

**STRATEGI PEMERINTAH TURKI DALAM MEMANFAATKAN *DIZI*
SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI BUDAYA**

(Skripsi)

Oleh:

**LULU AYUNING PRATIWI
NPM. 2216071043**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK
STRATEGI PEMERINTAH TURKI DALAM MEMANFAATKAN *DIZI*
SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI BUDAYA

Oleh
LULU AYUNING PRATIWI

Diplomasi budaya merupakan salah satu instrumen strategis yang digunakan negara dalam membangun citra dan memperluas pengaruhnya di tingkat internasional. Turki merupakan salah satu negara yang secara aktif memanfaatkan produk budaya populer, khususnya serial televisi Turki (*dizi*), sebagai sarana diplomasi budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya, dengan menyoroti peran kebijakan negara, dukungan kelembagaan, serta strategi promosi dan distribusi global.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini ialah diplomasi budaya oleh Simon Mark. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analisis dan didukung data sekunder yang berasal dari website laporan lembaga riset internasional, publikasi Jurnal, publikasi resmi pemerintah Turki, dan sumber daring.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya merupakan bagian dari strategi pemerintah Turki yang dirancang secara terencana dan terintegrasi. Strategi tersebut mencakup dukungan kebijakan melalui pemberian insentif produksi dan regulasi industri kreatif, mekanisme promosi yang melibatkan ekspansi distribusi ke pasar internasional serta pemanfaatan media digital, kerja sama internasional dengan lembaga penyiaran dan platform global, serta berbagai tantangan domestik yang dihadapi dalam implementasi *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya, baik yang bersifat regulatif, politis, maupun struktural. Melalui pendekatan ini, *dizi* dimanfaatkan sebagai sarana untuk mendukung pengembangan industri kreatif, pembentukan representasi citra nasional, serta perluasan ketertarikan global terhadap budaya dan identitas Turki.

Kata kunci : *Diplomasi Budaya, Dizi, Strategi Pemerintah, Soft Power, Turki*

ABSTRACT
**THE TURKISH GOVERNMENT'S STRATEGY IN UTILIZING DIZI AS
AN INSTRUMENT OF CULTURAL DIPLOMACY**

By
LULU AYUNING PRATIWI

Cultural diplomacy is one of the strategic instruments used by countries to build their image and expand their influence at the international level. Turkey is one of the countries that actively utilizes popular cultural products, particularly Turkish television series (dizi), as a means of cultural diplomacy. This study aims to analyze the Turkish government's strategy in utilizing dizi as an instrument of cultural diplomacy, highlighting the role of state policy, institutional support, and global promotion and distribution strategies. The concept used in this study is cultural diplomacy by Simon Mark. This study uses a qualitative approach with descriptive-analytical methods and is supported by secondary data from international research institution websites, journal publications, official Turkish government publications, and online sources. The results of the study show that the use of dizi as an instrument of cultural diplomacy is part of the Turkish government's carefully planned and integrated strategy. This strategy includes policy support through production incentives and creative industry regulations, promotional mechanisms involving distribution expansion to international markets and the use of digital media, international cooperation with broadcasting institutions and global platforms, as well as various domestic challenges faced in the implementation of dizi as an instrument of cultural diplomacy, whether regulatory, political, or structural in nature. Through this approach, dizi is used as a means to support the development of the creative industry, the formation of national image representation, and the expansion of global interest in Turkish culture and identity.

Keywords : Cultural Diplomacy, Dizi, Government Strategy, Soft Power, Turkey

**STRATEGI PEMERINTAH TURKI DALAM MEMANFAATKAN *DIZI*
SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI BUDAYA**

Oleh:

LULU AYUNING PRATIWI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2026

Judul Skripsi : STRATEGI PEMERINTAH TURKI DALAM
MEMANFAATKAN *DIZI* SEBAGAI
INSTRUMEN DIPLOMASI BUDAYA

Nama Mahasiswa : Lulu Ayuning Pratiwi

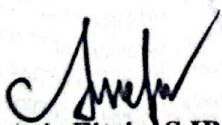
Nomor Pokok Mahasiswa : 2216071043

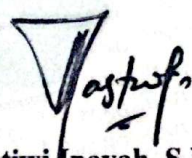
Jurusan : Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dr. Arie Fitria, S.IP., MT., DEA.
NIP. 19780902 200212 2 007


Astiwi Inayah, S.IP., M.A.
NIP. 19910502 202012 2 020

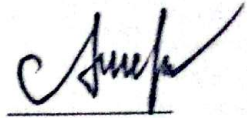
2. Ketua Jurusan Hubungan Internasional


Dr. Simon Sumanjaya Hutagalung, S.A.N., M.P.A.
NIP. 19810628 200501 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Arie Fitria, S.IP., MT., DEA.



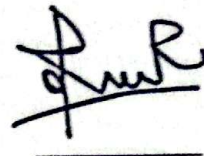
Sekretaris

: Astiwi Inayah, S.IP., M.A.

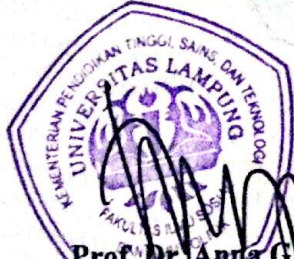


Penguji utama

: Roby Rakhmadi, S.Sos., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si
NIP. 19760821 200003 2 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Februari 2026

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkannya dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

BandarLampung, 20 Februari 2026
Yang membuat pernyataan



Lulu Ayuning Pratiwi
NPM. 2216071043

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Lulu Ayuning Pratiwi, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 05 Agustus 2004, yang merupakan anak sulung dari pasangan Bapak Lasino dan Ibu Yuni Purwati. Peneliti merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Peneliti memulai pendidikan formal di TK Citra Melati, kemudian melanjutkan ke jenjang sekolah dasar di SD Negeri 8 Gedong Air. Setelah itu, peneliti menempuh

Pendidikan tingkat menengah pertama di SMP Wiyatama, dan melanjutkan Pendidikan tingkat menengah atas di SMA Negeri 9 Bandar Lampung.

Pada tahun 2022, penulis berhasil diterima sebagai mahasiswa program S-1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN. Selama masa perkuliahan, penulisan aktif berpartisipasi dalam kegiatan akademik dan non-akademik. Pada tahun yang sama, penulis juga meraih prestasi sebagai Juara II Cabang Olahraga Judo Kelas -45 kg Senior Putri pada PORPROV Lampung IX Tahun 2022. Pada tahun 2023, penulis aktif mengembangkan diri melalui berbagai kegiatan organisasi dan kepanitiaan, di antaranya mengikuti program internship di Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) pada bidang *Sport and Art Relations* (SAR) serta mengikuti kepanitiaan *Fun Camp* 2023. Selanjutnya, pada tahun 2024, penulis kembali terlibat dalam kegiatan kemahasiswaan tingkat nasional sebagai panitia PNMHI 2024, serta mengikuti program magang di Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kota Bandar Lampung selama 5 (lima) bulan.

MOTTO

"Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu bersama kita."

(QS At Taubah: 40)

Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutan yang membuat kita sulit.

Ali bin Abi Thalib

Sediakan ruang ikhlas disetiap rencana yang kamu harapkan.

Believe in Allah plan

Lulu Ayuning Pratiwi

PERSEMBAHAN



Puji Syukur kepada Allah SWT atas karunia, Rahmat, dan hidayahnya-Nya yang telah memberikan Kesehatan, kekuatan, serta kesabaran sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

Keluarga Besar Peneliti

Khususnya untuk Ayah, Ibu, dan Kedua Adik Perempuan Penulis, sebagai wujud terima kasih penulis karena tanpa henti memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan kepada penulis. Terima kasih atas kasih sayang dan segala pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Serta Seluruh Pembaca.

SANWACANA

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat anugerah, rahmat, dan hidayah-Nya lah skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi dengan judul *Strategi Pemerintah Turki Dalam Memanfaatkan Dizi Sebagai Instrumen Diplomasi Budaya* ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung. Penulis tidak lupa bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini juga tidak terlepas dari berbagai bantuan, doa, serta semangat yang diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis. Maka, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Bapak Simon Sumanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A., selaku ketua Jurusan Hubungan Internasional FISIP Universitas Lampung;
3. Mba Nibras Fadhlillah, S.I.P., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan bimbingan, masukan dan arahan akademik selama masa perkuliahan hingga proses penulisan skripsi;
4. Ibu DR. Arie Fitria, S.IP., MT., DEA. selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi yang senantiasa sabar dan penuh semangat dalam membimbing, memberikan masukan, khususnya dalam pengembangan keterampilan penulisan yang menjadi bekal berharga bagi peneliti di masa depan;
5. Mba Astiwi Inayah, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, memberikan masukan konstruktif dan berbagi pengalaman serta motivasi kepada peneliti selama masa perkuliahan hingga proses penulisan skripsi,
6. Bang Roby Rakhmadi, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji Skripsi, yang telah memberikan banyak bantuan, masukan, motivasi, dan juga saran yang membangun agar skripsi peneliti dapat lebih baik lagi;

7. Seluruh dosen dan staf Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung, yang telah banyak memberikan ilmu, waktu, dan bantuannya kepada peneliti selama masa perkuliahan berlangsung hingga dengan penulisan skripsi dan senantiasa mendorong agar menjadi pribadi yang lebih baik dan berguna di kehidupan bermasyarakat;
8. Kedua orang tua peneliti, Ayah Lasino dan Ibu Yuni Purwati, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Keduanya senantiasa memberikan dukungan penuh serta mengupayakan segala hal disetiap langkah dan pencapaian yang peneliti raih, dua orang yang tidak pernah lupa memanjatkan doa, serta selalu memberikan dukungan, baik secara moral maupun finansial. Besar harapan peneliti semoga ayah dan ibu selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan peneliti raih di masa yang akan datang;
9. Kedua adik perempuan peneliti, Aulia Riska Ramadhani dan Abidah Hafiza Azalia yang selalu menghibur peneliti dalam setiap prosesnya. Kehadiran keduanya selalu memotivasi peneliti untuk terus berusaha menjadi sosok kakak yang mampu memberikan panutan bagi mereka di masa yang akan datang;
10. Sepupu peneliti, Arlika Novita yang senantiasa memberikan saran dan nasehat kepada peneliti, terima kasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah disetiap saat dan menjadi tempat healing terbaik bagi peneliti;
11. Sahabat sejak SMP: Afifah Zahra, Dina Cahya Ramadhan, dan Rima Apriani yang telah menemani satu dekade perjalanan hidup peneliti, dari suka dan duka yang telah dilewati bersama, terima kasih atas warna yang kalian berikan p serta peneliti anggap sebagai tempat ternyaman;
12. Alvia Dwi Cahyangingtyas, Cici Maulia Shafira, dan Veny Mirani yang selalu mendukung dan menemani peneliti sejak SMA hingga perkuliahan, serta selalu membantu penulis saat kesulitan. terima kasih telah menjadi teman baik yang selalu merangkul penulis dengan memberikan berbagai saran dan arahan;
13. Tasya Aprilia Saputri, Dwiki Citra Adama, dan Aryo Pambudi yang selalu siap menolong disaat peneliti membutuhkan bantuan, serta selalu

memberikan saran dan dukungan, yang tidak pernah berhenti menemani, memotivasi, dan menguatkan peneliti selama masa perkuliahan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini;

