

**DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI RUMAH BUDAYA
INDONESIA (RBI) DI TIMOR LESTE PADA MASA PANDEMI COVID-19
(TAHUN 2019-2021)**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Departemen
Ilmu Hubungan Internasional*

Disusun Oleh:

Rini Ana Boro

E061191085

**DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2023

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI RUMAH BUDAYA
INDONESIA DI TIMOR LESTE PADA MASA PANDEMI COVID-19
(TAHUN 2019 – 2021)**

Disusun dan diajukan oleh :

Rini Ana Boro

E061191085

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada

Departemen Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin

DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2023

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI RUMAH BUDAYA INDONESIA (RBI) DI TIMOR LESTE PADA MASA PANDEMI COVID-19 (TAHUN 2019-2021)

N A M A : RINI ANA BORO

N I M : E061191085

DEPARTEMEN : HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Makassar, 22 Mei 2023



Mengetahui :

Pembimbing I,

A handwritten signature in black ink, corresponding to the name Dr. H. Adi Suryadi B., MA.

Dr. H. Adi Suryadi B., MA
NIP. 196302171992021001

Pembimbing II,

A handwritten signature in black ink, corresponding to the name Abdul Razaq Z. Cangara, S.IP, M.SI, MIR.

Abdul Razaq Z. Cangara, S.IP, M.SI, MIR
NIK. 198909132020053001

Mengesahkan :
Ketua Departemen Hubungan Internasional,



Prof. H. Daryls, MA, Ph.D.
NIP. 196201021990021003

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI RUMAH BUDAYA INDONESIA (RBI) DI TIMOR LESTE PADA MASA PANDEMI COVID-19 (TAHUN 2019-2021)

N A M A : RINI ANA BORO

N I M : E061191085

DEPARTEMEN : HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional pada hari Kamis, 11 Mei 2023.



Ketua : Dr. H. Adi Suryadi B., MA

Sekretaris : Abdul Razaq Z Cangara, S.IP, M.Si, MIR.

Anggota : 1. Seniwati, S.Sos, M.Hum, Ph.D

2. Dr. H. Husain Abdullah, M.Si

3. Muh. Nasir Badu, S.Sos, M.Hum, Ph.D.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : RINI ANA BORO
NIM : E061191085
PROGRAM STUDI : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
JENJANG : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul :

**“DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI RUMAH BUDAYA INDONESIA
(RBI) DI TIMOR LESTE PADA MASA PANDEMI COVID-19 (TAHUN 2019 – 2021)”**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 11 Mei 2023

Yang Menyatakan,


(Rini Ana Boro)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Hasanuddin, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : RINI ANA BORO
NIM : E061191085
PROGRAM STUDI : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
JENJANG : S1

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Hasanuddin, **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI RUMAH BUDAYA INDONESIA
(RBI) DI TIMOR LESTE PADA MASA PANDEMI COVID-19 (TAHUN 2019 – 2021)”**

Bersama perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Hasanuddin berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Makassar, 11 Mei 2023

Yang Menyatakan



(Rini Ana Boro)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, pemyertaan, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Timor Leste pada Masa Pandemi Covid-19 (Tahun 2019 – 2021)” dengan baik dan dapat memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Skripsi ini merupakan bentuk kontribusi penulis sesuai dengan bidang keilmuan dan memberikan informasi yang berkaitan dengan Diplomasi Budaya Indonesia.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari segala bentuk keterbatasan penulis dan kendala-kendala yang dialami penulis selama proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Dengan demikian, penulis mengharapkan umpan balik berupa kritik dan saran dari para pembaca sebagai bahan masukan yang membangun agar kedepannya penulis dapat berkontribusi lebih baik dalam kepenulisan serta memberi lebih banyak manfaat kepada para pembaca. Selama menjalani penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis juga tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Orangtua yang sangat penulis cintai dan kasihi, yaitu Bapak Dius Bunga dan Mama Hasna. Terima kasih atas segala cinta kasih, dukungan, doa, dan didikan yang telah diberikan kepada penulis sejak awal kelahiran hingga tumbuh dewasa saat ini. Semua langkah yang diambil penulis merupakan hasil dari doa, pengorbanan, dan berkat orangtua yang selalu mengiringi langkah penulis. Semoga penulis dapat membalas kebahagiaan, kasih sayang, dan kebaikan orangtua penulis hingga akhir kehidupan penulis.
2. Kedua saudara saya, Novianus Boro dan Adi Sampe Ruruk, terima kasih atas bantuan, dukungan, dan doa yang telah diterima oleh penulis dari kecil hingga dewasa ini. Semoga penulis dapat membalas kebaikan, dukungan, dan doa yang telah diberikan.
3. Keluarga Tamu Kos, dan Childhood. Terima kasih atas bantuan, penghiburan, dan solidaritas yang telah menemani penulis selama menjalani perkuliahan. Tanpa kalian, perkuliahan ini hanyalah proses pembelajaran semata. Tetapi, keberadaan teman-teman semua, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, telah mewarnai masa perkuliahan penulis. Penulis berharap pertemanan ini akan terus membawa cerita bahagia dalam kehidupan kita masing-masing. Mari menjalani kehidupan yang lebih baik kedepannya.
4. Sahabat saya yang terkasih, Elma Fatresia Palebangan. Terima kasih atas bantuan dan doa, dalam bidang akademik dan non-akademik, yang telah penulis dapatkan selama 15 tahun bersama. Tentunya,

perjalanan ini tidak akan mudah dijalani oleh penulis tanpa kehadiran anda. Mari berjuang untuk segala mimpi-mimpi dalam kehidupan kita masing-masing, dan saling menceritakannya.

5. Teman perjalanan hidup ini, Recky Reinhard Reynanto. Terima kasih atas dukungan, doa, dan kasih sayang yang telah penulis rasakan mulai dari awal hingga selesainya proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah memilih penulis menjadi bagian dari kehidupan anda di awal masa akhir perjalanan studi ini. Kiranya dengan penyertaan Tuhan, kita dapat bertumbuh dan berproses menjadi pribadi yang lebih baik. Semoga Tuhan menyertai dan memberkati hubungan kita sekarang, dan selamanya.
6. Pusat Bahasa Indonesia, Timor Leste. Terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis dalam meneliti mengenai Pusat Budaya Indonesia di Dili, Timor Leste. Penulis berterima kasih khususnya kepada Bapak Trio Hermawan, selaku Program Manager Pusat Budaya Indonesia. Terima kasih atas waktu, kesempatan, ilmu, serta informasi yang telah diberikan kepada penulis selama menjalani penelitian skripsi ini.
7. Rektor Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc., beserta jajarannya Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Bapak Prof. drg. Muhammad Ruslin, M.Kes., Ph.D., Sp.BM(K), Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Pengembangan dan Keuangan Bapak Subehan., S.Si., M.Pharm., Sc., Ph.D., Apt, Wakil

Rektor Bidang Sumber Daya Manusia, Alumni, dan Sistem Informasi
Ibu Prof. Dr. Farida Patittingi, S.H., M.Hum., Wakil Rektor Bidang
Kemitraan, Inovasi, Kewirausahaan dan Bisnis Bapak Prof. Dr. Eng.
Adi Maulana, S.T., M.Phil.

8. Kepala Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Hasanuddin Bapak Dr. Phil Sukri, Ph.D., beserta jajarannya Wakil
Dekan Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Sumber Daya Bapak Dr.
Suparman Abdullah, M.Si., dan Wakil Dekan Bidang Alumni dan
Kemitraan Bapak Dr. Hasrullah, M.Si..
9. Bapak Dr. H. Adi Suryadi B, MA selaku Dosen Pembimbing I dan
Bapak Abdul Razaq Z. Cangara, S.IP., M.Si., MIR selaku Dosen
Pembimbing II yang telah memberi banyak masukan dalam
penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala bimbingan substansi
dan materil, masukan, serta motivasi yang diberikan sehingga skripsi
penulis dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
10. Seluruh Dosen Departemen Ilmu Hubungan Internasional terkhusus
Bapak Drs. Patrice Lumumba, MA., Bapak (alm) Drs. Aspiannor
Masrie, M.Si., Bapak Drs. H. Husain Abdullah, M.Si., Bapak Drs.
Munjin Syafik Asy'ari, M.Si., Bapak Burhanuddin, S.IP., M.Si.,
Bapak Agussalim, S.IP., MIRAP., Bapak Ishaq Rahman, S.IP., M.Si.,
Ibu Pusparida Syahdan, S.Sos., M.Si., Bapak Muh. Ashry Sallatu,
S.IP., M.Si., Bapak Aswin Baharuddin, S.IP., MA., Ibu Nurjannah
Abdullah, S.IP., MA dan Ibu Atika Terima kasih atas ilmu, bimbingan

dan pengetahuan yang sangat berharga baik di akademik maupun non-akademik selama penulis menjadi mahasiswa di Ilmu Hubungan Internasional Universitas Hasanuddin.

