

NATION BRANDING: REPRESENTASI SOSIAL BUDAYA THAILAND DALAM SERIAL DRAMA “HORMONES”

Rafelino Alwi Dewantara Siwalette

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
rafelinosiwalette@mhs.unesa.ac.id

Puspita Sari Sukardani, ST., M.Med.Kom.

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
puspitasukardani@unesa.ac.id

Abstrak

Film menjadi media yang tepat dalam merepresentasikan kehidupan sosial dan mampu untuk menyampaikan pesan pada khalayak karena sifatnya yang audiovisual dan mudah untuk dicerna. Representasi adalah tanda didalam di mana media menghadirkan kembali suatu peristiwa atau realitas. Penelitian ini mengangkat sebuah isu mengenai kehidupan sosial (sosial budaya) Thailand yang direpresentasikan dalam serial drama atau film sebagai *nation branding* negara tersebut. Film yang menjadi objek penelitian adalah serial drama “Hormones” Season pertama, episode ke 6-7, dengan menggunakan metode segitiga makna dari teori semiotika Peirce untuk membaca setiap makna dalam tanda yang ditampilkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Thailand membranding negara nya sebagai negara Buddha terbesar, terbuka bagi kaum LGBT (surge LGBT), negara yang ramah atau santun, dan memperkenalkan wisata yang terdapat di Bangkok. Yang menunjukkan pariwisata masih menjadi konsep *branding* dari negara Thailand.

Kata Kunci: Film, Representasi, Sosial Budaya, *Nation Brandin*, Semiotika Pierce.

Abstract

Film becomes the right media to represent social life and is able to convey messages to the public because of its audiovisual and easy to understand. Representation is a sign in which the media presents an event or reality again. This study raises an issue regarding Thailand's social (socio-cultural) life which is represented in a film or drama series as the nation's “nation branding”. The film that was the object of research was the drama series "Hormones" Season 1, episodes 6-7, using the triangle meaning method from Peirce's semiotic theory to read each meaning in the sign displayed. The results show that Thailand is branding its country as the largest Buddhist country, open to LGBT (LGBT Paradise), a friendly or polite country, and introducing tourism in Bangkok. Which shows that tourism is still a branding concept from Thailand.

Keywords: Film, Representation, Social Culture, *Nation Branding*, Pierce Semiotics.

PENDAHULUAN

Brand atau merek suatu negara sangat penting, karena berpengaruh terhadap hubungan dan atau pertumbuhan ekonomi dan politiknya. Oleh sebab itu citra dan reputasi menjadi bagian penting dari strategi negara. Berbeda dengan *branding* komersial yang dapat diukur kedalam suatu nilai, sedangkan negara tidak dapat diukur karena memiliki keunikan yang berbeda dengan negara lainnya. Pembentukan *brand* bagi suatu negara juga tidak lepas dari tujuannya yaitu untuk memberikan dampak, secara internal maupun eksternal yang dilatarbelakangi pada nilai dan persepsi positif sehingga mendapatkan posisi dan atau dipandang di mata global.

Oleh sebab itu diperlukan pembentukan persamaan perspektif antara komunikan dan komunikator, dengan

melakukan komunikasi persuasive dan menggunakan media yang tepat. Film dengan sifatnya yang audio visual dapat menjadi media yang tepat untuk melakukan *nation branding*. Karena sifat film tersebut mampu merepresentasikan kehidupan sosial seperti realitasnya dan menjangkau segmen-segmen sosial sehingga digunakan untuk mempengaruhi khalayak (Wahjuwibowo:2018, h. 36). Sama seperti beberapa negara lainnya, Thailand juga mengambil konsep yang sama untuk melakukan *nation branding*. Bagaimana kehidupan sosial disana dikemas dalam sebuah film series bukan hanya untuk menunjukkan nilai (*value*) kehidupan sosial di negara tersebut, tetapi juga mengemas nilai *branding* dari negara tersebut.