14. Teman seperjuangan peneliti: Ade Nur Fitriyani, Anastasya Anggella Szhasfha, M. Dhaniel Arnando, Adelia Noviyanti, serta teman-teman HI'22 yang sempat menemani perjalanan peneliti dari awal masuk perkuliahan maupun hingga proses penyusunan skripsi yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan yang berarti dalam setiap tahap perjalanan akademik peneliti;
15. Teman-teman KKN Desa Negeri Jaya 2025: Naura, Dinda, Syahid, Afif, dan (Alm) Akbar yang telah memberikan banyak cerita, tawa, dan pengalaman baru bagi peneliti;
16. Terakhir tidak lupa, peneliti ucapkan selamat dan terima kasih kepada diri sendiri karena sudah berada disalah satu titik yang diimpikan. Terima kasih untuk terus melangkah, meski kerap kali ingin menyerah, namun tak pernah berhenti mencari arah. Terima kasih karena tetap menjadi diri sendiri, walau yang diharapkan sering kali tidak sesuai yang diinginkan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apa yang didapat. Perjalanannya tidak berhenti disini, masih banyak langkah yang perlu ditempuh. Terima kasih Lulu Ayuning Pratiwi kamu hebat sudah berada di titik ini, melangkahlah lebih jauh lagi.

Bandar Lampung, 06 Februari 2026

Lulu Ayuning Pratiwi

NPM. 2216071043

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR SINGKATAN.....	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Konseptual	12
2.2.1 Konsep Diplomasi Budaya	12
2.3 Kerangka Pemikiran.....	14
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	15
3.1. Jenis Penelitian.....	15
3.2. Fokus Penelitian	16
3.3. Jenis dan Sumber Data	17
3.4. Teknik Pengumpulan Data	17
3.5. Teknik Analisis Data	19

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Dinamika Global <i>Dizi</i> Turki: Perkembangan, Karakteristik, Ekspor, dan Tantangan.....	26
4.1.1 Sejarah Perkembangan <i>Dizi</i> Turki.....	26
4.1.2 Karakteristik dan Pengaruh Global <i>Dizi</i> Turki.....	33
4.1.3 Distribusi Global <i>Dizi</i> Melalui <i>Platform Streaming</i>	38
4.1.4 Ekspor <i>Dizi</i> Turki	39
4.1.5 Tantangan Global dan Strategi Adaptasi <i>Dizi</i> Turki	47
4.2 Tantangan Domestik Dalam Implementasi <i>Dizi</i> Sebagai Diplomasi Budaya	50
4.2.1 Tantangan Regulatif Dan Birokratis	50
4.2.2 Tantangan Politis Daan Representasi Ideologis.....	52
4.2.3 Tantangan Struktural Dan Ekonomi Domestik.....	56
4.2.4 Ketimpangan Kapasitas Antar Pelaku Industri.....	58
4.2.5 Tantangan Keberlanjutan Kualitas Dan Daya Saing Konten	60
4.3 Strategi Pemerintah Turki dalam Memanfaatkan <i>Dizi</i> Sebagai Instrumen Diplomasi Budaya	61
4.3.1 Dukungan Kebijakan dan kelembagaan Pemerintahan	62
4.3.2 Strategi Melalui Dukungan Kelembagaan yang Terintegrasi.....	68
4.3.3 Pemanfaatan Media Digital dan Media Sosial dalam Diplomasi Budaya <i>Dizi</i>	76
V. KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 Komparasi Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2 Kondensasi Data Strategi Diplomasi Budaya Pemerintah Turki melalui Dizi.....	20
Tabel 3 verifikasi data	23
Tabel 4 Ringkasan Perkembangan Dizi Tahun 1970-2025	32
Tabel 5 data perbandingan platform streaming	39
Tabel 6 Daftar Dizi yang Paling Banyak Diekspor Tahun 2019	43
Tabel 7 Serial TV Turki dengan Pendapatan Tertinggi Tahun 2018	44
Tabel 8 Kebijakan Pemerintah Turki.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 Peningkatan Permintaan Dizi di Amerika Serikat Tahun 2023	3
Gambar 2 komponen analisis data (interactive model).....	19
Gambar 3 serial televisi pertama Turki "Kaynanalar"	29
Gambar 4 ekspansi serial pertama Turki "Deli Yurek" tahun 2000	31
Gambar 5 serial Turki paling populer "Fatmagul" tahun 2010	32
Gambar 6 Topkopi Palace	35
Gambar 7 Gaya Busana Nuansa Ottoman.....	35
Gambar 8 Tingkat Antusiasme Penggemar Dizi di Lima Kawasan Dalam Kurun Waktu 30 Hari.	37
Gambar 9 ekspor serial "Binbir Gece" di Amerika Selatan	42
Gambar 10 Ikon Sejarah "Hagia Sophia" di Istanbul.....	75
Gambar 11 Bursa.....	75
Gambar 12 Cappadocia	75

DAFTAR SINGKATAN

1. BBC : *British Broadcasting Corporation*
2. COVID : *Corona Virus Disease*
3. ITU : *Istanbul Technical University*
4. MBC : *Munhwa Broadcasting Corporation*
5. MIPCOM : *Marché International des Programmes de Communication*
6. ORTF : *Office de Radiodiffusion Télévision Française*
7. OST : *Original Soundtrack*
8. RTF : *Radiodiffusion Television Francaise*
9. TFC : *Turkish Film Commission*
10. TIM : *Türkiye İhracatçılar Meclisi*
11. TRT : *Türkiye Radyo Televizyon Kurumu*
12. TÜİK : *Türkiye İstatistik Kurumu*
13. VAT : *Value Added Tax*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

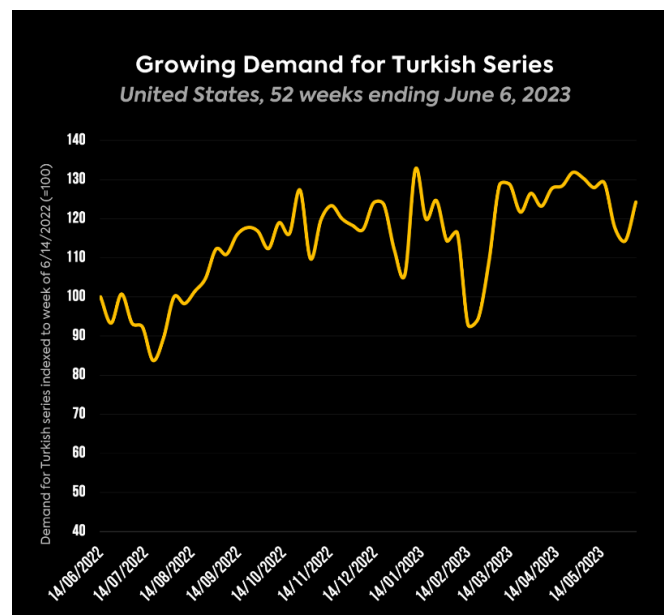
Di era globalisasi, diplomasi budaya telah menjadi salah satu instrumen penting dalam memperkuat hubungan antarnegara dan memperluas pengaruh budaya suatu bangsa di tingkat internasional. Melalui ekspor produk budaya seperti film, musik, dan serial televisi, negara dapat menembus batas-batas politik dan menjalin kedekatan dengan masyarakat global melalui jalur non-formal. Narasi yang terkandung dalam produk budaya tersebut berperan penting dalam menyebarkan nilai-nilai, tradisi, dan cara pandang masyarakat, sehingga secara halus mampu membangun pemahaman lintas budaya dan menciptakan kedekatan emosional antara bangsa yang berbeda. Dengan demikian, diplomasi budaya berfungsi sebagai sarana *soft power* yang efektif dalam membangun hubungan yang lebih harmonis dan saling memahami antarnegara melalui media budaya populer.

Beberapa negara telah berhasil menjadikan industri film sebagai instrumen utama dalam praktik diplomasi budaya. Amerika Serikat, misalnya, melalui industri Hollywood tidak hanya mendominasi pasar hiburan dunia, tetapi juga menjadi sarana penyebaran nilai-nilai seperti individualisme, kebebasan, dan gaya hidup modern yang memperkuat pengaruh budaya Amerika di berbagai negara. Korea Selatan juga menjadi contoh nyata melalui fenomena *Hallyu Wave* atau gelombang Korea yang dipelopori oleh drama dan film. Produk hiburan Korea berperan penting dalam memperkenalkan bahasa, budaya, serta nilai-nilai sosial Korea kepada dunia, sekaligus mempererat hubungan budaya dengan negara lain. Demikian pula, India dengan industri Bollywood telah memanfaatkan film sebagai media untuk

memperkenalkan nilai-nilai kekeluargaan, tradisi, dan spiritualitas kepada masyarakat global. Di kawasan Amerika Latin, *telenovela* menjadi instrumen diplomasi budaya yang efektif dalam memperkenalkan identitas dan kehidupan sosial masyarakatnya. Genre ini tidak hanya populer di negara asalnya seperti Meksiko dan Brasil, tetapi juga diterima secara luas di Eropa Timur, Asia, hingga Afrika, sehingga berkontribusi pada pertukaran budaya lintas kawasan. Keberhasilan Amerika Serikat, Korea Selatan, India, dan negara-negara Amerika Latin menunjukkan bahwa media hiburan dapat menjadi sarana strategis dalam diplomasi budaya untuk membangun kedekatan, pemahaman, dan pengaruh budaya di tingkat global. Dalam konteks serupa, Turki memanfaatkan serial televisi (*dizi*) sebagai instrumen diplomasi budaya untuk memperkenalkan sejarah, nilai sosial, dan identitas nasionalnya kepada dunia internasional.