11. Staf Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Bu Rahma, Kak Dayat, Kak Ita, dan Pak Ridho.

Terima kasih atas semua bantuannya. Tak lupa juga penulis mengucapkan permintaan maaf apabila masih terdapat ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Semoga penulis dapat memberikan kontribusi lainnya baik dibidang akademik dan non-akademik kedepannya. Akhir kata, penulis menghaturkan terima kasih kepada setiap pihak yang berkontribusi dan kepada pembaca.

Makassar, 11 Mei 2023

Penulis

ABSTRAK

Rini Ana Boro, E061191085, dengan judul Skripsi “Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di Timor Leste pada Masa Pandemi Covid-19 (Tahun 2019 – 2021)” di bawah bimbingan Dr. H. Adi Suryadi B, MA selaku pembimbing I dan Abdul Razaq Cangara S.IP., M.Si, MIR selaku pembimbing II Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui peran, strategi, peluang, dan tantangan Rumah Budaya Indonesia di Timor Leste pada Masa Pandemi Covid-19 (Tahun 2019 – 2021) dalam rangka menjalankan Diplomasi Budaya Indonesia di Timor Leste. Penelitian ini menggunakan konsep Diplomasi Budaya, Pariwisata Internasional, dan Motivasi Wisata. Penggunaan konsep Diplomasi Budaya berfokus pada empat elemen Diplomasi Budaya yaitu Aktor dan Keterlibatan Pemerintah, Tujuan, Kegiatan, dan Audiens untuk menganalisis peran, strategi, peluang, dan tantangan Rumah Budaya Indonesia di Timor Leste. Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah tipe penelitian kualitatif untuk menggambarkan diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste dengan menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui wawancara dan studi pustaka.

Penelitian ini menemukan bahwa Rumah Budaya Indonesia di Timor Leste telah menjalankan Diplomasi Budaya Indonesia di Timor Leste. Adapun peran dan strategi yang diterapkan oleh Rumah Budaya Indonesia sebagai media diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste telah memenuhi tiga fungsi Rumah Budaya Indonesia yakni Culture Learning, Culture Expression, dan Advocacy and Promotion. Meskipun dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa peluang dan tantangan yang dihadapi oleh Rumah Budaya Indonesia yang melingkupi sejarah historis Indonesia – Timor Leste dan situasi Timor Leste.

Kata Kunci : Diplomasi Budaya, Rumah Budaya Indonesia, Timor Leste.

ABSTRACT

Rini Ana Boro, E061191085, with the thesis's title "Indonesian Cultural Diplomacy Through the Indonesian Cultural Center in East Timor during the Covid-19 Pandemic (2019 – 2021)" under the guidance of Dr. H. Adi Suryadi B, MA as supervisor I and Abdul Razaq Cangara S.IP., M.Si, MIR as supervisor II of the Department of International Relations, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University.

This study aims to determine the roles, strategies, opportunities, and challenges of the Indonesian Cultural Center in East Timor during the Covid-19 Pandemic (2019 – 2021) in the context of carrying out Indonesian Cultural Diplomacy in Timor Leste. This study uses the concepts of Cultural Diplomacy, International Tourism, and Tourism Motivation. The use of the concept of Cultural Diplomacy focuses on four elements of Cultural Diplomacy, namely Actors and Government Involvement, Objectives, Activities, and Audiences to analyze the roles, strategies, opportunities, and challenges of the Indonesian Cultural Center in East Timor. This study uses qualitative method to describe Indonesian Cultural Diplomacy in East Timor by using primary and secondary data obtained through interviews and literature studies.

This study found that the Indonesian Cultural Center in East Timor has carried out Indonesian Cultural Diplomacy in East Timor. The role and strategy implemented by the Indonesian Cultural Center as a medium for Indonesian cultural diplomacy in East Timor has fulfilled the three functions of the Indonesian Cultural Center, namely Culture Learning, Culture Expression, and Advocacy and Promotion. Although in its implementation, there are several opportunities and challenges faced by the Indonesian Cultural Center which covers the historical history of Indonesia – East Timor and the situation of East Timor.

Keywords: Cultural Diplomacy, Indonesian Cultural Center, Timor Leste.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan dan Rumusan masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Kerangka Konseptual	14
1.5 Metode Penelitian.....	25
1.6 Sistematika Penulisan.....	29
BAB II.....	31
TINJAUAN PUSTAKA.....	31
2.1 Diplomasi Budaya	31
2.2 Pariwisata Internasional	38
2.3 Motivasi Wisata.....	41
2.4 Penelitian Terdahulu.....	44
BAB III.....	48
GAMBARAN UMUM.....	48
3.1 Profil Negara Timor Leste.....	48

3.2	Sejarah Rumah Budaya Indonesia (RBI)	58
3.3	Pusat Budaya Indonesia sebagai RBI di Timor Leste	62
BAB IV		67
DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI RBI DI TIMOR LESTE PADA MASA PANDEMI COVID-19		67
4.1	Peran dan Strategi Rumah Budaya Indonesia di Timor Leste pada Masa Pandemi Covid-19.....	69
4.2	Peluang dan Tantangan Rumah Budaya Indonesia di Timor Leste pada Masa Pandemi Covid-19.....	87
BAB V.....		97
KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN.....		105

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 3. 1</i> Peta Geografis Timor Leste.....	53
<i>Gambar 3. 2</i> Rumah Budaya Indonesia di Luar Negeri	60
<i>Gambar 3. 3</i> Bangunan Pusat Budaya Indonesia di Dili, Timor Leste	62
<i>Gambar 3. 4</i> Penandatanganan Prasasti PBI oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Muhadjir Effendy	65
<i>Gambar 4. 1</i> Ujian Akhir Semeseter Kelas Bahasa Indonesia oleh BIPA di PBI.....	72
<i>Gambar 4. 2</i> Situasi Pembelajaran Kelas Bahasa Indonesia oleh BIPA.....	73
<i>Gambar 4. 3</i> Sesi Foto Bersama Lomba Debat Bahasa Indonesia Tahun 2019.....	74
<i>Gambar 4. 4</i> Antusiasme Masyarakat Timor Leste pada LDBI 2019.....	74
<i>Gambar 4. 5</i> Situasi Kelas Batik di PBI Tahun 2019	76
<i>Gambar 4. 6</i> Batik Jumputan karya Kelas Batik di PBI Tahun 2019	76
<i>Gambar 4. 7</i> Poster Pembukaan Kelas Musik Tradisional Angklung	77
<i>Gambar 4. 8</i> Poster Pembukaan Kelas Musik Tradisional Gamelan	78
<i>Gambar 4. 9</i> Pertunjukan Tari Saman dalam Sunset Fair 2020.....	80
<i>Gambar 4. 10</i> Pertunjukan Tari Manuk Dadali dalam Sunset Fair 2020.....	80
<i>Gambar 4. 11</i> Poster Indonesian Cultural Performances & Night Market.....	81
<i>Gambar 4. 12</i> Poster Jadwal Penayangan Film Indonesia di Nobar Film PBI Tahun 2020	85
<i>Gambar 4. 13</i> Poster Layanan Tes Penempatan Kemampuan Bahasa Indonesia	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3. 1 PDB Republik Demokratik Timor Leste tahun 2017 - 2019	55

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap negara memiliki kebudayaan yang khas. Keunikan budaya yang tercipta merupakan hasil karya manusia yang melalui sejarah yang panjang sehingga memiliki peranan penting dalam tatanan kehidupan. Melalui budaya, tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara mampu untuk dijelaskan yang berupa identitas, perilaku, dan pencitraan diri. Terminologi budaya yang dimaksudkan merujuk pada definisi yang ditetapkan oleh The United Nation Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) yaitu keseluruhan aspek spiritual, material, intelektual, dan emosional yang khas, yang menjadi ciri masyarakat atau kelompok sosial tertentu, yang bukan hanya mencakup seni dan huruf tetapi cara berkehidupan, hak-hak dasar manusia, sistem nilai, tradisi, dan kepercayaan (Baskoro, 2020).

