAN, dan Komunitas Sosial-Budaya ASEAN. Thailand memandang bahwa pembangunan yang seimbang di ketiga pilar tersebut akan memberikan fondasi yang kuat bagi ASEAN pasca-2015, serta memperkuat integrasi dan solidaritas di kawasan.

Diplomasi multilateral tersebut mencerminkan komitmen Thailand untuk mempromosikan stabilitas dan perdamaian di kawasan serta meningkatkan integrasi ekonomi. Selain itu, Thailand juga terlibat dalam forum internasional lainnya, seperti PBB, di mana negara ini mengadvokasi isu-isu global seperti perubahan iklim dan pembangunan berkelanjutan.

2.2.2 Diplomasi Ekonomi Thailand

Sebagai negara dengan ekonomi yang beragam seperti dijelaskan pada bagian 2.1.5, Thailand memanfaatkan diplomasi ekonomi untuk meningkatkan hubungan perdagangan dan investasi dengan negara-negara lain. Pemerintah Thailand telah menandatangani sejumlah *Free Trade*

Agreement (FTA) dengan berbagai negara, termasuk Jepang, China, dan Australia, untuk memperluas akses pasar bagi produk-produk Thailand.

Cara yang paling menguntungkan, yaitu melanjutkan diplomasi ekonomi proaktif dan peningkatan *Soft Power* negara untuk mempromosikan perdagangan, investasi, dan pariwisata, terutama di pasar-pasar baru, untuk menciptakan peluang bagi kerja sama pembangunan ekonomi dan untuk mengatasi masalah-masalah yang memerlukan kerja sama bilateral dan multilateral sambil mempercepat negosiasi FTA dengan mitra dagang utama dalam rangka meningkatkan standar nasional, menambah peran Thailand di panggung global dan memajukan persiapan keanggotaan mereka di *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*.

2.2.3 Nation Branding Thailand

Thailand telah menetapkan empat sektor utama sebagai fokus dalam membangun citra negara: pariwisata, penanaman modal asing (*Foreign Direct Investment/FDI*), promosi ekspor, dan daya tarik bakat. Keempat sektor ini dipilih karena mencerminkan kekuatan dan potensi Thailand dalam menarik perhatian internasional. Meski demikian, setiap sektor menghadapi peluang dan tantangan yang memerlukan perhatian khusus agar strategi branding Thailand dapat berkontribusi optimal pada daya saing global.

Penanaman modal asing (FDI) menjadi sektor lain yang diandalkan Thailand dalam membangun citra negara. Dengan lokasi strategis di Asia Tenggara dan infrastruktur yang terus berkembang, Thailand memiliki daya tarik yang kuat bagi investor asing. Namun, terdapat kebutuhan untuk menyederhanakan prosedur administratif dan meningkatkan kualitas tenaga kerja lokal agar dapat bersaing dengan negara tetangga. Acara seperti *Thudong International* juga berpotensi mendukung investasi, dengan menonjolkan stabilitas sosial dan harmoni budaya sebagai daya tarik tambahan bagi investor global.

Di sektor pariwisata, Thailand memanfaatkan warisan budaya yang kaya, pemandangan yang menakjubkan, serta keramahtamahan masyarakatnya. Kampanye seperti "Amazing Thailand" berhasil mempromosikan citra positif di tingkat internasional, menghasilkan penghargaan bergengsi yang memperkuat posisi Thailand sebagai destinasi

wisata unggulan. Salah satu upaya terbaru adalah melalui kegiatan *Thudong International*, sebuah acara keagamaan yang melibatkan perjalanan meditasi para biksu lintas negara. Acara ini memperkuat citra Thailand sebagai pusat spiritualitas dan toleransi budaya, sekaligus menarik wisatawan yang tertarik pada pengalaman mendalam yang menggabungkan budaya dan agama. Namun, sektor ini tetap menghadapi tantangan, seperti masalah keamanan di provinsi selatan yang dapat mengurangi kepercayaan wisatawan, serta ketidakstabilan politik yang berpotensi mengganggu industri pariwisata.