Serial TV Turki atau yang dikenal *dizi* merupakan istilah dalam bahasa Turki yang merujuk pada serial TV drama berdurasi panjang, biasanya dengan episode berdurasi 90-120 menit per episode. *Dizi* akan diproduksi secara berkelanjutan dengan ratusan episode jika mendapatkan rating tinggi. Genre *dizi* bervariasi mulai dari drama keluarga kontemporer, romansa sejarah, hingga petualangan epik, dengan ciri khas alur emosional dan penekanan kuat pada hubungan interpersonal (Berg, 2023).

Industri *dizi* Turki telah berkembang pesat sejak tahun 2000-an, tidak hanya mendominasi pasar domestik, tetapi juga menjadi fenomena global yang diekspor ke lebih dari 150 negara, terutama di Timur Tengah, Amerika Latin, Eropa Timur, dan Asia (Arslan & Malli, 2023). Serial seperti, *Noor (Gümüş)*, *Diriliş: Ertuğrul*, *Muhteşem Yüzyıl (The Magnificent Century)*, dan *Aşk-ı Memnu* serta masih banyak serial TV Turki yang turut memainkan peran penting dalam *soft power* Turki. Permintaan global terhadap drama TV Turki (*dizi*) telah meningkat pesat, mencapai 184 persen dari tahun 2020 hingga 2023 (The Economist, 2024; Parrot Analytics, 2023). Kenaikan permintaan ini tidak hanya terjadi di kawasan Timur Tengah, tetapi juga meluas secara geografis hingga Amerika Latin dan Amerika Serikat. Secara spesifik, Parrot Analytics (2023) mencatat peningkatan permintaan untuk serial TV Turki di Amerika Serikat selama periode 52 minggu yang berakhir pada 6 Juni 2023.



Gambar 1 Peningkatan Permintaan *Dizi* di Amerika Serikat Tahun 2023

Sumber : Parrot Analytics, 2023

Berdasarkan laporan Kementerian Perdagangan Turki, pendapatan dari ekspor serial TV ini telah meningkat dari 150 juta dolar Amerika pada tahun 2013, menjadi 350 juta dolar Amerika pada tahun 2017, dan mencapai 500 juta dolar Amerika pada tahun 2018. Ekspor serial TV Turki diperkirakan mencapai 680 juta dolar Amerika pada tahun 2023 dan ditargetkan mencapai 800 juta dolar Amerika pada tahun 2024 (Erarslan, 2024). Industri perfilman dan hiburan di Turki telah memberikan dampak positif, seperti menciptakan lapangan kerja, meningkatkan ekspor, dan memperbaiki citra Turki di Amerika Latin serta kawasan Arab (Salem, 2011). Citra positif Turki dinilai telah mendorong peningkatan jumlah wisatawan mancanegara dan pengakuan UNESCO terhadap situs-situs warisan budayanya seperti Hagia Sophia dan Cappadocia (UNESCO, n.d.).

Dalam kurun waktu 2018 hingga 2024, Pemerintah Turki aktif memberi dukungan finansial dan kebijakan yang mendorong produksi *dizi*. Dukungan tersebut antara lain berupa insentif pajak dan program pendanaan yang telah membantu industri *dizi* berkembang pesat. Kesuksesan *dizi* tidak hanya meningkatkan ekspor konten hiburan Turki, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pariwisata, minat belajar bahasa Turki, dan permintaan akan produk-produk Turki di pasar internasional (Arslan & Malli, 2023).

Selain dukungan finansial, Pemerintah Turki juga memberikan dukungan melalui Direktorat Komunikasi dan Fakultas Komunikasi Universitas Istanbul dengan menyelenggarakan *workshop* pada Maret 2019 yang bertajuk "Serial Turki sebagai Alat Diplomasi Publik". Acara ini mengeksplorasi peran strategis industri serial TV Turki dalam memperkuat citra negara di kancah global. bahwa *dizi* sebagai alat *soft power* strategis yang menjangkau 500 juta penonton di lebih 150 negara, dengan ekspor mencapai 350 juta dolar Amerika sehingga menempatkan Turki sebagai pengekspor konten TV terbesar kedua dunia setelah Amerika Serikat (AS). Keberhasilan *dizi* tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial, budaya dan politik. Data pemerintah menunjukkan peningkatan lebih dari 100 persen wisatawan asal Timur Tengah hanya dalam empat tahun setelah pembukaan serial TV Turki di Timur Tengah. Kota-kota lokasi syuting seperti Istanbul menjadi destinasi wisata global, sementara produk lokal yang ditampilkan dalam serial mulai dari furnitur hingga kuliner mendapat akses pasar baru. (Direktorat Komunikasi Kepresidenan, 2019).

Dukungan pemerintah Turki, melalui media sosial juga bisa berperan penting dalam mendorong pertumbuhan industri *dizi*. Media sosial membantu penyebaran konten *dizi* dan mempengaruhi citra Turki di kancah internasional, memungkinkan interaksi langsung antara kreator atau aktor *dizi* dengan audiens global. Dengan memanfaatkan media sosial, industri *dizi* Turki dapat menjangkau penonton yang lebih luas dan membangun komunitas penggemar di seluruh dunia.

Dengan memperhatikan peran Pemerintah Turki dan media sosial, dapat dikatakan bahwa kesuksesan *dizi* Turki sebagai instrumen diplomasi budaya bukanlah suatu kebetulan, melainkan hasil dari strategi diplomasi budaya yang terintegrasi dan multi-segi. Strategi ini dibangun melalui kebijakan pemerintah yang pro-aktif dalam bentuk insentif fiskal dan dukungan kelembagaan, strategi distribusi dan ekspor yang agresif hingga menjangkau lebih dari 150 negara, serta pemanfaatan media sosial yang efektif untuk membangun komunitas global dan interaksi langsung dengan audiens. Kombinasi ketiga elemen strategis inilah yang mentransformasi *dizi* dari sekadar produk hiburan domestik menjadi instrumen *soft power* yang ampuh untuk mempromosikan identitas, budaya, dan citra Turki di mata dunia.

1.2 Rumusan Masalah

Turki adalah negara yang terkenal dengan sejarah yang melekat dan budaya yang beragam yang telah dikenal oleh dunia internasional. Keberagaman budaya dan nilai historis yang kuat mendorong pemerintah Turki untuk menampilkan identitas nasionalnya melalui berbagai bentuk diplomasi, salah satunya lewat diplomasi budaya. Salah satu media yang digunakan Adalah serial TV Turki atau *dizi*, yang kini menjadi fenomena global dan berperan penting dalam memperkenalkan budaya, nilai sosial, serta gaya hidup masyarakat Turki kepada dunia. Industri *dizi* tidak hanya berfungsi sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai instrumen diplomasi budaya yang secara efektif memperluas pengaruh Turki di tingkat internasional. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini mengkaji **"Bagaimana strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai Instrumen diplomasi budaya?"**

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya, dengan menyoroti bentuk dukungan kebijakan, mekanisme promosi, kerja sama internasional, serta tantangan yang dihadapi dalam implementasinya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis, yaitu menambah pemahaman tentang peran *dizi* Turki dalam diplomasi budaya serta secara praktis menjadi referensi bagi pembuat kebijakan, pelaku industri hiburan, dan akademisi dalam strategi promosi budaya.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya pemahaman mengenai diplomasi budaya, khususnya dalam konteks kebijakan negara yang memanfaatkan budaya populer sebagai instrumen diplomasi melalui industri hiburan seperti *dizi* Turki.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri kreatif dalam mengembangkan kebijakan diplomasi budaya yang lebih efektif, berkelanjutan, dan adaptif terhadap dinamika sosial-politik domestik maupun global.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menguraikan landasan teoritis dan konseptual yang menjadi dasar penelitian. Pembahasan mencakup penelitian terdahulu yang relevan, konsep-konsep utama yaitu diplomasi budaya dan kerangka pemikiran yang akan digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yaitu menggunakan jurnal yang ditulis oleh Nurcan Ozdemir (2021) yang berjudul *Investigation of The Effect of Turkish TV Series Watched by Arab Tourists on Their Preference for Visiting Turkey*. Penelitian Ozdemir menggunakan metode kuantitatif dengan survei terhadap 500 wisatawan Arab yang berkunjung ke Turki. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana sikap penonton Arab terhadap drama Turki dan persepsi mereka terhadap citra Turki memengaruhi keputusan berkunjung. Teori yang digunakan adalah *soft power* dari Joseph Nye serta teori citra negara. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara sikap positif terhadap drama Turki dengan meningkatnya citra Turki dan keputusan wisatawan untuk berkunjung. Dengan demikian, drama Turki terbukti tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga instrumen *soft power* yang berkontribusi pada peningkatan pariwisata. Tulisan Ozdemir akan bermanfaat untuk penelitian ini karena memberikan bukti empiris mengenai pengaruh langsung drama Turki terhadap persepsi dan perilaku wisatawan asing. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa *dizi* dapat berfungsi sebagai instrumen diplomasi budaya yang mampu membentuk citra positif suatu negara sekaligus mendukung *nation branding* melalui sektor pariwisata.

Dengan demikian, penelitian Ozdemir menjadi dasar untuk menilai efektivitas *dizi* dalam meningkatkan daya tarik Turki di kancah internasional.

Penelitian kedua yaitu dilakukan oleh Nehir Agirseven dan Armagan Orki (2017) yang berjudul *Evaluating Turkish TV Series as Soft Power Instruments*. Penelitian Agirseven dan Orki menggunakan metode analisis kualitatif melalui kajian literatur dan media. Teori yang digunakan adalah *soft power* dari Joseph Nye dan konsep *cultural diplomacy*. Penelitian ini mengevaluasi *dizi* Turki sebagai instrumen *soft power* di Balkan, Timur Tengah, dan Asia Tengah, dengan menyoroti pengaruh sejarah, kedekatan budaya, dan keterbatasannya akibat situasi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *dizi* efektif menarik wisatawan dan memperbaiki citra Turki di mata internasional, tetapi efektivitasnya tetap bergantung pada konsistensi kebijakan luar negeri dan stabilitas politik regional. Tulisan Agirseven dan Orki bermanfaat bagi penelitian ini karena memberikan pemahaman bahwa pengaruh *dizi* tidak hanya ditentukan oleh popularitas budaya semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi politik dan kebijakan luar negeri. Maka, penelitian kedua membantu penelitian ini untuk melihat peran *dizi* secara lebih komprehensif dalam mendukung *nation branding* Turki.