Budaya memiliki peran penting dalam masyarakat. Salah satu faktor penting budaya yaitu cara untuk mempertunjukkan kekuatan atau *power* yang dimiliki oleh suatu entitas dan juga sebagai instrumen komunikasi yang mampu menunjukkan keinginan untuk memahami entitas lainnya. Melalui hal tersebut, budaya mampu menjadi penentu utama dalam bagaimana seseorang memandang satu sama lain dan menegosiasikan perbedaan yang dimiliki (Briggs & Jones, 2007).

Peran penting budaya dalam kehidupan masyarakat kemudian ditunjukkan dalam tatanan politik. Budaya digunakan sebagai media untuk meningkatkan kerja sama di berbagai bidang melalui diplomasi budaya. Diplomasi budaya merupakan cara yang digunakan oleh aktor negara dan non-negara dalam memperkenalkan dan mempromosikan suatu negara. Sederhananya, diplomasi budaya adalah penggambaran budaya nasional di luar negeri (Rivas, 2007). Penggunaan budaya sebagai instrumen diplomasi dipercaya mampu untuk menumbuhkan basis kepercayaan negara lain untuk membangun hubungan yang harmonis. Basis kepercayaan dan hubungan yang terjalin mampu untuk mempengaruhi keputusan para pembuat kebijakan dalam mencapai keputusan politik, ekonomi, dan militer (Putri, 2020). Diplomasi budaya bertujuan untuk membangun hubungan yang positif, damai, dan konstruktif pada tingkat internasional (Carbone, 2017).

Salah satu instrumen diplomasi budaya adalah Pariwisata. Pariwisata mampu mendorong pertemuan antar komunitas dan budaya yang berbeda sehingga mampu mendorong dialog antar-budaya dan pemahaman lintas budaya (Carbone, 2017). Sejalan dengan pendapat tersebut, Wohlmuther & Wintersteiner (2017) mengatakan bahwa pariwisata adalah agen dalam perdamaian.

Banyak negara yang telah mengembangkan pariwisata sebagai alat diplomasi budaya, salah satunya adalah Indonesia. Indonesia merupakan negara yang menitikberatkan budaya sebagai tujuan wisata. Kekayaan budaya yang dimiliki oleh Indonesia mulai dari nilai-nilai luhur yang

melekat, adat istiadat, hingga permainan tradisional mampu membawa Indonesia sebagai negara tujuan destinasi budaya. Kekayaan kebudayaan nasional Indonesia yang dilatarbelakangi kebudayaan daerah yang beragam meningkatkan daya tarik wisatawan.

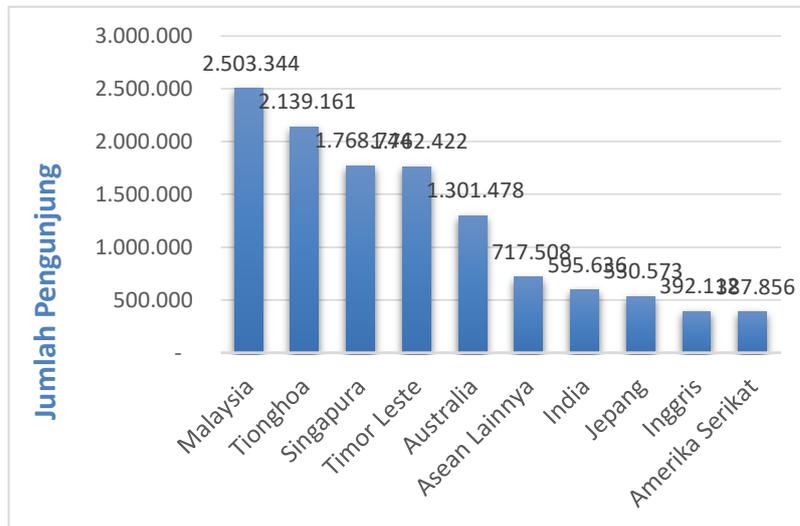
Kualitas pariwisata Indonesia terus dikembangkan. Dalam Laporan Koordinasi Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) atau Indeks Daya Saing Pariwisata yang dirilis oleh World Economic Forum (WEF), Indonesia mengalami peningkatan peringkat dalam 5 tahun terakhir. Pada tahun 2021, Indonesia berada pada peringkat 32 dari 117 negara partisipan. Hal ini menandakan terjadi peningkatan kualitas pariwisata Indonesia.

Peningkatan kualitas juga diikuti dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Indonesia di tahun 2019. Pada tahun 2019, terdapat peningkatan 1,88% kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2019 mencapai 16,11 juta kunjungan (BPS, 2020).

Grafik 1.1 Persentase Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancenegara ke Indonesia

Menurut Kebangsaan

Tahun 2019



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) (2020)

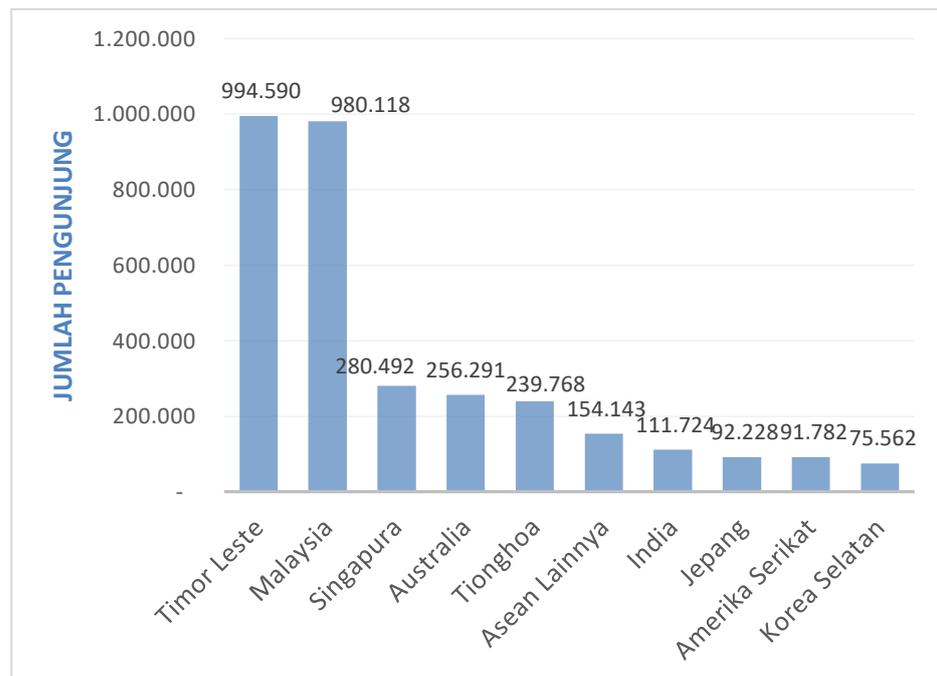
Berdasarkan data yang dikelola oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Malaysia merupakan negara yang memiliki jumlah kunjungan terbanyak ke Indonesia pada tahun 2019. Di urutan kedua terdapat Tiongkok dengan total kunjungan 2,139,161 kunjungan. Di urutan selanjutnya yaitu Singapura, Timor Leste dan Australia. Grafik tersebut juga menggambarkan kecenderungan negara-negara yang berada di Asia Tenggara mengunjungi Indonesia.

Memasuki awal tahun 2020, Pandemi Covid-19 terjadi. Dalam mengatasi pandemi Covid-19, banyak negara menutup wilayahnya atau *lockdown* sebagai langkah untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19 (Rusmini, 2021). Dalam memerangi Pandemi Covid-19, Indonesia

menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dalam kebijakan PSBB yang diterapkan pemerintah Indonesia, sektor pariwisata mengalami kemunduran. Pemberlakuan PSBB Indonesia berakhir pada bulan Mei 2022 (CNBC Indonesia, 2022).