Film series yang diangkat disini adalah “Hormones” dimana berbeda dengan drama series lainnya Hormones mengangkat kehidupan sosial secara lebih mendalam dan lebih berani, dari remaja di Thailand. Dari uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bentuk nation branding yang digambarkan melalui representasi kehidupan sosial budaya Thailand dalam drama “Hormones”.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Yang mana menurut Sugiyono (2016) penelitian kualitatif adalah penelitian yang memandang objeknya sebagai sesuatu yang dinamis, hasil konstruksi pemikiran dan interpretasi terhadap gejala yang diamati, dan utuh. Hal itu dikarenakan setiap aspek yang dimiliki suatu objek memiliki satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan. Kemudian dalam penelitian kualitatif tidak hanya melihat realitas yang tampak, tetapi jauh kedalam yaitu sampai melihat dibalik yang tampak itu.

Dengan menggunakan pisau analisis semiotika Pierce, maka peneliti akan melihat tanda-tanda yang tergambar dalam film series “Hormones” yang membuatnya merujuk pada suatu objek. Kemudian dipadukan pada konsep yang sesuai dengan kelompok dimana film tersebut dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budaya Di Thailand

Agama adalah suatu pranata sosial, yang tunduk terhadap proses yang juga dialami oleh pranata lainnya (Charles Ngangi:2011). Oleh sebab itu agama ada karena dibentuk oleh manusia dan disepakati secara bersama untuk dilakukan. Seseorang yang melakukan kegiatan ibadah karena memiliki keyakinan bahwa ibadah dapat membawa mereka terhindar dari kesialan dan mendatangkan keberuntungan atau berkat. Hal ini terbentuk dari rasionalitas yang dibentuk oleh agama itu sendiri, sehingga mengkonstruksi kesadaran akan beribadah di dalam masyarakat. Hal-hal nyata yang terjadi dalam kehidupan sosial sehari-hari adalah suatu bentuk konstruksi sosial yang dibuat oleh manusia atau masyarakat (Berger P.L:1990). Sejatinya agama di dunia bermacam-macam tergantung kepercayaan setiap individu atau masyarakat tersebut. Bahkan ada sekelompok orang yang memilih untuk tidak memiliki agama (Atheis), tak terkecuali masyarakat di Thailand.

Dalam drama “Hormones” menunjukkan rumah ibadah atau kuil yang merupakan ikon agama Buddha. Yang mana hal tersebut menunjukkan identitas kepercayaan seseorang. Teknik pengambilan gambar (*long shoot*) yang menunjukkan bangunan kuil yang besar juga menjadi simbol bahwa agama Buddha merupakan agama terbesar

di Thailand. Prosesi doa yang ditunjukkan secara detail juga mengindikasikan bahwa Buddha mejadi agama yang dominan dan terbesar di Thailand.

Hal-hal tersebut juga dibuktikan dari tradisi atau budaya yang dilestarikan seperti pemberian sedekah kepada Bikkhu pada saat hari besar umat Buddha ataupun hari spesial dari setiap orang yang beragama Buddha, seperti hari ulang tahun. Budaya yang ditampilkan juga dapat dilihat dari pelaksanaan *pabbaja* atau menjadi bikkhu sementara. Dimana dilakukan oleh umat Buddha, untuk mendapatkan satu pemahaman yang lebih dan tahu apa yang harus dilakukan di dalam agama Buddha. Selain itu kegiatan ini adalah satu kegiatan yang juga dapat menjadi bekal untuk seseorang dalam menjalani penghidupannya dengan lebih luhur. Terdapat *frame* yang memperlihatkan orang tua dan teman-teman Phai yang memberikan penghormatan kepada Phai yang saat itu telah menjadi Bikkhu. Terlihat kedua orang tua Phai memberikan penghormatan dengan mengatupkan kedua tangannya dan menunduk. Pemberian penghormatan atau “wai” ini biasanya dilakukan kepada orang yang lebih tua atau memiliki wewenang dan status yang lebih tinggi. Dalam *scene* ini terlihat orang tua Phai yang memberikan penghormatan tersebut kepadanya karena satatus sosialnya yang telah berubah. Bikkhu adalah tokoh masyarakat yang paling dihargai di Thailand.