Penelitian ketiga yaitu ditulis oleh Federico Donelli (2019) yang berjudul *Persuading through Culture, Values, and Ideas: The Case of Turkey's Cultural Diplomacy* dengan menggunakan analisis konseptual serta menggunakan teori *soft power* dan *cultural diplomacy*. Pembahasan tersebut menyoroti strategi diplomasi budaya Turki yang terdiri dari dua dimensi: *high culture* (seni, sastra, dll.) dan *pop culture* (termasuk drama TV). Drama Turki dianggap mampu menutupi kelemahan citra internasional akibat krisis politik domestik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun *soft power* Turki mengalami penurunan akibat masalah internal, drama TV tetap menjadi sarana efektif untuk menjaga citra positif Turki di kancah internasional. Tulisan Donelli bermanfaat bagi penelitian ini karena menunjukkan bahwa *dizi* juga dapat berfungsi sebagai alat untuk menjaga citra Turki ketika menghadapi tantangan politik. Maka, penelitian ketiga memberi landasan bagi penelitian ini untuk menilai efektivitas *dizi* tidak hanya pada masa stabil, tetapi juga dalam konteks krisis politik.

Penelitian keempat ditulis oleh Mustafa Arslan dan Esen Malli (2023) yang berjudul *The Effect of the Turkish Series on the Latin American Societies in the Context of the Culture Industry*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap 20 responden di Amerika Latin dengan menggunakan Teori *cultural industry* (Adorno & Horkheimer) serta globalisasi. Pembahasan menyoroti bagaimana drama Turki memengaruhi masyarakat Amerika Latin, baik dalam hal kebiasaan sosial maupun persepsi terhadap Turki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa drama Turki memiliki dampak signifikan pada gaya hidup, mulai dari kebiasaan makan, cara berpakaian, hingga peningkatan minat mempelajari bahasa dan budaya Turki. Tulisan Arslan dan Malli bermanfaat bagi penelitian ini karena menunjukkan dampak nyata *dizi* terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat asing. Maka, penelitian keempat memperkuat analisis penelitian bahwa *dizi* tidak hanya berfungsi sebagai diplomasi budaya simbolis, tetapi juga menghasilkan perubahan sosial dan memperluas ketertarikan terhadap budaya Turki.

Penelitian kelima berupa buku yang ditulis oleh Miriam Berg (2023) yang berjudul *Turkish Drama Serials: The Importance and Influence of a Globally Popular TV Phenomenon*. Buku Berg menggunakan metode *mixed-method*, mencakup survei, FGD, dan wawancara di Qatar, Chile, dan Israel. Berg menggunakan beberapa teori, antara lain *cultural proximity*, *uses and gratifications*, *lifeworld*, dan *soft power*. Pembahasan berfokus pada penerimaan drama Turki di tiga kawasan berbeda dengan latar budaya dan politik yang beragam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa drama Turki berhasil membangun persepsi positif tentang Turki. Bahkan, persepsi positif Turki juga terbangun di Israel, meski kedua negara memiliki hubungan diplomatik tegang. Drama ini berfungsi sebagai instrumen *soft power* yang mampu menembus perbedaan politik dan budaya melalui kedekatan emosional dan sosial yang ditawarkan tulisan Berg bermanfaat bagi penelitian ini karena memberikan bukti bahwa *dizi* mampu melampaui hambatan politik dan tetap diterima secara luas. Maka, penelitian kelima mendukung penelitian ini untuk menegaskan efektivitas *dizi* sebagai instrumen *soft power* global yang dapat memperkuat citra Turki di berbagai belahan dunia.

Tabel 1 Komparasi Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori	Pembahasan	Hasil Penelitian
Nurcan Ozdemir (2021)	<i>Investigation of The Effect of Turkish TV Series Watched by Arab Tourists on Their Preference for Visiting Turkey</i>	Kuantitatif(survei 500 wisatawan Arab)	<i>Soft Power (Joseph Nye), Image of Turkey</i>	Meneliti hubungan sikap terhadap drama Turki dengan persepsi citra Turki dalam mempengaruhi kunjungan wisata.	Ada hubungan positif signifikan antara sikap terhadap drama Turki, citra negara, dan preferensi mengunjungi Turki.
Nehir Ağırseven & Armağan Örki (2017)	<i>Evaluating Turkish TV Series as Soft Power Instruments</i>	Analisis kualitatif (kajian literatur & media)	<i>Teori Soft Power (Nye), Cultural Diplomacy</i>	Menilai dizi Turki sebagai <i>soft power</i> di Balkan, Timur Tengah, dan Asia Tengah dengan menyoroti pengaruh sejarah, kedekatan budaya, serta batasan politik.	Drama Turki efektif menjadi alat <i>soft power</i> , meskipun efektivitasnya bergantung pada konsistensi kebijakan luar negeri Turki.
Federico Donelli (2019)	<i>Persuading through Culture, Values, and Ideas: The Case of Turkey's Cultural Diplomacy</i>	Analisis konseptual & studi kasus	<i>Soft Power (Nye), Cultural Diplomacy</i>	Menguraikan diplomasi budaya Turki: high culture vs pop culture (drama TV).	Drama TV membantu mengurangi dampak negatif krisis politik domestik terhadap citra internasional Turki.

Mustafa Arslan & Esen Malli (2023)	<i>The Effect of the Turkish Series on the Latin American Societies in the Context of the Culture Industry</i>	Kualitatif (wawancara mendalam dengan 20 orang)	<i>Cultural Industry (Adorno & Horkheimer), Globalization</i>	Mengkaji dampak drama Turki di Amerika Latin pada budaya populer & kebiasaan sosial.	Drama Turki memengaruhi gaya hidup (makanan, pakaian), meningkatkan minat bahasa & budaya Turki.
Miriam Berg (2023)	<i>Turkish Drama Series: The Importance and Influence of a Globally Popular TV Phenomenon</i>	Mixed-method (survey, FGD, wawancara di Qatar, Chile, Israel)	<i>Cultural Proximity, Uses & Gratifications, Soft Power</i>	Meneliti penerimaan drama Turki di dunia Arab, Chile, Israel.	Drama Turki membangun citra positif Turki, efektif sebagai soft power bahkan di negara dengan hubungan diplomatik tegang.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Penelitian-penelitian tersebut membuktikan *dizi* efektif sebagai alat diplomasi budaya. Namun, sebagian besar belum menyoroti strategi pemerintah Turki secara sistematis sebagai aktor utama yang mengarahkan kebijakan diplomasi budaya melalui industri kreatif. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan memfokuskan pada kebijakan, strategi, dan tantangan domestik pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi*.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemerintah Turki secara aktif memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya dengan menyoroti dukungan kebijakan, distribusi global yang agresif, dan pemanfaatan media sosial untuk membangun komunitas penggemar internasional. Selain itu, penelitian ini menggunakan konsep diplomasi budaya (Simon Mark) untuk menilai strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya.

2.2 Landasan Konseptual

Bab ini membahas dasar konseptual yang menjadi fondasi dalam penelitian tentang strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya. Pembahasan diawali dengan penjelasan mengenai konsep diplomasi budaya dari Simon Mark (2009), yang memandang diplomasi budaya sebagai praktik yang dijalankan melalui empat pilar utama, yaitu pertukaran budaya, promosi budaya nasional, dialog antarbudaya, dan kerja sama budaya internasional, yang keseluruhannya berperan dalam mendukung pencapaian tujuan diplomasi dan kebijakan luar negeri suatu negara. Berdasarkan dari kerangka konseptual tersebut, bab ini menjadi landasan analisis untuk memahami strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya, dengan menyoroti bentuk dukungan kebijakan, mekanisme promosi, kerja sama internasional, serta tantangan domestik yang dihadapi dalam proses implementasinya.

2.2.1 Konsep Diplomasi Budaya

Menurut Simon Mark (2009), diplomasi budaya merupakan praktik negara dalam mempromosikan budaya ke luar negeri sebagai bagian dari strategi hubungan internasional untuk mendukung tujuan diplomasi dan kebijakan luar negeri. Mark memandang diplomasi budaya sebagai bagian dari strategi hubungan internasional yang menekankan pada penggunaan nilai, seni, bahasa, sejarah, dan simbol budaya nasional untuk membangun pemahaman serta hubungan jangka panjang dengan masyarakat global. Proses ini dijalankan melalui pertukaran budaya, promosi budaya nasional, dialog antarbudaya, dan kerja sama budaya internasional.