Pemberlakuan PSBB di Indonesia dan pemberlakuan *lockdown* di banyak negara mengakibatkan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia berkurang signifikan. Pada tahun 2020, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara Indonesia hanya mencapai 4,02 juta kunjungan atau menurun 75,03 persen dibandingkan jumlah kunjungan tahun 2019 (BPS, 2021)

Grafik 1.2 Persentase Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan Tahun 2020



Sumber : BPS (2021)

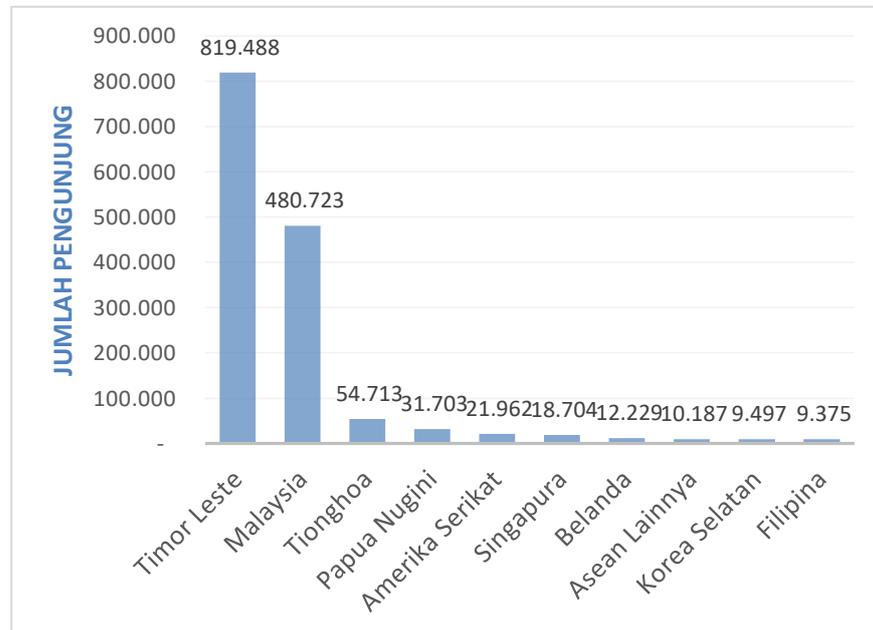
Berdasarkan data yang dikemukakan BPS pada awal tahun 2021, Timor Leste merupakan negara yang menduduki urutan pertama dengan kunjungan terbanyak ke Indonesia di tahun 2020. Pada urutan selanjutnya terdapat Malaysia dan Singapura. Di urutan keempat terdapat Australia, dan diikuti oleh Tiongkok. Kecenderungan negara Asia Tenggara masih terlihat dalam kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia yang dirilis oleh BPS tahun 2021.

Di awal tahun 2021, Indonesia mulai berbenah dalam menangani Pandemi Covid-19. Kebijakan PSBB digantikan dengan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dalam kebijakan PPKM, Indonesia menerapkan pembatasan mobilitas masyarakat. Beberapa sektor esensial mulai dibuka perlahan, dan perekonomian perlahan berjalan kembali. Tetapi, sektor pariwisata belum membaik. Di akhir tahun 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai titik terendah yakni 1,56 juta kunjungan atau turun 61,57 persen dibandingkan tahun sebelumnya (BPS, 2022).

Grafik 1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Menurut Kebangsaan

Tahun 2021



Sumber : BPS (2022)

Meskipun mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang signifikan, Indonesia masih dikunjungi oleh beberapa negara. Berdasarkan data yang dikemukakan oleh BPS, Timor Leste masih menjadi negara pertama yang memiliki kunjungan terbanyak ke Indonesia di tahun 2021. Di urutan kedua terdapat Malaysia dengan jumlah kunjungan 480.723. Tiongkok dan Papua Nugini menyusul di urutan selanjutnya dengan total kunjungan 54.713 dan 31.703. Kemudian, Amerika Serikat berada di urutan kelima negara yang memiliki total kunjungan terbanyak ke Indonesia pada tahun 2021.

Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia, Indonesia telah melakukan banyak cara agar mampu mengembangkan industri pariwisata yang ada di Indonesia. Salah satu langkah yang dilakukan Indonesia dalam rangka mendorong wawasan masyarakat Internasional mengenai pariwisata Indonesia serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia adalah memperkenalkan pariwisata budaya Indonesia melalui Rumah Budaya Indonesia. Rumah Budaya Indonesia merupakan ruang publik untuk memperkenalkan kekayaan budaya bangsa Indonesia kepada dunia dalam rangka meningkatkan citra, apresiasi dan membangun ikatan budaya masyarakat internasional terhadap Indonesia (Siswantara, 2012).

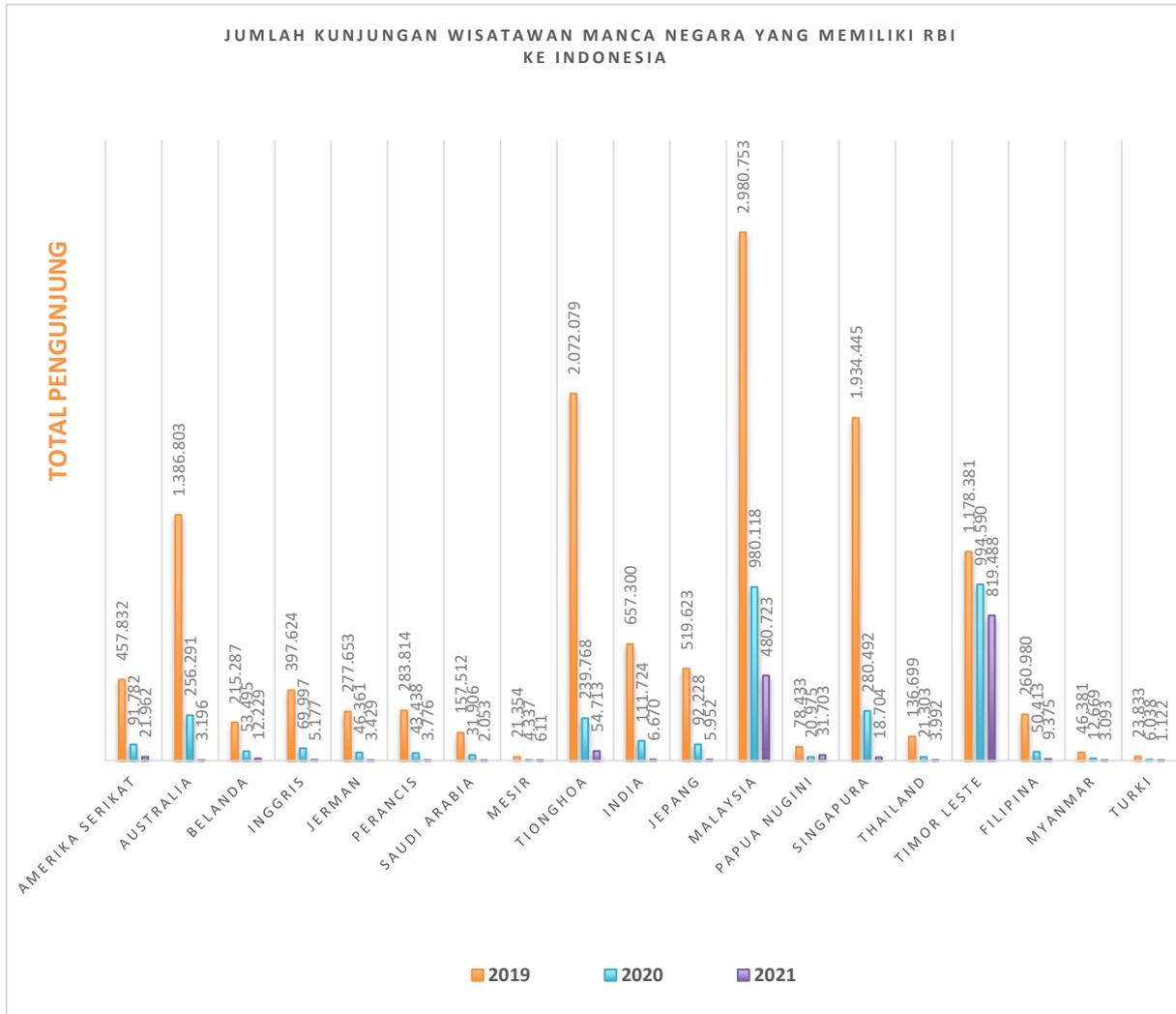
Rumah Budaya Indonesia (RBI) merupakan hasil dari Rencana Induk Nasional Pembangunan Kebudayaan Tahun 2009-2021 yang bertugas dalam penguatan kebudayaan antar-negara, penguatan karakter dan jati diri bangsa serta multikultural, pelestarian sejarah dan warisan budaya, pengembangan industri budaya, serta penguatan diplomasi budaya. Penggagasan RBI juga selaras dengan program Nawa Cita yang dicanangkan oleh Presiden Joko Widodo. Dalam program Nawa Cita Joko Widodo, pariwisata menjadi salah satu fokus pembangunan.