Kehidupan Sosial Di Thailand

Thailand adalah negara yang ramah dan juga peduli terhadap berbagai macam gender. Hal ini menandakan bahwa negara ini bersahabat dan terbuka. Hal ini terligat dari persahabatan kaum heteroseksual dan kaum gender ketiga di Thailand yang direpresentasikan dalam film series ini.

Digambarkan empat tokoh yang sedang berlatih tarian tango dari 3 orang pria yang ada satu diantaranya adalah seorang transgender (gender ketiga), hal tersebut dibuktikan dari penampilannya. Seseorang yang menggunakan atribut-atribut gender yang tidak sesuai dengan konsepsi gender secara sosial adalah transgender (Yudah.2013:38). Namun dari gambar tersebut tidak menunjukkan bentuk diskriminasi atau tindakan kekerasan terhadap siswa transgender tersebut. terlihat dari proses berganti pasangan yang dilakukan pada saat latihan tarian tango tersebut. Dalam lingkungan sosial sekolah antarsiswa, drama ini menunjukkan tidak adanya diskriminasi terhadap gender ketiga tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh UNESCO, dalam kemitraan dengan Plan Internasional dan Universitas Mahidol, bahwa intimidasi yang terjadi pada siswa LGBT berupa pelecehan verbal sampai pelecehan fisik seperti menggoda, bahkan sampai pemerkosaan.

a. Transgender dan LGBT

Transgender merupakan suatu istilah yang diberikan kepada mereka yang melakukan, merasa atau berpikir atau terlihat berbeda dengan peran gender pada umumnya. Transgender sendiri tidak menampilkan bentuk yang spesifik dari orientasi seksualnya seperti, heteroseksual, homoseksual, biseksual, panseksual, poliseksual, atau aseksual. Mereka yang adalah seorang transgender bisa mengidentifikasi dirisendiri tidak sesuai dengan gender laki-laki atau perempuan, tetapi bergerak diantara keduanya (Lestari dan Safitri,2016:38)

Sedangkan LGBT adalah singkatan dari istilah Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender. Definisi dari istilah-istilah yang disebutkan adalah

1. Lesbian: adalah istilah yang digunakan untuk wanita yang menunjukkan atau mengarahkan orientasi seksual mereka ke sesama perempuan. Istilah lelsbian juga dipakai pada wanita yang mencintai wanita lain baik secara fisik, seksual, emosional, dan spiritual.
2. Gay: adalah istilah yang merujuk pada orang-orang dengan orientasi homoseksual atau orang yang menunjukkan sifat homoseksualitas. Awalnya istilah ini digunakan untuk mendeskripsikan perasaan “bebas”, “bahagia” atau “cerah” dan juga “mencolok”. Namun, kemudian istilah ini digunakan untuk mereka yang berorientasii homoseksual.
3. Biseksual: adalah istilah yangbg digunakan pada mereka yang memiliki ketertarikan pada dua jenis kelamin (pria dan wanita), baik ketertarikan romantic, seksual, atau orientasi seksualnya.
4. Transgender: adalah istilah yang digunakan bagi mereka yang memiliki identitas gender atau ekspresi gender yang berbeda dari gender yang berada atau yang ditetapkan di lingkungan masyarakat atau sesuai dengan jenis kelamin sejak lahir. Gender disini sendiri tidak berkaitan dengan jenis kelamin tetapi atribut-atribut sosial–budaya yang melekat pada jenis kelamin tertentu (Sujana, etc,2018:129)