Promosi ekspor juga menjadi kekuatan utama dalam strategi pencitraan Thailand. Melalui inisiatif seperti “Dapur Dunia”, Thailand berhasil memosisikan kuliner dan produk lokalnya di pasar global. Inovasi produk dan strategi pencitraan merek yang efektif telah meningkatkan visibilitas internasional Thailand di sektor ini. *Thudong International* juga memberikan nilai tambah bagi produk budaya dan spiritual, dengan menampilkan Thailand sebagai negara yang mendukung kehidupan harmonis yang dapat diintegrasikan ke dalam merek-merek ekspor Thailand di masa depan.

Di sisi lain, daya tarik bakat masih menjadi tantangan bagi Thailand. Kebijakan yang ada belum cukup mendukung untuk menarik pekerja terampil dan mahasiswa internasional. Namun, kegiatan seperti *Thudong International* memberikan peluang untuk mempromosikan Thailand sebagai negara yang mendukung keberagaman intelektual dan spiritual, yang dapat menarik perhatian komunitas akademik dan profesional global. Langkah-langkah seperti memperbaiki kebijakan imigrasi banyak peluang karier.

3. KESIMPULAN

International Thudong tidak hanya berhasil menarik minat masyarakat domestik dan global, tetapi juga membangun hubungan emosional antara audiens dengan budaya Thailand. Melalui interaksi langsung antara biksu dan peserta, baik dari dalam maupun luar negeri, acara ini menampilkan sisi damai Thailand yang didukung oleh keramahan dan penerimaan terhadap keberagaman. Hal ini membantu mengubah pandangan negatif dunia internasional, sejalan dengan konsep *nation branding* Simon Anholt, di mana *people* dan *culture* berperan kunci dalam membentuk citra positif suatu negara. Dengan demikian, *International Thudong* membuktikan bahwa acara berbasis spiritual dapat menjadi sarana efektif untuk menyampaikan identitas nasional yang lebih otentik dan seimbang.

Lebih jauh, acara ini menunjukkan bahwa diplomasi budaya berbasis agama mampu memperkuat citra negara secara subtil namun efektif, mengandalkan *soft power* alih-alih propaganda. Kesuksesannya juga menegaskan pentingnya pendekatan *multitrack diplomacy*, khususnya dalam dimensi spiritual yang sering terabaikan. Dengan menjadikan Thudong sebagai agenda tahunan, Thailand memperkuat posisinya sebagai negara yang menghargai tradisi dan warisan budayanya. *International Thudong* berpotensi mendorong kunjungan wisatawan spiritual dan budaya, sekaligus memperoleh simpati global atas nilai-nilai yang diusung Thailand. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa pendekatan *nation branding* melalui diplomasi budaya keagamaan, Hal seperti *International Thudong*, dapat meningkatkan pemahaman global tentang identitas Thailand dan menciptakan persepsi positif yang berkelanjutan.

REFERENSI

___, "His Majesty King Maha Vajiralongkorn PhraVajiraklaochaoyuhua", Chakry Dynasty (2024) diakses dari www.chakridynasty.au.edu pada 6 Oktober 2024.