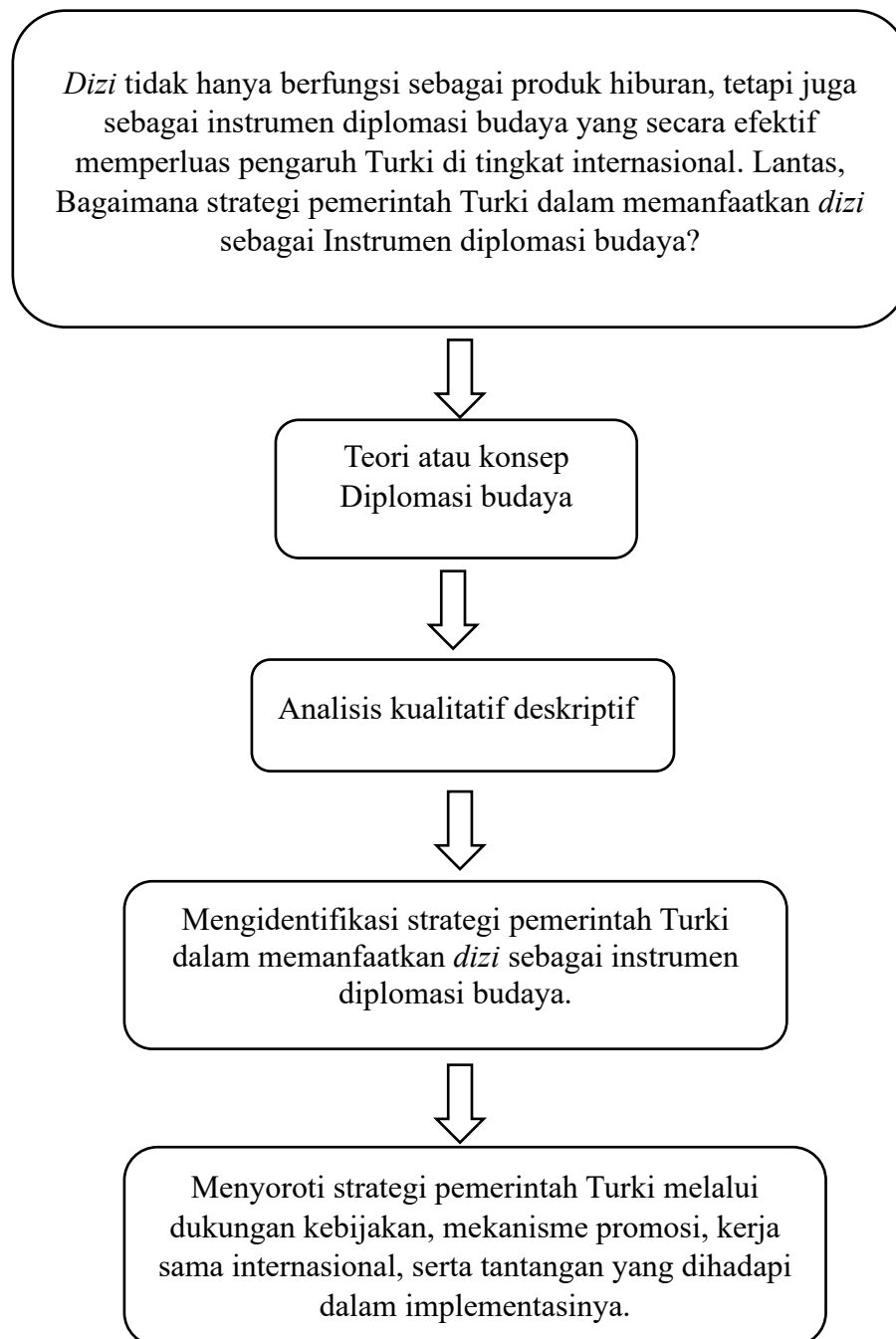
Tujuan utama diplomasi budaya, menurut Mark, bukan sekadar memperkenalkan kekayaan budaya, tetapi juga menciptakan kedekatan emosional dan rasa saling pengertian antara negara asal dan negara penerima. Ia menegaskan bahwa bentuk representasi budaya populer seperti film, musik, dan televisi memiliki efektivitas tinggi dalam menyampaikan pesan diplomatik karena dianggap lebih alami, natural, dan tidak bersifat propaganda langsung dari pemerintah. Dengan demikian, diplomasi budaya menjadi instrumen *soft power* yang halus namun berpengaruh dalam membangun hubungan antarbangsa.

Sementara itu, Nicholas J. Cull (2009) menempatkan diplomasi budaya dalam kerangka besar diplomasi publik. Ia mengidentifikasi lima dimensi utama diplomasi publik, yakni: *listening* (mendengarkan opini publik luar negeri), *advocacy* (menyampaikan pandangan dan kebijakan negara), *cultural diplomacy* (pertukaran dan promosi budaya), *exchange diplomacy* (pertukaran pendidikan dan profesional), serta *international broadcasting* (penyiaran internasional). Dalam pandangan Cull, diplomasi budaya menjadi dimensi kunci karena mampu membangun komunikasi dua arah yang berkelanjutan antara masyarakat lintas negara. Melalui seni, hiburan, dan media populer, negara dapat menumbuhkan rasa kedekatan dan kepercayaan yang menjadi dasar hubungan internasional yang stabil.

Adapun Milton C. Cummings (2003) mendefinisikan diplomasi budaya sebagai “*the exchange of ideas, information, art, and other aspects of culture among nations and their peoples to foster mutual understanding*”. Cummings menekankan pada unsur pertukaran (*exchange*) sebagai inti dari diplomasi budaya, di mana interaksi budaya tidak hanya bersifat sepihak (promosi), tetapi juga bersifat timbal balik yang mendorong saling pemahaman, toleransi, dan kerja sama antarbangsa. Dengan demikian, diplomasi budaya berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang memperhalus hubungan politik melalui saluran budaya dan nilai kemanusiaan.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, penelitian ini menggunakan konsep diplomasi budaya menurut Simon Mark (2009) sebagai landasan teoretis utama. Konsep ini dianggap paling relevan karena menyoroti peran budaya populer sebagai instrumen diplomasi yang efektif dan kontekstual dengan fenomena *dizi* Turki. Melalui perspektif Mark, penelitian ini menganalisis bagaimana pemerintah Turki memanfaatkan *dizi* sebagai media representasi budaya yang mampu menyampaikan nilai, gaya hidup, dan identitas Turki kepada khalayak internasional secara halus dan berpengaruh. Dalam konteks ini, *dizi* berfungsi bukan hanya sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi budaya yang memperkuat hubungan lintas negara melalui pendekatan *soft power*.

2.3 Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab III menjelaskan metodologi penelitian yang telah digunakan oleh peneliti dalam mengkaji strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya. Uraian dalam bab ini mencakup jenis dan pendekatan penelitian, fokus penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang telah diterapkan selama proses penelitian berlangsung. Metodologi penelitian disusun sebagai panduan sistematis yang menunjukkan tahapan-tahapan penelitian yang telah dilaksanakan guna menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian secara ilmiah dan terukur.

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Menurut John W. Creswell (2013), penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami makna atau fenomena sosial dari sudut pandang partisipan atau individu yang terlibat. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan bertujuan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan interpretasi subjek secara mendalam dalam konteks alami mereka. Creswell menekankan bahwa penelitian kualitatif biasanya melibatkan pengumpulan data berupa kata-kata, gambar, atau objek, dan menggunakan analisis yang bersifat induktif untuk mengembangkan tema atau pola dari data tersebut. Pendekatan ini juga menekankan pentingnya refleksi peneliti terhadap peran dan pengaruhnya dalam proses penelitian (Creswell, 2013).

Metode deskriptif-analitis diterapkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kebijakan, strategi, serta dampak pemanfaatan *dizi* tanpa melakukan

intervensi atau manipulasi terhadap objek penelitian. Melalui metode ini, peneliti menyajikan pemaparan yang komprehensif mengenai dinamika industri *dizi* dan peran negara dalam mendukung penyebarannya sebagai bentuk diplomasi budaya. Pendekatan ini juga memungkinkan analisis yang lebih kontekstual terhadap hubungan antara industri budaya dan kepentingan negara di tingkat global.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ditetapkan untuk membatasi ruang lingkup pembahasan agar analisis tetap terarah dan tidak melebar dari rumusan masalah. Berdasarkan tujuan penelitian, fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya, terutama dalam aspek dukungan produksi, distribusi internasional, serta promosi budaya di tingkat global. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bagaimana konten budaya yang terkandung dalam *dizi* digunakan untuk memperkenalkan nilai, tradisi, dan identitas Turki kepada masyarakat internasional sebagai bagian dari implementasi diplomasi budaya.

Melalui konsep diplomasi budaya yang diperkenalkan oleh Simon Mark (2009), yang menjelaskan bahwa diplomasi budaya merupakan bagian dari diplomasi publik dengan memanfaatkan ekspresi budaya, seperti seni, film, musik, bahasa, dan tradisi untuk membangun hubungan yang lebih positif antara negara dan masyarakat asing. Diplomasi budaya tidak hanya bertujuan memperkenalkan warisan budaya suatu negara, tetapi juga berfungsi membangun kedekatan emosional, saling pengertian, serta hubungan jangka panjang dengan komunitas internasional. Dalam konteks ini, *dizi* berperan sebagai media representasi budaya yang menyampaikan nilai, gaya hidup, dan identitas Turki melalui narasi populer. Dengan demikian, *dizi* menjadi alat komunikasi strategis yang dimanfaatkan pemerintah Turki untuk memperluas pengaruh budaya, memperkuat hubungan antarnegara, serta menampilkan citra Turki sebagai bangsa yang modern, dinamis, dan berakar kuat pada tradisinya. Penelitian ini juga menyesuaikan pembahasannya dengan konteks terkini (2020–2025), mengingat dinamika industri hiburan global yang terus berkembang dan meningkatnya peran *dizi* sebagai sarana diplomasi budaya Turki di berbagai kawasan dunia, seperti Asia, Timur Tengah, dan Amerika Latin.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dikumpulkan melalui studi pustaka dan studi dokumentasi. Data diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti jurnal akademik, buku, laporan lembaga riset internasional, serta publikasi resmi pemerintah Turki. Peneliti menelaah secara sistematis sumber-sumber tersebut untuk memperoleh informasi yang kredibel dan mendukung analisis penelitian.

Dokumen resmi yang dianalisis meliputi publikasi Kementerian Perdagangan Turki, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Turki, serta Direktorat Komunikasi Kepresidenan Turki yang berkaitan dengan kebijakan insentif industri kreatif, regulasi ekspor serial televisi, dan program promosi internasional *dizi*. Selain itu, laporan lembaga riset seperti Parrot Analytics serta artikel media internasional digunakan untuk memperkuat analisis mengenai dampak ekonomi dan pengaruh global *dizi* Turki.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan data sekunder, yaitu data yang telah tersedia sebelumnya dan diperoleh dari pihak lain (Creswell, 2018). Data sekunder dipilih karena relevan untuk mengkaji fenomena diplomasi budaya melalui *dizi* Turki. serta memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang komprehensif tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung.