dilakukan oleh sejumlah siswa disekolah terhadap temannya, kemudian diatasi oleh guru mereka. *Frame* tersebut menunjukan Guru sebagai subjek utama yang memberikan pengertian atau pemahaman kepada para siswa-siswi mengenai kekerasan dan toleransi. Guru yang menjadi ujung tombak dalam dunia pendidikan untuk meningkatkan kualitas pendidikan melalui interaksi langsung yang dilakukan diruang kelas juga memiliki peran dalam mengubah sikap sosial siswa yang positif (Nurmala et al., 2017). Oleh sebab itu drama ini mencoba menunjukan ikon guru yang mengajar dan memberi ceramah mengenai kekerasan dan juga sikap yang tepat dalam melawannya. Yang mana dengan demikian siswa dapat memiliki sikap sosial yang tepat (kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab, toleransi, gotong royong, santun dll) dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial dalam jangkauannya baik di sekolah maupun masyarakat dimana mereka tinggal.

Toleransi sendiri sangat di junjung dalam ajaran-ajaran agama Buddha, dimana dapat dilihat bahwa ajaran Buddha banyak mengajarkan mengenai toleran dan tidak mementingkan diri sendiri (Bhagavant.com). Hal ini menunjukan bahwa thailand sebagai negara Buddhisme juga menjunjung tinggi nilai toleransi dalam masyarakat (sikap peduli terhadap satu sama lain). Di sisi lain adegan ini yang juga didukung oleh adegan pada pada saat bikkhu kepala menasihati Phai (bikkhu muda atau baru), menunjukan bahwa kekerasan di Thailand adalah tindakan yang tidak diperkenan oleh masyarakat disana.

Bentuk lain dari penggambaran negara yang ramah adalah adegan dimana seorang wali murid yang menjemput anaknya pulang, kemudian anaknya memberikan salam kepada ibunya tersebut. Dimana bentuk salam yang diberikan oleh anak tersebut dengan mengatupkan kedua tangannya dan merunduk menjadi sebuah ikon yang khas dalam menampilkan budaya Thailand. yang mana hal itu juga menjadi simbol dari bentuk penghormatan terhadap orang yang lebih tua. *Frame* tersebut mengindekskan penghormatan terhadap orang yang lebih tua atau yang disegani (Klinchan:2017)

Wisata Di Thailand

Pada scene yang lain menceritakan seorang remaja laki-laki yang bernama Phuu, yang juga adalah seorang biseksual. Dalam adegan tersebut Phuu bingung dengan perasaanya yang menyukai perempuan, namun tetap juga menyukai teman laki-laknya. Dalam perjalanan pulang menggunakan *taxy* ia berjumpa dengan seorang wanita asing yang berdiri di pinggir jalan menggunakan pakaian yang minim (*sexy*) dan ketat, dan meminta ijin untuk mengikutinya dan menemaninya. Phuu yang saat itu dalam keadaan kacau tidak berpikir panjang dan langsung menerima wanita tersebut untuk mengikutinya, kemudian

Negara yang bersahabat juga dapat terlihat dari adegan yang menunjukan bagaimana tindakan kekerasan yang

wanita tersebut memeluk dan membelai Phuu dengan lembut. Wanita tersebut menggunakan pakaian yang minim (*sexy*) dan menawarkan diri untuk menemani Phuu yang sedang sendirian di dalam taxy menunjukkan bahwa wanita tersebut adalah seorang PSK. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Martha, yang mengatakan bahwa PSK dikenali dengan penampilan mereka yang berdandan menor, berpakaian *sexy* dan menggunakan *parfume* yang menyengat (Martha Kristiyana.2013:66).