Dalam merealisasikan program tersebut, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) telah melakukan pembangunan RBI di 19 negara. Terdapat 17 negara yang memiliki atase pendidikan dan kebudayaan Indonesia yakni Amerika Serikat, Australia, Korea Selatan, Belanda,

Inggris, Jerman, Perancis, Saudi Arabia, Mesir, Tiongkok, India, Jepang, Malaysia, Papua Nugini, Singapura, Thailand, Timor Leste, Filipina dan dua negara yang belum memiliki atase pendidikan dan kebudayaan Indonesia yaitu Myanmar dan Turki. Pendirian Rumah Budaya Indonesia telah dimulai sejak tahun 2007 dengan pembangunan RBI di Jerman dan Korea Selatan (Putri, 2020).

Rumah Budaya Indonesia diharapkan mampu menjalankan tiga perannya, yaitu *Culture Learning*, *Culture Expression*, dan *Culture Promocy and Advocacy* (Rickie, 2019). Dalam perannya sebagai *Culture Learning*, RBI diharapkan mampu menjadi sarana pengenalan dan pembelajaran budaya di dunia internasional. Dalam peran *Culture Expression*, RBI diharapkan mampu menjadi wadah apresiasi dan presentasi keberagaman budaya Indonesia di mata dunia. Dalam menjalani peran *Culture Promocy and Advocacy*, RBI diharapkan menjadi wadah untuk membahas dan mengembangkan citra budaya Indonesia agar dapat diakui oleh masyarakat Internasional serta diharapkan mampu memperkuat pengakuan dan penghargaan Internasional terhadap keberagaman budaya beserta warisan budaya yang ada. Selain menjalani tiga peran yang ada, RBI diharapkan mampu menjalankan diplomasi budaya di Timor Leste agar mempererat hubungan antar kedua negara dalam berbagai aspek seperti *people-to-people contact* dalam pariwisata.

Grafik 1.4 Persentase Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Yang Memiliki RBI ke Indonesia



Sumber : BPS (2020) (2021) (2022)

Berdasarkan grafik diatas, Malaysia merupakan negara yang memiliki tingkat kunjungan terbanyak ke Indonesia di tahun 2019. Tetapi, kunjungan wisatawan Malaysia ke Indonesia terus menurun hingga penghujung tahun 2021. Australia, Tiongkok, dan Singapura juga memiliki tingkat kunjungan yang tinggi pada tahun 2019, tetapi pada tahun berikutnya jumlah kunjungan wisatawan negara-negara tersebut ke Indonesia menurun signifikan. Berbeda halnya dengan negara lain, terdapat fenomena menarik

yang terjadi yakni penurunan angka kunjungan wisatawan Timor Leste ke Indonesia yang cenderung lambat.

Grafik 1.5 Persentase Jumlah Kunjungan Wisatawan Timor Leste ke Indonesia



Sumber : BPS (2019) (2020) (2021)

Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa penurunan kunjungan wisatawan Timor Leste memiliki kecenderungan yang berbeda dengan negara-negara lainnya. Meskipun menghadapi situasi pandemi yang mengharuskan negara menutup lintas batas negara, Timor Leste menjadi negara yang memiliki tingkat kunjungan yang tinggi pada tahun 2020 dan 2021 ke Indonesia.

RBI Timor Leste yang berada di Dili, Timor Leste diresmikan pada April 2019 oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia (Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2019). Keberadaan RBI mempunyai arti hakiki dalam mempererat dan memperkuat hubungan dan kerja sama antara Indonesia - Timor Leste, serta menjadi salah satu instrumen *soft*

power dari politik luar negeri Indonesia. RBI merupakan sarana untuk meningkatkan dan memperkuat “*people to people contact*” dan mempererat hubungan persahabatan antara kedua bangsa melalui berbagai kegiatan bersama secara terencana, terarah, dan profesional di bidang sosial-budaya (Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2019). Kehadiran RBI di Timor Leste mengukuhkan kehadiran Indonesia di Timor Leste.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menganalisis Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di Timor Leste pada masa Pandemi Covid-19. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis mengangkat judul penelitian Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Timor Leste pada Masa Pandemi (Tahun 2019 – 2021)

1.2 Batasan dan Rumusan masalah

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi penelitian yaitu terfokus pada upaya Diplomasi Budaya Indonesia melalui RBI di Timor Leste pada Masa Pandemi (Tahun 2019 – 2021) serta faktor-faktor yang mempengaruhi upaya implementasi tersebut. Berdasarkan pembahasan yang penulis telah uraikan dalam latar belakang dan batasan masalah, maka rumusan masalah yang diangkat penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran dan strategi Rumah Budaya Indonesia (RBI) Timor Leste dalam menjalankan diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste pada masa Pandemi Covid-19?

2. Bagaimana peluang dan tantangan Rumah Budaya Indonesia (RBI) Timor Leste dalam menjalankan diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste pada masa Pandemi Covid-19?

Penelitian ini berfokus dalam penggunaan konsep diplomasi budaya yang berfokus pada elemen dasar diplomasi budaya yang mencakup empat elemen, yakni aktor dan keterlibatan pemerintah (*actors and government involvement*), tujuan (*objectives*), kegiatan (*activities*), dan audiens (*audience*) dalam menjelaskan peran, strategi, peluang, dan tantangan RBI dalam menjalankan diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste pada masa Pandemi Covid-19 (Tahun 2019 – 2021). Pendekatan pertama, aktor dan keterlibatan pemerintah (*actors and government involvement*) dan tujuan (*objectives*), digunakan untuk mengidentifikasi kebijakan yang dikeluarkan oleh RBI di Timor Leste. Pendekatan kedua, kegiatan (*activities*) dan audiens (*audience*), digunakan untuk menganalisis implementasi fungsi RBI Timor Leste dalam program yang dilaksanakan. Pendekatan ini akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua. Penjelasan lebih lanjut mengenai konsep yang digunakan terdapat pada bagian 1.4.1.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran dan strategi Rumah Budaya Indonesia (RBI) dalam menjalankan diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste pada masa Pandemi Covid-19.
- b) Untuk mengidentifikasi dan menganalisis peluang dan tantangan Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Timor Leste dalam menjalankan diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste pada masa Pandemi Covid-19.

Adapun manfaat dan kegunaan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan kontribusi berupa informasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi akademisi dan pemerhati isu Diplomasi Budaya Indonesia di Timor Leste, khususnya kepada Mahasiswa/i yang memiliki ketertarikan terhadap Diplomasi Budaya Indonesia.
- b) Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan bagi setiap aktor dalam hubungan internasional, yaitu kepada individu, organisasi, dan pemerintah. Baik di tingkat nasional, regional, maupun internasional agar dapat dijadikan sebagai rujukan bagi yang memiliki ketertarikan terhadap topik Diplomasi Budaya Indonesia melalui Rumah Budaya Indonesia.

1.4 Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan dua konsep yang akan memperjelas hubungan antara kedua variabel yang diteliti, yakni konsep Diplomasi Budaya Pariwisata Internasional, dan Motivasi Wisata. Tetapi, dominansi

konsep berbasis pada Diplomasi Budaya yang akan menjelaskan bagaimana pariwisata internasional terbentuk melalui upaya-upaya diplomasi budaya yang dilakukan oleh Rumah Budaya Indonesia. Berikut uraian dan relevansi konsep-konsep yang dimuat dalam penelitian ini, yakni:

1.4.1 Diplomasi Budaya

Diplomasi Budaya pada awal abad ke-20 digunakan oleh pemerintah negara-negara Eropa untuk mempertahankan negara-negara koloni yang ada (Zamorano, 2016). Di masa perang dingin, pendekatan diplomasi budaya dilakukan oleh Amerika Serikat. Hal ini terlihat dari beberapa cara yang dilakukan oleh Amerika Serikat dalam mendekati negara-negara lain untuk memastikan pengaruh Amerika Serikat di negara lain tetap ada. Di sisi lain, penggunaan budaya dalam penyebaran demokrasi dan liberalisme menggunakan musik jazz menjadi tanda bahwa budaya mampu untuk membawa pengaruh yang signifikan (Baskoro, 2020).

Namun, di akhir abad ke-20, penggunaan diplomasi budaya sebagai instrumen politik mulai dipertanyakan. Popularitas diplomasi budaya menyusut di akhir Perang Dingin (Baskoro, 2020). Terdapat beberapa alasan dibalik penurunan popularitas budaya sebagai instrumen diplomasi. Pertama, diplomat dan ahli politik tidak mengandalkan budaya sebagai aspek utama dalam diplomasi. Kedua, kesulitan dalam menentukan periode waktu yang diperlukan untuk mengetahui dampak atau perubahan pada perilaku target audiens

menjadikan diplomasi budaya kurang efektif. Ketiga, kurangnya perhatian dari akademisi Hubungan Internasional terkait diplomasi budaya. Hal ini disebabkan pada kurangnya kejelasan mengenai diplomasi budaya, eksplorasi yang dapat dilakukan, dan rendahnya pengetahuan akan elaborasi kegiatan yang tepat pada pengimplementasian diplomasi budaya. (Baskoro, 2020).