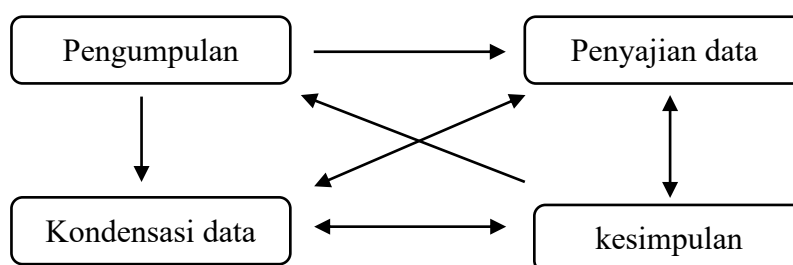
1. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah, menghimpun, dan mengkaji berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut diperoleh melalui situs digital terpercaya seperti www.jstor.org dan www.scholar.google.com, serta publikasi resmi lembaga dan instansi terkait. Adapun data yang dikumpulkan melalui studi pustaka meliputi:

- a. Jurnal ilmiah yang membahas diplomasi budaya, *soft power*, serta peran *dizi* sebagai instrumen hubungan budaya internasional.
 - b. Buku-buku akademik yang menjelaskan konsep dan teori diplomasi budaya guna memperkuat kerangka konseptual penelitian.
 - c. Artikel berita dan laporan media internasional yang menyoroti distribusi, penerimaan global, serta dampak *dizi* terhadap hubungan budaya antara Turki dan negara lain.
 - d. Laporan resmi dan dokumen institusional, seperti laporan Parrot Analytics serta publikasi Kementerian Perdagangan Turki dan Direktorat Komunikasi Kepresidenan Turki, yang memuat data mengenai kebijakan, strategi promosi, dan distribusi *dizi* sebagai bagian dari praktik diplomasi budaya.
2. Studi Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari informasi atau data melalui berbagai dokumen penting yang telah tersedia (Zaldadrial, 2012). Dalam penelitian ini, studi dokumentasi digunakan untuk menganalisis dokumen resmi, laporan kebijakan, serta publikasi institusional yang berkaitan dengan pengembangan industri *dizi*, regulasi ekspor serial televisi, dan program promosi budaya Turki di tingkat internasional.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan kerangka konsep dan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, khususnya konsep diplomasi budaya. Proses analisis dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Penggunaan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan dokumentasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang komprehensif dan sistematis, sehingga dapat menunjang argumentasi peneliti dalam penyusunan analisis hingga perolehan hasil penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data secara induktif yang didasarkan pada konsep analisis data kualitatif dari Miles dan Huberman (2014), yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik analisis ini digunakan untuk memahami fenomena pemanfaatan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya Turki secara sistematis. Proses analisis dilakukan dengan terlebih dahulu mengumpulkan dan mengolah data, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan hasil temuan penelitian.



Gambar 2 komponen analisis data (*interactive model*)

Sumber : Miles & Huberman, 2014

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merujuk pada proses pengabstrakan, pemilihan, pemusatan perhatian, serta transformasi data mentah yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan dan dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti melakukan penyaringan terhadap data yang relevan dengan fokus penelitian, kemudian menyusun ringkasan data, mengembangkan tema-tema utama, serta mengelompokkan data ke dalam kategori tertentu yang berkaitan dengan strategi pemerintah Turki, ekspansi global *dizi*, dan perannya dalam diplomasi budaya.

Proses kondensasi data dilakukan secara berkelanjutan sejak tahap pengumpulan data hingga penyusunan laporan akhir. Dalam tahap ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dengan memilih sumber data yang dianggap paling relevan dan kredibel, seperti publikasi resmi Kementerian

Kebudayaan dan Pariwisata Turki, Direktorat Komunikasi Kepresidenan Turki, serta laporan lembaga riset internasional yang membahas industri *dizi*. Pemilihan purposive sampling dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dianalisis secara langsung berkaitan dengan kebijakan dan praktik pemanfaatan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya. Data yang telah dikondensasikan kemudian disusun dalam bentuk ringkasan tematik untuk memudahkan proses analisis lanjutan.

Tabel 2 Kondensasi Data Strategi Diplomasi Budaya Pemerintah Turki melalui *Dizi*

Pilar Diplomasi Budaya (Simon Mark)	Fokus Analisis Dalam Penelitian	Bentuk Strategi Pemerintah Turki Melalui <i>Dizi</i>	Jenis Data Yang Dikondensasikan	Sumber Data
Pertukaran Budaya (<i>Cultural Exchange</i>)	<i>Dizi</i> sebagai sarana pertukaran nilai, norma sosial, dan gaya hidup Turki dengan masyarakat internasional	Distribusi dan penayangan <i>dizi</i> di lebih dari 150 negara melalui adaptasi bahasa (<i>subtitle/dubbing</i>) serta penerimaan lintas budaya	Data ekspor <i>dizi</i> , data permintaan global, penerimaan audiens internasional	Parrot Analytics, Anadolu Agency, Arslan & Malli (2023), Berg (2023)
Promosi Budaya Nasional	<i>Dizi</i> sebagai alat promosi budaya, sejarah, dan	Representasi sejarah Ottoman, nilai	Konten naratif <i>dizi</i> , simbol budaya, dampak terhadap citra	Direktorat Komunikasi Kepresidenan, UNESCO,

<i>(Cultural Promotion)</i>	identitas nasional Turki	keluarga, tradisi, arsitektur, kuliner, dan lokasi ikonik dalam dizi	nasional dan pariwisata	Salem (2011), Donelli (2019)
Dialog Antarbudaya <i>(Intercultural Dialogue)</i>	<i>Dizi</i> sebagai sarana membangun kedekatan emosional dan pemahaman lintas budaya	Penerimaan positif <i>dizi</i> di kawasan dengan latar budaya dan politik berbeda (Timur Tengah, Balkan, Amerika Latin, AS)	Persepsi audiens asing, minat belajar bahasa Turki, perubahan sikap terhadap Turki	Berg (2023), Ozdemir (2021), Agirseven & Orki (2017)
Kerja Sama Budaya Internasional <i>(International Cultural Cooperation)</i>	Peran negara dalam membangun kerja sama internasional industri <i>dizi</i>	Kerja sama dengan stasiun TV asing dan platform global; insentif produksi; dukungan kelembagaan (TRT, TFC)	Kebijakan pemerintah, regulasi industri kreatif, program insentif, workshop diplomasi publik	Kementerian Kebudayaan & Pariwisata Turki, TRT, Direktorat Komunikasi Kepresidenan (2019)

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Pada tahap penyajian data, peneliti menyajikan hasil analisis dalam bentuk uraian naratif yang disusun secara sistematis dan tematis. Penyajian data dilakukan untuk menggambarkan pola, hubungan, serta dinamika yang muncul dari data yang telah dikondensasikan. Penyajian data secara naratif ini mengikuti pandangan Miles dan Huberman (2014) yang menekankan pentingnya penyajian data kualitatif secara terstruktur agar memudahkan peneliti dalam memahami keseluruhan temuan penelitian.

Dalam tahap ini, peneliti mengaitkan data empiris dengan kerangka konseptual yang digunakan, khususnya konsep diplomasi budaya. Penyajian data membantu peneliti untuk melihat keterkaitan antara kebijakan pemerintah Turki, perkembangan industri *dizi*, serta dampaknya terhadap citra dan pengaruh budaya Turki di tingkat global.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap akhir analisis data adalah penarikan kesimpulan yang disertai dengan proses verifikasi. Kesimpulan yang diperoleh selama proses analisis diuji kembali konsistensinya, kecocokannya dengan data, serta kekuatan argumentasinya guna memastikan validitas temuan penelitian. Proses verifikasi dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber data dan menyesuaikannya dengan kerangka teori yang digunakan.

Pada tahap ini, peneliti menjelaskan secara komprehensif bagaimana pemerintah Turki memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya, termasuk bentuk dukungan kebijakan, strategi promosi internasional, serta dampaknya terhadap penguatan citra Turki di kancah global. Dengan demikian, tahapan analisis data ini memungkinkan peneliti untuk menyusun kesimpulan yang logis, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Tabel 3 verifikasi data

Jenis Data	Deskripsi Data	Sumber Data	Fungsi Dalam Penelitian	Status Validitas
Data Statistik Permintaan <i>Dizi</i>	Data peningkatan permintaan <i>dizi</i> secara global dan di AS (2020–2023), termasuk persentase kenaikan 184 persen	Parrot Analytics (2023), The Economist (2024)	Menguatkan argumen dampak global dan <i>soft power dizi</i>	valid
Data Nilai Ekspor <i>Dizi</i>	Nilai ekspor <i>dizi</i> (2013–2024) dari USD 150 juta hingga target USD 800 juta	Kementerian Perdagangan Turki, Erarslan (2024)	Menunjukkan kepentingan ekonomi negara dalam diplomasi budaya	Valid
Data Kebijakan Pemerintah	Insentif pajak, pendanaan produksi, regulasi industri kreatif	Direktorat Komunikasi Kepresidenan Turki, Kementerian Kebudayaan & Pariwisata	Menganalisis dukungan kebijakan negara	Valid
Data Kelembagaan	Peran TRT, Turkish Film Commission, universitas, workshop	TRT, Direktorat Komunikasi Kepresidenan (2019)	Menjelaskan dukungan kelembagaan	Valid

	diplomasi publik			
Data Distribusi Global	Jumlah negara tujuan ekspor (>150 negara), posisi Turki sebagai eksportir konten TV terbesar ke-2 dunia	Direktorat Komunikasi Kepresidenan, Arslan & Malli (2023)	Menganalisis mekanisme promosi & distribusi	Valid
Data Dampak Pariwisata	Peningkatan wisatawan Timur Tengah (>100 persen) pasca penayangan <i>dizi</i>	Direktorat Komunikasi Kepresidenan, Salem (2011)	Mengukur efek lanjutan diplomasi budaya	Valid
Data Pengakuan Budaya	Pengakuan UNESCO atas situs budaya (Hagia Sophia, Cappadocia)	UNESCO	Memperkuat citra budaya nasional	Valid
Data Historis Televisi	Sejarah televisi di AS, Inggris, Eropa, Jepang, dan Turki	BBC archives, ITU, Tanrıöver (2023), Erdoğan & Akdede Şahin (2024)	Konteks perkembangan <i>dizi</i>	Valid

Data Industri <i>Dizi</i> Awal	TRT monopoli, serial awal (Kaynanalar, Aşk-1 Memnu, Perihan Abla)	Erdoğan & Akdede Şahin (2024), Yıldırım (2020)	Analisis perkembangan struktural industri	Valid
Data Ekspansi Global <i>Dizi</i>	Ekspor awal <i>dizi</i> ke luar negeri sejak tahun 2000-an	Öztürk (2025), Benovska (2024)	Menjelaskan transformasi <i>dizi</i> menjadi komoditas global	Valid
Data media sosial	Peran media sosial dalam promosi <i>dizi</i> & interaksi audiens	Analisis literatur & laporan institusional	Menjelaskan mekanisme promosi modern	Valid
Data penelitian terdahulu	Jurnal & buku	Jurnal internasional & buku akademik	Landasan analisis dan gap penelitian	Valid
Data konseptual	Konsep diplomasi budaya	Simon Mark	Kerangka analisis utama	Valid
Artikel media umum	Artikel berita internasional tentang <i>dizi</i>	The Economist, Al Jazeera, Hürriyet Daily News, Daily Sabah, Anadolu Agency, Prensario	Data pendukung konteks	Valid

Sumber : Diolah Peneliti, 2026

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai strategi pemerintah Turki dalam menggunakan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan *dizi* Turki di kancah global bukan suatu kebetulan, melainkan hasil dari strategi pemerintah yang terencana, sistematis, dan terpadu. Pemerintah Turki secara aktif memposisikan industri *dizi* sebagai bagian dari agenda diplomasi budaya dan kekuatan lunaknya untuk memperkuat citra nasional dan memperluas pengaruh budaya Turki secara internasional.