Seks sendiri adalah hal yang dianggap tabu dalam kalangan remaja di Thailand (UNDP and USAID report:2014). Namun dalam *scene* ini menampilkan Wanita PSK yang menawarkan diri kepada Phuu yang adalah seorang pelajar SMA. Hal ini secara tersirat mencoba menunjukkan seks legal di Thailand. Seks sendiri di Thailand menjadi salah satu wisata yang banyak menarik wisatawan untuk berkunjung dan dilegalkan oleh negara. Hal ini juga tidak menutup fakta bahwa banyak turis asing yang mengunjungi Thailand karena wisata seks nya. Wisata seks yang ditawarkan di Thailand tidak hanya menawarkan wisata seks bagi kaum heteroseksual, namun juga bagi penyuka sesama jenis (beritasatu.com). Terdapat juga adegan-adegan yang menunjukkan lokasi wisata yang terdapat di Thailand seperti wisata museum patung lilin madame tussaud, pantai pattaya dan mall siam.

ANALISI DATA

Karakteristik Negara Buddha/ Buddhisme

Drama “Hormones” adalah drama produk layar kaca dari negara seribu pagoda. Negara tersebut adalah Thailand. Julukan seribu pagoda tentu tidak begitu saja terucap. Julukan tersebut tercipta karena banyaknya pagoda yang terdapat di Thailand. Pagoda sendiri adalah kuil di Thailand sebagai tempat berdoa umat Buddha. Buddha adalah agama utama atau agama dominan di Negara Thailand, di mana terdapat sekitar 95% masyarakat Thailand menganut kepercayaan ini. Hal inilah mengapa di Thailand banyak sekali di jumpai pagoda. Buddha/ Buddhisme dapat dikatakan adalah karakteristik yang terbangun dalam kehidupan sosial di negara ini.

Adegan-adegan yang di jelaskan atau dianalisis dalam penelitian ini juga menunjukkan bagaimana sebuah film/ drama menunjukkan ciri atau karakteristik sebuah *nation*. Di Thailand sejatinya ada beberapa agama yang diakui. Namun, agama Buddha sebagai agama terbesar atau dominan di Thailand, maka mereka membentuk satu karakteristik atau cirikhas negara tersebut dengan norma-norma serta ajaran Buddha yang menonjol. Sejarah juga pernah mencatat bagaimana Thailand pada waktu itu berusaha mensiamkan seluruh Thailand (Yazid, Yasril:5) dengan membentuk negara Thai modern dengan suatu

kesatuan. Yang mana hal ini menunjukkan bahwa tidak ada lagi pemerintahan monarki mutlak bagi rakyat. Sehingga seluruh rakyat di Thai harus menjadi warga Thai dan menonjolkan identitas negara Thai yang baru. terlihat juga pada wilayah selatan Thai pada era pemerintahan Phibun Songkhrum (1938-1944M), yang mana mereka yang dapat berbagian dalam pemerintahan hanyalah masyarakat Thai-Buddha.

Suasana Sosial di Thailand

Dalam drama ini menggambarkan bagaimana keadaan sosial yang ada di Thailand. Drama” hormones” menunjukkan bagaimana kehidupan masyarakat sosial yang erat dengan budaya tradisional di era modern, dan juga menjunjung tinggi kepercayaan mereka. Beberapa adegan menunjukkan bahwa masyarakat di Thailand adalah masyarakat yang peduli terhadap sesama, santun, suka menolong dan memperhatikan kepentingan umum. Hal ini terlihat ketika Phai dan para Bikkhu yang melakukan “pindapatta” atau menerima persembahan makanan. Dalam melakukan “pindapata” para Bikkhu akan menerima persembahan makanan atau derma dari setiap masyarakat tanpa memilih-milih berdasarkan status sosialnya. Masyarakat yang memebrikan persembahan pun melakukannya dengan sukarela tanpa adanya paksaan. Dalam episode 6-7 banyak menunjukkan adegan kekerasan dan perkelahian namun, melalui adegan tersebut drama ini mencoba menyampaikan sifat atau karakteristik masyarakat Thailand yang ramah dan menolak kekerasan terjadi dilingkungan masyarakat.