Terminologi budaya masih sangat luas mengakibatkan definisi dan eksplorasi mengenai diplomasi budaya masih kabur. Dalam memahami diplomasi budaya, definisi mengenai budaya harus jelas. Budaya menurut Kidd (2022) mengartikan budaya sebagai cara hidup sekelompok orang (Baskoro, 2020). Griffin berpendapat bahwa budaya adalah terminologi yang sulit untuk dijelaskan. Hal ini dikarenakan budaya tidak hanya berbicara mengenai seni, tari, musik, pertukaran pelajar di luar negeri, dan fotografi. Griffin mengungkapkan bahwa budaya hidup dalam masyarakat. Budaya yang hidup dalam masyarakat tersebut mencakup pada cara berpikir, cara memahami dan menafsirkan orang lain hingga pada selera humor (Griffin, 2010). UNESCO juga memberikan definisi mengenai budaya, yakni

“the whole complex of distinctive spiritual, material, intellectual and emotional features that characterize a society or social group, includes not only arts and letters but also modes of lifes, the

fundamental rights of human beings, value systems, traditions and beliefs”

Merujuk pada definisi yang dikeluarkan oleh UNESCO, budaya adalah keseluruhan aspek spiritual, material, intelektual, dan emosional yang khas, yang menjadi ciri masyarakat atau kelompok sosial tertentu, yang bukan hanya mencakup seni dan huruf tetapi cara berkehidupan, hak-hak dasar manusia, sistem nilai, tradisi, dan kepercayaan (Baskoro, 2020).

Terdapat beberapa pengertian diplomasi budaya yang diberikan oleh para ahli. Mutsaka dan Leonard mengatakan bahwa diplomasi budaya adalah bagian dari diplomasi publik (Baskoro, 2020). Beberapa ahli juga mengatakan bahwa diplomasi budaya adalah inti dari diplomasi publik (Kim, 2017).

Milton Cummings dalam bukunya, *Cultural Diplomacy and the United States Government*, Diplomasi Budaya merupakan pertukaran ide, informasi, seni, bahasa, dan aspek budaya lainnya di antara masyarakatnya untuk menumbuhkan pemahaman bersama (*mutual understanding*) (Bajora, 2017). Definisi Cummings juga dapat diterjemahkan sebagai apa yang perlu dilakukan negara untuk bercerita dan memperkenalkan diri kepada dunia internasional (Baskoro, 2020). Mark (2009) mengemukakan bahwa diplomasi budaya memiliki potensi sebagai media yang kuat untuk meningkatkan reputasi dan image suatu negara dan hubungannya

dengan negara lain (Baskoro, 2020). Mark dalam publikasinya yang berjudul *A Greater Role for Cultural Diplomacy* membagikan elemen dasar diplomasi budaya ke dalam empat kategori (Samantha, 2019). Elemen-elemen dalam Diplomasi Budaya terdiri dari,

1) aktor dan keterlibatan pemerintah (*actors and government involvement*).

Keterlibatan aktor dan pemerintah dalam diplomasi budaya bertujuan untuk memproyeksikan citra suatu bangsa di luar negeri. Negara merupakan aktor utama dalam diplomasi budaya. Hal ini karena diplomasi budaya mendukung politik luar negeri suatu pemerintah sehingga terdapat keterlibatan kementerian luar negeri di dalam proses pelaksanaannya. Mark menegaskan bahwa praktik diplomasi budaya menjadikan negara menjadi aktor negara utama dan satu-satunya. Praktik diplomasi budaya yang melalui aktor non-negara tidaklah sah sehingga tidak dapat didefinisikan sebagai diplomasi budaya.

2) tujuan (*objectives*).

Dalam diplomasi budaya, suatu negara memiliki tujuan yang ingin dicapai. Diplomasi Budaya dapat menjadi salah satu instrumen yang digunakan oleh suatu negara dalam mencapai kepentingan negara. Pada umumnya, kehadiran negara di dalam aspek kebudayaan diharapkan mampu mempererat hubungan yang terjalin antar negara. International Cultural Diplomacy (ICD) mengungkapkan tujuan

diplomasi budaya adalah untuk menjaga stabilitas dan perdamaian. Mark menunjukkan diplomasi budaya memiliki tujuan fungsional seperti: meningkatkan budaya, perdagangan, politik, ekonomi dan elemen diplomatik suatu negara (Baskoro, 2020). Selain itu, diplomasi budaya juga diharapkan mampu membangun kerja sama antar kelompok diaspora serta menjaga hubungan bilateral pada saat terjadi ketegangan politik antar kedua negara (Setiawan, 2020). Sementara itu, setiap pemerintah juga memiliki tujuan idealistik dalam mengimplementasikan diplomasi budaya, seperti pembangunan kesepahaman, mencegah dan mengatasi etnosentrisme dan stigma yang beredar dalam masyarakat, serta untuk mencegah terjadinya konflik (Setiawan, 2020).

3) kegiatan (*activities*).

Melalui diplomasi budaya, terdapat beragam kegiatan yang diupayakan. Rangkaian kegiatan yang direncanakan diharapkan mampu menjadi sarana penguat kebudayaan. Budaya yang diperlihatkan dalam kegiatan diplomasi budaya merupakan budaya asli yang berasal dari negara tersebut. Seiring perkembangan waktu, dalam penyelenggaraan kegiatan diplomasi budaya terdapat aktivitas diplomasi budaya menggabungkan *high culture* dan *low culture*. *High Culture* mengacu pada seperangkat produk budaya yang memiliki nilai yang tinggi dalam masyarakat. Budaya dalam bentuk kesenian memiliki posisi yang tinggi dan hanya mampu dinikmati oleh

bangsawan di masa lampau. Implementasi kesenian high culture berupa pertunjukan musik klasik (*orchestra*), pameran karya seni yang meliputi lukisan, patung, dan lain-lain. Kesenian tersebut dipandang sebagai high culture karena mampu mewakili kecerdasan, kehalusan, dan strata kelas yang tinggi. Implementasi budaya populer (*low culture*) meliputi karya seni yang melibatkan banyak orang (non-elit). Budaya populer mencakup pameran makanan, serial televisi, musik, dan sebagainya. Seiring perkembangan waktu, pemisahan antara *high culture* dan *low culture* mulai padam. Masyarakat golongan atas dan bawah mampu menikmati kesenian yang sama. Hal ini mendorong program dalam diplomasi budaya untuk menjadi lebih universal dalam menyelenggarakan aktualisasi diplomasi budaya dalam bentuk program-program.

.4) audiens (*audience*).

Keberadaan audiens menjadi salah satu elemen yang penting dalam Diplomasi Budaya karena audiens merupakan sasaran yang bertujuan untuk membentuk pendapat umum yang diinginkan. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Waller, yakni diplomasi budaya dimaksudkan untuk mempengaruhi target audiens sehingga dalam waktu tertentu, target audiens mampu untuk menyebarkan pengaruh dan membangun dukungan yang tepat demi berlangsungnya suatu tujuan politik. Bentuk ini serupa dengan mengoperasikan dimensi budaya dalam mempengaruhi orang asing (*foreigners*) dalam

membangun suatu perspektif mengenai suatu budaya, masyarakat, dan nilai dan kebijakan yang hidup di negara tertentu. Diplomasi budaya juga digunakan untuk membangun kolaborasi yang lebih besar antar negara untuk mencegah, mengurangi, dan mengelola perselisihan. Seperti yang diharapkan, diplomasi budaya dapat meningkatkan kesepahaman di antara negara dan bangsa (Baskoro, 2020).

Pada penelitian ini, penulis memfokuskan penelitian pada penggunaan konsep diplomasi diplomasi yang meliputi empat elemen diplomasi budaya yakni aktor dan keterlibatan pemerintah (*actors and government involvement*), tujuan (*objectives*), kegiatan (*activities*), dan audiens (*audience*) yang dianggap memiliki kaitan yang erat dengan peran Rumah Budaya Indonesia sebagai media diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste untuk menganalisis peran, strategi, peluang, dan tantangan Rumah Budaya Indonesia terhadap Besarnya Wisatawan Timor Leste ke Indonesia.