Secara langsung menjawab pertanyaan penelitian mengenai *bagaimana strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan dizi sebagai instrumen diplomasi budaya*, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi tersebut tersusun secara terstruktur melalui beberapa komponen utama, yakni kebijakan dan regulasi yang mendukung industri, dukungan kelembagaan negara, promosi dan distribusi global yang terencana, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana interaksi budaya dengan audiens internasional.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya terwujud melalui tiga dimensi utama: Pertama, melalui dukungan kebijakan dan kelembagaan, pemerintah Turki menyediakan berbagai insentif finansial dan regulatif yang mendorong pertumbuhan industri *dizi*, seperti program pengembalian uang tunai hingga 30 persen, pengembalian Pajak Pertambahan Nilai (PPN), serta regulasi resmi yang mendukung industri produksi film. Kebijakan-kebijakan ini tidak hanya membuat industri *dizi* lebih kompetitif di pasar global, tetapi juga menarik investasi asing dan meningkatkan kapasitas produksi dalam negeri. Dukungan kelembagaan

dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata serta Direktorat Komunikasi Kepresidenan turut memastikan bahwa *dizi* selaras dengan agenda diplomasi budaya dan citra nasional Turki.

Kedua, strategi pemerintah Turki juga dapat dilihat dari promosi dan distribusi globalnya yang agresif dan terencana dengan baik. Pemerintah secara aktif membantu *dizi* masuk ke pasar internasional yang berbeda dengan berpartisipasi dalam pameran media global seperti *Marché International des Programmes de Communication* (MIPCOM Cannes) dan Dubai TV Content Market, serta dengan bekerja sama dengan stasiun TV internasional dan platform streaming global seperti Netflix dan MBC Group. Selain itu, strategi adaptasi bahasa dan budaya melalui proses dubbing dan subtitling ke dalam puluhan bahasa memungkinkan *dizi* Turki diterima secara luas di berbagai kawasan, mulai dari Timur Tengah, Amerika Latin, Eropa Timur, hingga Asia. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pemerintah Turki tidak hanya berfokus pada ekspor konten, tetapi juga pada seberapa baik mereka dapat menyampaikan pesan budaya ke seluruh dunia.

Ketiga, penggunaan media digital dan interaksi dengan penggemar global adalah bagian penting dari strategi diplomasi budaya Turki. Media sosial digunakan untuk membangun komunitas penggemar global, memperkuat keterlibatan emosional penonton, dan memperluas jangkauan narasi budaya yang ditampilkan dalam *dizi*. Serial ini tidak hanya berfungsi sebagai tontonan hiburan satu arah di platform digital, tetapi juga sebagai ruang interaksi budaya yang mempererat hubungan antara Turki dan masyarakat internasional.

Penelitian ini menegaskan bahwa *dizi* berfungsi sebagai media yang efektif untuk representasi budaya, menyampaikan nilai-nilai, sejarah, gaya hidup, dan identitas Turki secara halus dan persuasif, sesuai dengan konsep diplomasi budaya dari Simon Mark (2009). Keberhasilan serial seperti *Muhteşem Yüzyıl*, *Aşk-ı Memnu*, dan *Diriliş: Ertuğrul* menunjukkan bahwa budaya populer dapat menciptakan persepsi positif, meningkatkan minat pada pariwisata dan bahasa Turki, serta memperkuat posisi Turki sebagai pemain kunci dalam diplomasi budaya global. Dengan cara ini, *dizi* tidak hanya menjadi komoditas ekonomi,

tetapi juga alat kekuatan lunak strategis yang memperkuat citra merek Turki di mata dunia.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan tersebut tidak terlepas dari berbagai hambatan, politis, struktural, dan ekonomi. Prosedur birokrasi yang kompleks, dinamika ideologis dalam narasi *dizi*, tekanan ekonomi akibat inflasi dan fluktuasi nilai tukar, serta ketimpangan kapasitas antar pelaku industri menjadi tantangan nyata dalam implementasi *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik diplomasi budaya tidak sepenuhnya bebas nilai, melainkan tetap dipengaruhi oleh dinamika politik domestik dan struktur ekonomi nasional.

Untuk menghadapi hambatan tersebut, pemerintah Turki mengembangkan strategi adaptif, antara lain melalui penyederhanaan mekanisme insentif, peningkatan kolaborasi antara lembaga negara dan industri kreatif, serta mendorong inovasi format dan kualitas konten agar tetap kompetitif di pasar global. Selain itu, upaya menjaga keseimbangan antara kepentingan negara dan kebebasan kreatif menjadi kunci agar *dizi* tetap kredibel sebagai produk budaya yang hidup, plural, dan relevan bagi audiens internasional.

Dengan demikian, penelitian ini berhasil menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana strategi pemerintah Turki dalam memanfaatkan *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Turki tidak hanya membiarkan keberhasilan *dizi* berkembang secara alami, tetapi secara aktif merancang dan mengimplementasikan strategi yang terintegrasi melalui dukungan kebijakan dan kelembagaan, promosi serta distribusi global yang terencana, serta pemanfaatan media digital dan platform internasional. Ketiga dimensi tersebut terbukti saling melengkapi dan memperkuat efektivitas *dizi* sebagai alat diplomasi budaya.

Akhirnya, tujuan penelitian untuk menganalisis peran *dizi* dalam memperkuat citra nasional, memperluas pengaruh budaya Turki, dan meningkatkan daya saing industri kreatif di tingkat global telah tercapai. Melalui analisis terhadap kebijakan pemerintah, data ekspor, serta dampak budaya yang dihasilkan, penelitian ini membuktikan bahwa *dizi* berfungsi tidak hanya sebagai produk hiburan dan

komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen *soft power* yang strategis sebagaimana dikonseptualisasikan dalam diplomasi budaya oleh Simon Mark (2009). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *dizi* oleh pemerintah Turki merupakan contoh konkret keberhasilan diplomasi budaya berbasis budaya populer yang efektif dan berkelanjutan dalam konteks hubungan internasional kontemporer.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menawarkan beberapa rekomendasi yang diharapkan bermanfaat bagi kemajuan penelitian akademis maupun praktik kebijakan diplomasi budaya di masa depan. Pertama, bagi akademisi dan peneliti Hubungan Internasional, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian diplomasi budaya melalui pendekatan komparatif, yaitu dengan membandingkan strategi diplomasi budaya Turki melalui *dizi* dengan fenomena budaya populer negara lain seperti drama Korea atau industri serial Barat. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat dilakukan melalui kajian yang berfokus pada persepsi dan pengalaman penonton di kawasan tertentu untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak sosial, budaya, dan psikologis dari konsumsi *dizi* sebagai instrumen diplomasi budaya. Pendekatan empiris berbasis survei atau wawancara langsung dengan audiens juga dapat memperkaya analisis mengenai efektivitas diplomasi budaya berbasis media populer sebagai alat *soft power*.

Kedua, bagi pemerintah dan pembuat kebijakan baik di Turki maupun di negara lain yang ingin memanfaatkan industri budaya populer sebagai instrumen diplomasi budaya, pengalaman Turki dalam mengembangkan *dizi* sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya menunjukkan pentingnya perencanaan kebijakan yang terintegrasi, berkelanjutan, dan berbasis kolaborasi lintas sektor. Keberhasilan Turki tidak hanya terletak pada kualitas produksi *dizi*, tetapi juga pada dukungan kebijakan negara dalam bentuk regulasi yang adaptif, insentif industri kreatif, serta koordinasi yang lebih sistematis antara lembaga pemerintah, pelaku industri kreatif, dan platform distribusi global. Selain itu, penting bagi pembuat kebijakan untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan ideologis domestik dan kebutuhan pasar

internasional, agar produk budaya tetap memiliki daya saing global tanpa kehilangan fleksibilitas kreatif. Penguatan strategi digital dan pemanfaatan media sosial secara lebih terarah juga perlu terus dikembangkan guna memperluas jangkauan audiens global dan meningkatkan interaksi lintas budaya.

Akhirnya, penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi akademis bagi studi diplomasi budaya, serta menjadi referensi bagi penelitian di masa depan yang mengkaji peran budaya populer dalam hubungan internasional. Dengan cara ini, penggunaan *dizi* sebagai alat diplomasi budaya dapat terus dikembangkan secara lebih strategis, jangka panjang, dan adaptif terhadap perubahan global.

DAFTAR PUSTAKA

- A news. (2018). *Turkish TV series exceed \$350 million in exports*. anews.
<https://www.anews.com.tr/economy/2018/01/04/turkish-tv-series-exceed-350-million-in-exports-1515056848>
- Aksoy, A., & Robins, K. (2015). Peripheral Vision: Cultural Industries and Cultural Identities in Turkey. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 29(11), 1937–1952. <https://doi.org/10.1068/a291937>
- Aktas, A. (2023). *Saluran Turkiye TRT luncurkan layanan streaming global 'Tabii.'* <https://www.aa.com.tr/id/budaya/saluran-turkiye-trt-luncurkan-layanan-streaming-global-tabii-/2894568>
- Al Jazeera. (2020). *Ertugrul: Turkish TV's Ottoman phenomenon goes global*. Al Jazeera. <https://www.aljazeera.com/video/the-listening-post/2020/6/28/ertugrul-turkish-tvs-ottoman-phenomenon-goes-global>
- Alfagemez, D. (n.d.). *Elif Tatoğlu: "Tabii aims to establish itself as the leading streaming platform for turkish content"* - Señal News. Señal News. Retrieved January 30, 2026, from <https://senalnews.com/en/interviews/elif-tatolu-tabii-aims-to-establish-itself-as-the-leading-streaming-platform-for-turkish-content>
- Al-Ghazzi, O., & M. Kraidy, M. (2013). *Neo-Ottoman Cool 2: Turkish Nation Branding and Arabic-Language Transnational Broadcasting*.