Di sisi lain juga menggambarkan bagaimana sikap peduli dan keterbukaan masyarakat di Thailand terhadap isu-isu yang dianggap tabu di tempat lain seperti LGBT. Thailand melalui drama “hormones” menunjukkan keterbukaan terhadap kaum LGBT. Ketika beberapa negara menganggap bahwa LGBT adalah hal yang tabu bahkan terdapat negara yang mengkriminalisasikan pelaku LGBT. Thailand menunjukkan sikap terbuka dan peduli terhadap mereka. Yaitu dengan memberikan hak yang sama dengan masyarakat heteroseksual. Negeri gajah putih ini bahkan mengakui jenis kelamin ketiga ini (www.liputan6.com). Ketika negara-negara lain hanya mengakui dua jenis kelamin dan memberikan sanksi sosial kepada kaum LGBT seperti diskriminasi oleh masyarakat, dikucilkan dan tidak mendapat tempat/ hak yang sama dengan msasyarakat lain. Hal tersebut pun didukung oleh media yang adalah salah satu pemilik kuasa dalam membangun opini publik. Gayatri (1993) menjelaskan apa yang dilihatnya dalam media sejak 1980 hingga awal tahun 1990 media selalu memberikan gambaran yang negative terhadap orang-orang yang berada di luar heteronormitas. Mereka menggambarkan LGBT adalah satu hal yang berkaitan dengan aktifitas

criminal, seks bebas atau prostitusi, dan obat-obatan terlarang dan penyimpangan (Yudah.2013:41-42). Sebaliknya Thailand memberikan sepenuhnya hak yang sama terhadap kaum ini dengan memberikan perlindungan hukum, dapat melakukan akses ke layanan sosial, sehingga mendapatkan hak yang sama di tengah-tengah masyarakat.

Keterbukaan dan penerimaan Thailand terhadap kaum LGBT atau jenis kelamin ketiga yang telah diakui di Thailand ini, juga terlihat melalui media-media yang banyak menampilkan kaum LGBT. Tidak sedikit pula film-film produksi Negeri Gajah Putih ini yang merepresentasikan kehidupan LGBT di Thailand Melalui film yang bertema BL (Boys Love), atau GL (Girls Love). Hal ini secara tersirat dapat menarik perhatian bagi mereka yang memiliki situasi yang sama di negara-negara lain. Bagaimana penyajian media terhadap LGBT di Thailand memberi kesan baru bagi kaum LGBT di negara lain, sehingga mereka akan memilih untuk datang berkunjung ke Thailand untuk mendapatkan hal yang sama. Di sisi lain, hal ini tentunya tidak hanya menarik perhatian para kaum LGBT. Tetapi kaum hetero pun akan tertarik untuk datang melihat secara langsung kehidupan sosial kaum tersebut di Thailand, hal itu dapat menjadi suasana baru bagi mereka.

Pariwisata Dan Place Branding (Branding Tempat)

Pada drama 'Hormones' season satu episode 6-7 diperlihatkan penggambaran Susana di Ibu Kota Thailand, Bangkok. Pada drama ini dibeberpa adegan menunjukkan bagaimana suasana kota Bangkok. Hal ini secara tersirat menunjukkan *place branding* yang dilakukan oleh Thailand terhadap Kota Bangkok. *Branding Place* atau branding tempat sendiri adalah bentuk kedua dari suatu negara dalam mempromosikan negara tersebut ataupun kota di dalamnya sebagai tujuan pariwisata, yang mana branding tempat sendiri adalah komponen dari pemasaran pariwisata (Yin, Yang.2006:7). Yin juga menjelaskan bahwa sebuah *nation brand* tidak menawarkan produk atau layanan nyata, melainkan mewakili atau merepresentasikan berbagai faktor dan asosiasi seperti, tempat (geografi, tempat wisata); sumber daya alam, produk lokal; orang (ras, kelompok etnis); budaya; bahasa; sejarah sampai sistem politik dan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang diciptakan oleh merek suatu bangsa lebih mengarah kepada emosional pemirsanya daripada fungsionalnya.