1.4.2 Pariwisata Internasional

Pariwisata Internasional adalah fenomena aktivitas manusia yang berpergian dengan berbagai tujuan seperti perdagangan, agama, pendidikan, atau sekedar menikmati waktu luang yang melintasi batas wilayah negara. Dalam buku *International Tourism: Identity and Change*, pariwisata internasional adalah individu atau sekelompok

orang yang melintasi batas wilayah negaranya untuk berpergian atau menetap karena alasan non-profesional (Lanfant et al., 2012).

The World Tourism Organization (UNWTO) membedakan pariwisata (tourism) ke dalam tiga bentuk dasar kepariwisataan. Pertama, *domestic tourism* (pariwisata domestik) adalah kunjungan pariwisata yang dilakukan penduduk di dalam negaranya sendiri. Kedua, *inbound tourism* adalah kunjungan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara ke negara lain yang bukan tempat tinggalnya. Ketiga, *outbound tourism* yaitu kunjungan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara ke negara lain. Pariwisata Internasional adalah penggabungan dari *inbound tourism* dan *outbound tourism* (François Vellas & Bécherel, 1995). Merujuk pada hal tersebut, Pariwisata Internasional melingkupi kunjungan pendatang (non-resident) ke dalam suatu negara yang bukan tempat tinggalnya dan kunjungan ke luar negeri yang dilakukan oleh penduduk suatu negara.

UNWTO mengemukakan bahwa terdapat enam elemen destinasi wisatawan, yaitu 1) *natural*; 2) *cultural and man-made resources*; 3) *attractions*; 4) *facilities*; 5) *services*; 6) *activities* (*Product Development / UNWTO, n.d.*). Keenam elemen tersebut merupakan elemen dasar yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan diperlukan pengelolaan atraksi wisata yang memadai. Atraksi wisata terdiri dari *something to see* (sesuatu untuk dilihat), *something to do* (sesuatu untuk dilakukan),

dan *something to buy* (sesuatu untuk dibeli) (Novitaningtyas et al., 2019). *Something to see* adalah hal-hal yang dapat dilihat oleh wisatawan. Hal ini dapat berupa pemandangan alam atau atraksi budaya. *Something to do* adalah bentuk kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan yang berkunjung. Hal ini dapat berupa kegiatan menari, bermain musik, dan aktivitas lainnya. Sementara ini, *something to buy* adalah produk yang dapat dibeli oleh wisatawan seperti sovenir atau *merchandise*. Ketiga hal tersebut mampu memberikan gambaran atau kesan bagi para wisatawan (Novitaningtyas et al., 2019).

1.4.3 Motivasi Wisata

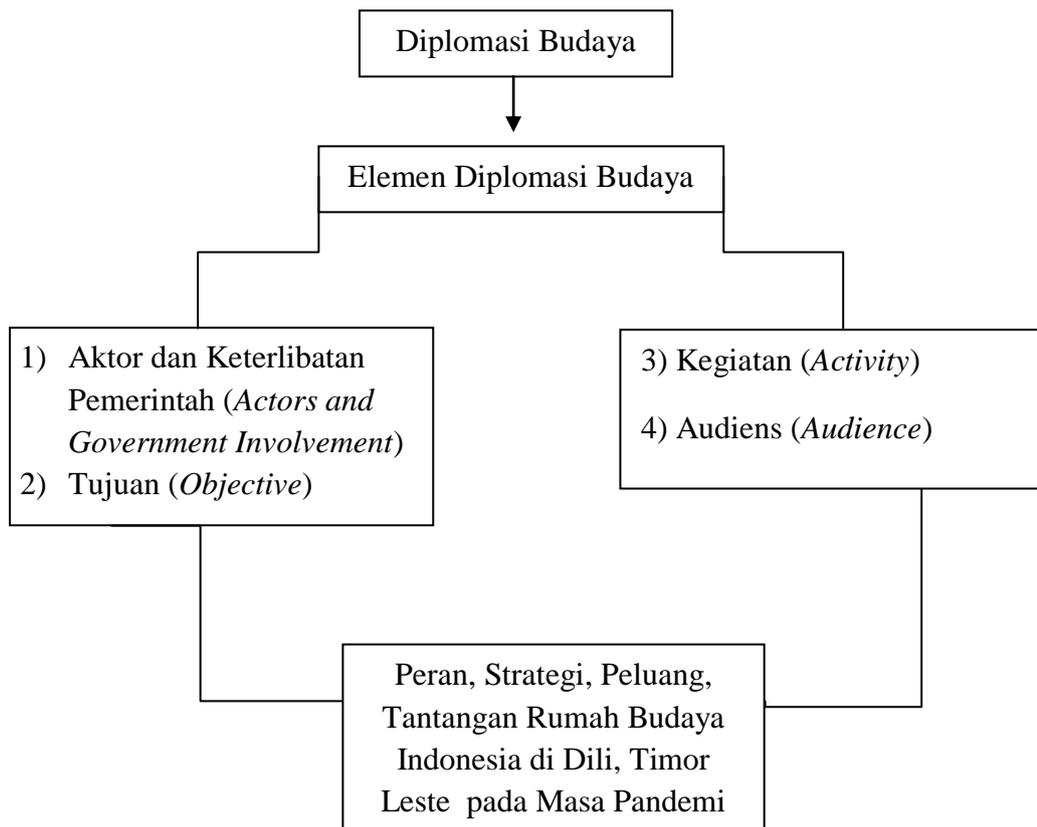
Motivasi wisata merupakan faktor yang mampu memberikan seseorang atau sekelompok orang keinginan untuk berperilaku dengan cara tertentu atau alasan seseorang atau sekelompok orang melakukan sesuatu (Irsha, 2018). Dalam kaitannya dengan perjalanan wisata, motivasi wisata mampu mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan wisata dengan cara dan alasan tertentu. Seaton mengungkapkan bahwa motivasi individu melakukan perjalanan adalah memperoleh suasana baru yang tidak didapatkan dalam kehidupan sehari-hari (Crompton, 1979).

Motivasi Wisata dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni faktor pendorong (*push factors*) dan faktor penarik (*pull factors*). Faktor pendorong. Faktor pendorong adalah motif yang mendorong

wisatawan menjauh dari kehidupan sehari-hari, sedangkan faktor penarik adalah motif yang mendorong wisatawan menuju pada suatu destinasi (Irsha, 2018). Menurut Crompton, faktor pendorong berfungsi dalam membangun keinginan untuk berwisata. Sedangkan faktor penarik adalah pilihan destinasi (Snepenger et al., 2006).

Crompton menyebutkan bahwa terdapat tujuh faktor pendorong dalam motivasi wisata yaitu keinginan untuk keluar dari lingkungan sehari-hari, eksplorasi dan evaluasi diri, relaksasi, prestise, regresi, peningkatan hubungan kekerabatan dan fasilitasi interaksi sosial. Sedangkan, terdapat dua faktor penarik yaitu kebaruan dan pendidikan.

1.4.4 Metode Analisis



1.4.5 Argumentasi Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka konsep dan operasionalisasi variabel yang telah dibahas sebelumnya, penulis membangun argumentasi utama bahwa RBI telah menjalankan perannya sebagai sarana Diplomasi Budaya Indonesia di Timor Leste dengan tiga fungsi utama RBI yakni *Culture Learning*, *Culture Expression*, *Culture Promocy and Advocacy*. Oleh karena itu, penelitian ini berorientasi pada argumentasi pendukung sebagai berikut;

- 1) RBI telah menjalankan tiga fungsi utama yakni *Culture Learning*, *Culture Expression*, dan *Culture Promocy and Advocacy*. Meskipun terkendala oleh pandemi, RBI mampu untuk mengoptimalkan posisinya sebagai media Diplomasi Budaya Indonesia dalam menjalankan diplomasi budaya di Timor Leste.

1.5 Metode Penelitian

1.6.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan penulis adalah kualitatif. Metode kualitatif menghasilkan tipe data yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata (Simister & James, 2017), yang dimana dalam penelitian ini penulis akan menjelaskan kecenderungan relatif dari peran dan strategi Rumah Budaya Indonesia (RBI) dalam menjalankan diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari sebuah realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Karena peneliti menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling, dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka (Fadli, 2021).

Melalui penelitian kualitatif, penulis akan menjelaskan peran dan strategi Rumah Budaya Indonesia (RBI) dalam menjalankan diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste. Penelitian ini bersifat deskriptif analitik yang akan mengeksplorasi fenomena yang diteliti dan dijabarkan melalui data berupa kata-kata dan gambar.