- Anadolu Agency. (2025, August 14). *Türkiye aims to see over \$2B in exports to Syria this year*. Daily Sabah.
<https://www.dailysabah.com/business/economy/turkiye-aims-to-see-over-2b-in-exports-to-syria-this-year>
- Arslan, M., & Malli, E. (2023). The Effect Of The Turkish Series On The Latin American Societies In The Context Of The Culture Industry. *Eurasian Research Journal*, 5(3), 7–26. <https://doi.org/10.53277/2519-2442-2023.3.01>
- Athique, A. (2013). *Digital media and society: An introduction*. Polity Press.
- Ayerdem, T. İ. (2019). Digital Media Platforms in Turkey and Audience Profile. *Istanbul University*.
- Balkiz, N. K. (2024). *TRT World—How dramas shape Türkiye’s perception globally*. <https://www.trtworld.com/article/18231704>
- Benovska, M. (2024). Turkish TV Dramas, Visual ‘Seduction’, and the Cultural Diplomacy. *Contemporary Southeastern Europe*, 11, 2 158179.
<https://doi.org/10.25364/02.11:2024.2.9>
- Berg, M. (2023). *Turkish Drama Serials: The Importance and Influence of a Globally Popular Television Phenomenon*. University of Exeter Press.
<https://doi.org/10.47788/AGLL1722>
- Bhutto, F. (2019, September 13). How Turkish TV is taking over the world. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/sep/13/turkish-tv-magnificent-century-dizi-taking-over-world>

- Cetin, K. B. E. (2014). The “Politicization” of Turkish Television Dramas. *International Journal of Communication*, 8, 22–22.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed). SAGE Publications.
- Cseriová, T. (2022). *The Popularity of Turkish Series and Their Nation Branding Potential*.
- Daily Sabah. (2024, February 18). *Türkiye emerges as leading exporter of TV series after US, UK*. Daily Sabah. <https://www.dailysabah.com/arts/turkiye-emerges-as-leading-exporter-of-tv-series-after-us-uk/news>
- Directorate of Communications. (2024). *Popularity of Turkish TV series leads to boom in tourism*. Presidency of The Republic of Türkiye Directorate of Communications. http://wt.iletisim.gov.tr/english/dis_basinda_turkiye/detay/popularity-of-turkish-tv-series-leads-to-boom-in-tourism/
- Direktorat Komunikasi Kepresidenan. (2019). *Lokakarya tentang Serial TV Turki sebagai Alat Diplomasi Publik*. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/yerel_basin/detay/kamu-diplomasisi-araci-olarak-turk-dizileri-calistayi-duzenlendi/
- Duvar English. (2024a, March 1). *Turkey’s official annual inflation for 2023 soars to 64.8 pct* [Text]. Duvar English. <https://www.duvarenglish.com/turkeys-official-annual-inflation-for-2023-soars-to-648-pct-news-63593>.

<https://www.duvarenglish.com/turkeys-official-annual-inflation-for-2023-soars-to-648-pct-news-63593>

Duvar English. (2024b, June 5). *Turkish TV channels halt summer series production due to rising costs* [Text]. Duvar English.

<https://www.duvarenglish.com/turkish-tv-channels-halt-summer-series-production-due-to-rising-costs-news-64302>.

<https://www.duvarenglish.com/turkish-tv-channels-halt-summer-series-production-due-to-rising-costs-news-64302>

Duvar English. (2025). *Turkey's TV series industry earned over \$500 million from exports in 2024*. https://www.duvarenglish.com/amp/turkeys-tv-series-industry-earned-over-500-million-from-exports-in-2024-news-65557?utm_source

Erarslan, A. (2024). *Turkish TV shows to enter Chinese market*. Türkiye Today. <https://www.turkiyetoday.com/turkiye/turkish-tv-shows-to-enter-chinese-market-6091>

Erdoğan, Z., & Akdede Şahin, F. (2024). A Study on Foreign Viewers' Perceptions of Turkish Series and the Marketing of Turkish Series. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 8(16), 95–121. <https://doi.org/10.31006/gipad.1591316>

Ferreira, G. C. (2022). Turkish Drama In The Land Of Telenovelas: The Reception Of Fatmagul In Brazil. *Inter Journal Of Tv Serial Narratives*. *Inter JOURNAL OF TV SERIAL NARRATIVES*.

- FlixPatrol. (2024). *Most Watched TV Shows from Turkey in 2024 (July—December)*. FlixPatrol. <https://flixpatrol.com/most-watched/2024-2/tv-shows-from-turkey-grouped/by-hours/>
- FlixPatrol. (2025a). *Most Watched TV Shows from Turkey in 2025 (January—June)*. FlixPatrol. <https://flixpatrol.com/most-watched/2025-1/tv-shows-from-turkey/by-hours/>
- FlixPatrol. (2025b). *Most Watched TV Shows from Turkey in 2025 (July—December)* • FlixPatrol. FlixPatrol. <https://flixpatrol.com/most-watched/2025-2/tv-shows-from-turkey-grouped/>
- Frenrad. (2021, November 22). Stasiun Radio dan Televisi Radiodiffusion francaise nationale. *French Radio London*.
<https://www.frenchradiolondon.com/stasiun-radio-dan-televisi-radiodiffusion-francaise-nationale/>
- Hürriyet Daily News. (2014, January 22). *Turkey's drama export exceeds \$150 million*. Hürriyet Daily News.
<https://www.hurriyetaailynews.com/turkeys-drama-export-exceeds-150-million-61408>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kehya, R. Ö. (2024). Transnational Reception Research on Turkish Tv Dizis (Series): A Meta-Synthesis. *İmgelem*, (14), 475–494.
<https://doi.org/10.53791/imgelem.1483459>

- KTimes. (2025, April 16). *Korean content ranks second globally on Netflix, surpassing UK and Japan—The Korea Times*.
<https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/shows-dramas/20250416/korean-content-ranks-second-globally-on-netflix-surpassing-uk-and-japan>
- Lukyantseva, Z. (2025, December 2). *The Turkish Wave: Dizi and the Rise of Turkey's Global Scripted Content Exports*. allrites.
<https://www.allrites.com/post/the-turkish-wave-dizi-and-the-rise-of-turkey-s-global-scripted-content-exports>
- Mark, S. (2009). *A GREATER ROLE FOR CULTURAL DIPLOMACY. Discussion Papers in Diplomacy*.
- Middleton, R. (2025). *How Turkish drama is conquering the world*. Broadcast.
<https://www.broadcastnow.co.uk/long-reads/how-turkish-drama-is-conquering-the-world/5200772.article>
- Mohyidin, R. (2022). *Turkish dramas' impact on tourism, skilled immigration and foreign direct investment*. TRT World Research Centre.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- ÖzdemiR, N. (2021). Investigation of the Effect of Turkish Tv Series Watched by Arab Tourists on their Preference for Visiting Turkey. *International Journal of Business and Economic Studies*, 3(2), 150–171.
<https://doi.org/10.54821/uiecd.904670>

- Öztürk, A. (2025). *The Effects of the Turkish TV Series Industry on Türkiye's Destination Marketing*.
- Öztürkmen, A. (2018). "Turkish Content": The Historical Rise of the Dizi Genre. *TV/Series*, 13. <https://doi.org/10.4000/tvseries.2406>
- Parrot Analytics. (2023). *Will Turkish content be the next wave of international content to sweep the U.S?* Parrot Analytics.
<https://www.parrotanalytics.com/insights/will-turkish-content-be-the-next-wave-of-international-content-to-sweep-the-us/>
- RasıMoğlu, C. G. İ. (n.d.). *The Introduction Of Television Broadcasting In Turkey And Its Reflections In The Printed Press (1968—1970)*.
- Salem, P. (2011). *Turkey's Image in the Arab World*.
- Sánchez-Mompeán, S., & Zanotti, S. (2025). Introduction. Riding the streaming wave: Broadening global access through audiovisual translation and media accessibility. *The International Journal of Translation and Interpreting Research*, 17(2), 1–15. <https://doi.org/10.12807/ti.117202.2025.a01>
- Shabbir, S. (2019, December 3). *PM Khan asks PTV to air famous Turkish fiction drama "Ertugrul" in Urdu*. Arab News.
<https://www.arabnews.com/node/1593201/pakistan>
- TİM. (2024, January 17). *TİM - Türkiye Exporters Assembly—Türkiye Exporters Assembly Raises Export Bar To 402 Billion Dollars For 2024*. TİM.
<https://www.tim.org.tr/en/turkiye-exporters-assembly-raises-export-bar-to-402-billion-dollars-for-2024>

TTV News. (2024, May 10). Tabii, TRT's Streaming Service in Turkey, Reaches

Over 4 Million Subscribers in a Year. *TTV News*.

<https://todotvnews.com/en/tabii-trts-streaming-service-in-turkey-reaches-over-4-million-subscribers-in-a-year/>

Uğur Tanrıöver, H. (2023). Towards a Social History of Turkey Through

Television Series. *Series - International Journal of TV Serial Narratives*,

9-26 Pages. <https://doi.org/10.6092/ISSN.2421-454X/15676>

UNESCO. (n.d.). *UNESCO World Heritage Centre—World Heritage List*.

UNESCO World Heritage Centre. Retrieved July 1, 2025, from

<https://whc.unesco.org/en/list/>

UNESCO. (2021). *Export of turkish drama series—Policy Monitoring Platform*.

UNESCO Diversity of Cultural Expressions Main Navigation

Shareforward. <https://www.unesco.org/creativity/en/policy-monitoring-platform/export-turkish-drama-series>

Ustuk, H. (2019). *Turkish TV series attract audience from 146 countries*. Anadolu

Ajansı. <https://www.aa.com.tr/en/culture/turkish-tv-series-attract-audience-from-146-countries/1643829>

Vitrinel, E., Kaptan, Y., & Algan, E. (2023). Introduction: Capturing the New

Dynamics of Turkish Television Series. Disjunctions and Continuities.

Series - International Journal of TV Serial Narratives, 5-8 Pages.

<https://doi.org/10.6092/ISSN.2421-454X/16308>

Yesil, B. (2016). Media in New Turkey: The Origins of an Authoritarian

Neoliberal State. *University of Illinois Press*.

Yıldırım, N. (2020). Transformation of Comedy with Streaming Services: The

Case of Bartu Ben. *CINEJ Cinema Journal*, 8(2), 403–425.

<https://doi.org/10.5195/cinej.2020.300>

Yörük, Z. (2013). Soft Power or Illusion of Hegemony: The Case of the Turkish

Soap Opera “Colonialism.” *International Journal of Communication* 7

(2013), 2361-2385.

2020. “Panduan Penulisan Karya Ilmiah Universitas Lampung”. Bandar Lampung, Universitas Lampung.