

ABSTRAK

UPAYA MEKSIKO DALAM MENINGKATKAN *NATION BRANDING* PADA PERIODE 2021–2025

Oleh

FADHIL RAMADHAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya Meksiko dalam meningkatkan *nation branding* pada periode 2021–2025. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan antara kinerja objektif Meksiko dalam berbagai sektor strategis dan persepsi global yang masih didominasi oleh citra negatif. Dalam periode tersebut, Meksiko menunjukkan perkembangan yang baik dalam sektor ekspor, investasi, kebijakan, masyarakat, budaya, dan pariwisata. Namun, capaian tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam reputasi internasionalnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder berupa literatur akademik, laporan kebijakan, dokumen resmi pemerintah, serta sumber kredibel lainnya. Secara konseptual, penelitian ini menggunakan teori *nation branding* dari Simon Anholt melalui kerangka *Hexagon* Anholt untuk menganalisis enam elemen utama pembentuk citra negara, yaitu masyarakat, pariwisata, budaya, ekspor, investasi, dan kebijakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Meksiko telah melakukan berbagai upaya strategis untuk memperkuat *nation branding*, dengan kerangka besar bernama *Plan México* yang menekankan peningkatan daya saing ekonomi, industrialisasi, dan penguatan identitas nasional. Melalui kerangka *Hexagon* Anholt dapat dijabarkan bahwa elemen ekspor dan investasi Meksiko berada di posisi yang stabil dalam rantai pasok global. Pada elemen kebijakan, terdapat upaya peningkatan efisiensi birokrasi. Pada elemen masyarakat dan budaya, Meksiko aktif dalam diplomasi budaya. Pada elemen pariwisata, Meksiko menargetkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan internasional. Namun, penelitian ini menemukan bahwa hubungan antara elemen-elemen tersebut dan reputasi negara tidak selalu sejalan. Persepsi global terhadap Meksiko masih dipengaruhi oleh dominasi narasi negatif yang dibentuk oleh media internasional, khususnya terkait isu keamanan, kekerasan, dan kriminalitas.

Kata Kunci: Meksiko, *Nation branding*, *Hexagon* Anholt, Reputasi, *Plan México*.

ABSTRACT

MEXICO'S EFFORTS IN ENHANCING NATION BRANDING IN THE PERIOD 2021–2025

By

FADHIL RAMADHAN

This study aims to analyze Mexico's efforts to enhance its nation branding during the 2021–2025 period. The study is motivated by the gap between Mexico's objective performance in various strategic sectors and the global perception that continues to be dominated by negative stereotypes. During this period, Mexico demonstrated positive developments in the sectors of exports, investment, governance, people, culture, and tourism. However, these achievements have not been fully reflected in its international reputation. This study employs a descriptive qualitative approach using secondary data, including academic literature, policy reports, official government documents, and other credible sources. Conceptually, the study applies Simon Anholt's nation branding theory through the Anholt Hexagon framework to analyze the six key dimensions of a country's image, namely people, tourism, culture, exports, investment, and governance. The findings indicate that Mexico has undertaken various strategic efforts to strengthen its nation branding through a broad framework known as Plan México, which emphasizes economic competitiveness, industrialization, and the reinforcement of national identity. Through the Anholt Hexagon framework, it can be observed that Mexico has successfully strengthened its position in global supply chains through the export and investment dimensions. In the governance dimension, efforts have been made to improve bureaucratic efficiency. In the people and culture dimensions, Mexico has actively engaged in cultural diplomacy. In the tourism dimension, the country has sought to increase the number of international tourist arrivals. However, this study finds that the relationship between these dimensions and national reputation is not always aligned. Global perceptions of Mexico continue to be influenced by the dominance of negative narratives constructed by international media, particularly regarding issues of insecurity, violence, and criminality.

Keywords: Mexico, Nation branding, Hexagon Anholt, Reputation, Plan México.