- ___, "Kondisi Geografis Thailand Lengkap dengan Kondisi Astronomisnya", Kumparan (29 September 2021) diakses dari www.kumparan.com pada 6 Oktober 2024.
- ___, "Prime Minister (Sections 19-20)", Thailand Law Library (2024) diakses dari www.siam-legal.com pada 6 Oktober 2024.
- ___, "Thailand Setelah Raja Bhumibol", UII (6 Mei 2022) diakses dari www.uui.ac.id pada 6 Oktober 2024.
- ___, "Thailand", Google Arts & Culture (2024) diakses dari www.artsandculture.google.com pada 6 Oktober 2024.
- Afkar Aristoteles Mukhaer, "Memahami Thudong, Perjalanan Panjang Para Bisku Buddha Jelang Waisak", National Geographic (22 Mei 2024) diakses dari www.nationalgeographic.grid.id pada 27 Juni 2024.
- Ahana Roy, *Repressed Identities: Sex Work in Thailand*, Asia in Global Affairs (17 September 2023), diakses dari www.asiainglobalaffairs.in pada tanggal 27 Oktober 2024.
- Alexander Eser, "Disturbing Prostitution in Thailand Statistics Revealed: Industry Impact Exposed", worldmetrics.org (23 Juli 2024) diakses dari www.worldmetrics.org pada 14 Agustus 2024.
- Alexander Wendt, "Constructing International Politics", *International Security*, Vol. 20, No. 1. (1995). 71-81.
- Alyson Brody, *Nine Prostitution in Thailand: Perceptions and Realities*, dalam buku Getanjali Gangoli dan Nicole Westmarland, *International Approaches to Prostitution: Law and Policy in Europe and Asia*, Bristol, Policy Press Scholarship (2006), Hal. 185-207.
- Amnuaypond Kidpromma, *Buddhist Modernism and the Piety of Female Sex Workers in Northern Thailand*, *Religions*, Vol. 13, No. 4 (2022), Hal. 350-366.
- Andry Triyanto Tjitra, "Bisku Thudong Ungkap Kisah Haru dalam Perjalanan Menuju Candi Borobudur", Tempo.co (21 Mei 2024) diakses dari www.nasional.tempo.co pada 6 Juni 2024.
- Apornrath Phoonphongphiphat, *Thai Car Production Drops 25% in September as Demand Skids*, *Nikkei Asia* (24 Oktober 2024), diakses dari asia.nikkei.com pada tanggal 26 Oktober 2024.

- Asep Setiawan & Endang Sulastri. "Pengantar Studi Politik Luar Negeri", (Jakarta: UM Press, 2017). Hlm. 76-77.
- Aurora Amendral, How the Pandemic Has Upended the Lives of Thailand's Sex Workers, NPR (3 Februari 2021), diakses dari www.npr.org pada tanggal 26 Oktober 2024.
- Bafageh.com, "Loi Krathong Festival, Thailand: Mengapungkan Doa dan Memuja Sungai dengan Megah", Bafageh.com (13 Juni 2023) diakses dari www.bafageh.com pada 3 Juni 2024.
- Bakri, "Keagungan Warisan Raja Thailand", Serambi News (3 Januari 2018) diakses dari www.aceh.tribunnews.com pada 6 Oktober 2024.
- Busro, "Agama Buddha Di Indonesia: Sejarah, Kemunduran Dan Kebangkitan", (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2017) diunduh dari www.osf.io pada 5 Juni 2024.
- C. Van Kerkwijk, "Sex tourism in Thailand", AIDS Soc. Vol. 4 No. 1 (1992).
- Candra Dvi Jayanti, "The Thudong Bhikkhu Pilgrimage: A Reflection of Relational Harmony in Indonesia's Interreligious Dialogue Discourse", *Societas Dei: Journal of Religion and Society* Vol. 11 No. 1 (2024). Hlm. 39-55
- Carla Boonkong dan Pranee O' Connor, Plan to Bring Grab Drivers and Sex Workers into the Tax Net with A Bill to be Laid Before Parliament in Months, *The Examiner* (25 September 2024), diakses dari www.thaiaexaminer.com pada tanggal 27 Oktober 2024.
- Chandra Dvi Jayanti, The Thudong Bhikkhu Pilgrimage: A Reflection of Relational Harmony in Indonesia's Interreligious Dialogue Discourse, *Journal of Religion and Society*, Vol. 11, No. 1 (2024), Hal. 40-55.
- Chas W. Freeman, "The Diplomat's Dictionary", (Washington, DC: United States Institute of Peace, 2010).
- Chiratikan Sanguancheep, "'Thai' Berarti Kebebasan: Kami Memanggil Anak Sesuka Hati Kami", *Culture Flipper* (2 Februari 2024) diakses dari www.cultureflipper.com pada 6 Oktober 2024.