UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Kebijakan Insentif Film Thailand untuk Filmmakers Asing dan Pengaruhnya terhadap Nation Branding
MAULY NURFALAH, Yulida Nuraini Santoso, S.I.P., M.Sc
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
DAFTAR ISI viii
BAB 1 Pendahuluan 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Tinjauan Literatur 2
1.3 Pertanyaan Penelitian 3
1.4 Kerangka Teoritis 4
1.5 Argumen Utama 7
1.6 Metode Penelitian 7
1.7 Sistematika Penulisan 8
BAB 2 *Nation Branding-Making* Thailand dengan Model Dinnie 9
2.1 Persepsi Thailand sebagai Proses Anteseden 9
2.2 Kompleksitas, Ekspresivitas Budaya, dan Enkapsulasi untuk *Nation Branding* 11
2.3 Kebijakan Insentif Film untuk *Filmmakers* Asing sebagai Hasil Enkapsulasi 15
BAB 3 Relasi Industri Film dan Pemerintah Thailand 19
3.1 Konstitusi 2017 dan Rencana Nasional sebagai Anteseden 19
3.2 Perjalanan Produksi Film Internasional secara Statistik 21
3.3 Posisi Thailand dan *Nation Branding* dengan Kebijakan Insentif Film 24
BAB 4 Kesimpulan 26
REFERENSI 28