Tidak hanya menawarkan wisata-wisata modern seperti pada umumnya, Thailand juga memberikan wisata agama (religi), bagi wisatawan yang hendak menikmati ataupun mempelajari mengenai ajaran-ajaran Buddha.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan dari hasil temuan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Agama masih menjadi subjek yang meliputi segala aspek di Thailand. khususnya agama Buddha yang menjadi agama dominan atau terbesar di Thailand dalam ajarannya dijadikan tolak ukur atas segala aspek yang ada di negara tersebut. Baik itu dalam pemerintahan, pendidikan, perilaku sosial, norma-norma dan lain sebagainya. Orang-orang yang menempuh penghidupan sucipun (Biarawan) menjadi objek yang sangat dihargai oleh masyarakat di Thailand. Yang mana Buddha/ Buddhisme sendiri menjadi karakteristik yang sangat menonjol di Negara Thailand.
2. Tiga tanda semiotika milik Pierce yang terdapat dalam drama 'hormones' juga memberikan makna bahwasannya Negara Thailand adalah negara yang sangat terbuka dan mendukung kaum LGBT. Kaum yang disebut dengan gender atau jenis kelamin ketiga ini mendapatkan hak yang sama dengan masyarakat pada umumnya di Thailand baik dalam perlindungan hukum dan juga akses sosial lainnya.
3. Drama 'hormones' tidak hanya mengangkat kehidupan sosial remaja di Thailand tetapi juga menampilkan pariwisata yang terdapat di Thailand khususnya yang terletak atau terdapat di Kota Bangkok.
4. Pariwisata masih menjadi konsep *nation branding* dari Thailand

Saran

Analisis semiotika melihat tanda atau teks sebagai sesuatu yang sangat terbuka, sehingga tidak menutup kemungkinan untuk dihasilkannya ragam interpretasi. Hal ini menunjukkan bahwa interpretasi penulis terhadap tanda-tanda yang terdapat dalam drama *Hormones* season 1(pertama) episode 6-7 adalah salah satu pemaknaan dan masih banyak pemaknaan yang bisa ditemukan di dalamnya. Oleh karena itu penulis berharap agar ada penelitian semiotika lainnya terhadap *film* atau drama *Hormones* atau film-film Thailand sejenis, karena tentunya akan ada interpretasi yang berbeda dan juga dapat menjadi pembanding penelitian ini. Dan juga dengan banyaknya interpretasi dapat memperkaya dan memperluas pandangan terhadap *nation branding* yang dibangun melalui sebuah *film* atau produk audio visual.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhammasugiri, Samanera (2008, 17 Oktl). *PINDAPATA Tradisi Para Buddha*. Dikutip 21 Oktober 2019 dari forum dhammacita: <https://dhammacitta.org/forum/index.php?topic=5618.0;wap>
- Kinapati, Tyas Titi (2019, 03 Maret). *18 Jenis Kelamin Di Thailand Yang Jarang Diketahui, Serupa Tapi Tak Sama*. Dikutip 14 Oktober 2019 dari www.liputan6.com: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/3908227/18-jenis-kelamin-di-thailand-yang-jarang-diketahui-serupa-tapi-tak-sama>
- Klinchan, N. 2017. *Thai Culture That Asian Students Should Know*. Machula Academic Journal 4(1), 188-203
- Kristiyana, Martha. 2013. *Perilaku Sosial Pekerja Seks Komersial (PSK) Di Pasar Hewan Prambanan, Sleman, Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta: <http://eprints.uny.ac.id/27044/1/Martha%20Kristiyana.pdf>
- Wahjuwibowo, IS. 2018. *Semiotika Komunikasi aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 3*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ying Fan. 2006. *Branding The nation: What Is Being Branded*. Vocation Marketing. 12 (1). 5-14
- Yudah, Anindita AP. 2013. *Representasi Transgender dan Transeksual dalam Pemberitaan di Media Massa: Sebuah Tinjauan Analisis Wacana Kritis*. Jurnal Kriminologi Indonesia, 9 (1),37-49.