1.6.2 Jenis Data

Dalam proses penelitian, penulis akan menggunakan dua jenis sumber data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah jenis data yang didapatkan secara langsung oleh penulis dan pihak yang terkait sehingga tidak memiliki perantara dalam pemerolehan data. Dalam penelitian ini, data primer berasal dari kelompok, institusi, lembaga, atau individu terkait topik yang diteliti melalui metode wawancara (*interview*) yang dilakukan oleh penulis dan pihak terkait. Metode wawancara (*interview*) yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah metode pemberian pertanyaan terkait informasi mengenai

topik yang akan diteliti dan pihak terkait akan memberikan jawaban mengenai pertanyaan tersebut. Metode wawancara (interview) ini akan dilakukan untuk memperoleh data secara langsung dari sumber pertama sehingga informasi akan lebih relevan berdasarkan peristiwa yang sebenarnya. Sementara itu, data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh melalui kajian literatur dengan topik yang berkaitan dengan topik penelitian. Adapun data primer yang dimaksudkan adalah program kerja RBI di Timor Leste selama masa pandemi Covid-19. Sedangkan, data sekunder yang dimaksudkan yaitu Profil Negara Timor Leste, Sejarah dan Proses berdirinya RBI di Timor Leste, dan kajian literatur yang dimaksudkan dapat diperoleh melalui buku, artikel, jurnal, dokumen resmi, website resmi, dan sumber elektronik lainnya yang bersifat kredibel.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode teknik pengumpulan data adalah teknik untuk mendapatkan data secara fisik untuk dianalisis dalam studi penelitian (Johnson & Christensen, 2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui metode pengumpulan data kepustakaan (*library research*) dan digabungkan dengan pengolahan data primer yang didapatkan sesuai dengan pemaparan jenis data sebelumnya. Studi Kepustakaan (*library research*) dipahami sebagai teknik pengumpulan data dalam suatu penelitian melalui penelusuran dan pencatatan kajian literatur dengan topik yang berkaitan dengan

penelitian. Dalam penelitian ini, studi kepustakaan dilakukan berdasarkan pada beberapa sumber yang memiliki relevansi dengan topik yang akan diteliti. Adapun sumber kajian literatur mencakup buku, jurnal, artikel, dokumen resmi, website resmi, dan sumber elektronik lainnya. Selanjutnya, pengolahan data primer yang didapatkan secara langsung melalui metode wawancara (*interview*) dengan pihak terkait dan relevan dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara (*interview*) secara dalam jaringan (*daring*) melalui video konferensi dengan menggunakan aplikasi Zoom dan/atau Google Meet. Penulis akan melakukan wawancara bersama dengan Pusat Budaya Indonesia di Dili, Timor Leste. Hasil dari wawancara (*interview*) tersebut akan direkapitulasikan oleh penulis dan diolah menjadi data primer yang akan menjadi sumber informasi penulis dalam menyusun deskripsi penelitian ini.

1.6.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan adalah teknik analisis kualitatif-deksriptif. Teknik ini menganalisis permasalahan yang digambarkan berdasarkan pada fakta yang terjadi. Setelah itu, fakta tersebut dikaitkan dengan fakta yang lain sehingga mendapatkan tujuan yang diinginkan. Adapun dalam penelitian kualitatif biasanya bertumpu pada triangulasi data yang diperoleh dari tiga metode yaitu *interview*, *participant observation*, dan analisis dokumen (*document*

record) (Fadli, 2021). Hal ini diharapkan dapat mencapai apa yang diharapkan dari keobjektifan hasil penelitian melalui metode penelitian kualitatif itu sendiri.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut uraian sistematika penulisan penelitian yang tersusun ke dalam lima bab, antara lain;

BAB 1 Pendahuluan mencakup latar belakang permasalahan, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konsep, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB 2 Tinjauan Pustaka memuat kajian teoritis yang akan digunakan untuk menganalisis dan berargumentasi terkait penelitian yang diangkat. Adapun konsep yang akan digunakan adalah konsep Diplomasi Budaya, Pariwisata Internasional, dan Motivasi Wisata.

BAB 3 Gambaran Umum memuat penjelasan mengenai Profil Negara Timor Leste, Sejarah dan Peran Rumah Budaya Indonesia, dan Pusat Budaya Indonesia di Timor Leste sebagai media diplomasi budaya Indonesia di Timor Leste pada Masa Pandemi Covid-19 (Tahun 2019 – 2021).

BAB 4 Analisis dan Hasil Penelitian berisikan operasionalisasi variabel yang dikemukakan di bab 1 akan diimplementasikan terhadap data-data guna menemukan jawaban dan justifikasi atas pertanyaan penelitian yang diangkat.

BAB 5 Kesimpulan menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan serta memvalidasi kembali asumsi dan hipotesis yang telah diproyeksikan di awal penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka merupakan kajian teori-teori terdahulu yang menjadi rujukan penulis dalam menganalisis topik penelitian yang akan dikaji. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga konsep dalam menganalisis Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Timor Leste pada Masa Pandemi (Tahun 2019 – 2021). Adapun konsep yang digunakan penulis melingkupi: 1) Diplomasi Budaya, menjelaskan mengenai penggunaan budaya sebagai media diplomasi; 2) Pariwisata Internasional, menjelaskan mengenai sejarah pariwisata internasional dan bentuk pariwisata internasional; 3) Motivasi Wisata, menjelaskan mengenai alasan seseorang atau sekelompok orang melakukan perjalanan wisata. Berikut ini merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini,

2.1 Diplomasi Budaya

Diplomasi Budaya seringkali disamaartikan dengan *soft power* dan diplomasi publik (S. L. Mark, 2010) Penggunaan budaya sebagai alat diplomasi seringkali dianggap sebagai salah satu instrumen diplomasi publik yang mampu menjadi kekuatan pendukung dalam mencapai kepentingan nasional. Hal ini sejalan dengan Mark yang menyebutkan cara kerja diplomasi budaya yakni sebagai penunjang dalam pencapaian kepentingan nasional (Baskoro, 2020).

Di sisi lain, diplomasi budaya dikatakan sebagai alat representasi negara di luar negeri (S. L. Mark, 2010). Sebagai alat promosi negara, diplomasi budaya seringkali sulit dibedakan dengan hubungan budaya yang telah dilakukan oleh negara sebelum terminologi diplomasi budaya muncul. Richard Arndt membedakan diplomasi budaya dan hubungan kebudayaan (*cultural relations*). Arndt mengatakan bahwa hubungan budaya berlangsung berlangsung secara natural dan organik tanpa intervensi pemerintah didalamnya. Perubahan hubungan kebudayaan menjadi diplomasi budaya terjadi ketika pemerintah mulai menempatkan diplomat, bekerja sama dengan pemerintah lokal, membangun hubungan yang baik dengan negara setempat untuk kepentingan nasional (Ang et al., 2015).

Diplomasi Budaya digunakan oleh Prancis pada akhir abad ke-19. Tetapi, pengimplementasian diplomasi budaya oleh negara-negara lain terjadi pada awal tahun 1990-an. Permulaan ini berasal dari penempatan diplomat di beberapa negara untuk bekerjasama dengan pemerintah lokal dalam pertukaran aliran budaya untuk memajukan kepentingan nasional (Ang et al., 2015).

Cummings mengartikan diplomasi Budaya adalah pertukaran ide, informasi, seni, dan aspek kebudayaan lainnya antara satu negara dengan negara lainnya maupun antar masyarakatnya guna membangun dan mempertahankan sikap saling pengertian (*mutual understanding*) (Bajora, 2017). Sejalan dengan pemikiran Cumming, Finn juga menambahkan bahwa diplomasi budaya bertujuan untuk memenangkan hati dan pikiran

target audiens. Hal tersebut mampu mempengaruhi audiens, baik itu para pembuat kebijakan atau masyarakat umum, dalam membuat kebijakan.

Selain itu, Finn menjelaskan bahwa diplomasi budaya dapat digunakan untuk mempromosikan demokrasi melalui penyebaran elemen budaya seperti musik, makanan, film, pendidikan dan seni, atau elemen budaya lainnya. Penyebaran elemen kebudayaan ini mampu membawa efek positif terhadap stabilitas politik dan keamanan nasional. Diplomasi budaya mampu untuk memperjelas keberadaan dan pengaruh suatu negara di luar negeri (Baskoro, 2020). Mark juga berpendapat bahwa diplomasi budaya mempunyai potensi sebagai media yang kuat dalam membangun reputasi negara dan meningkatkan hubungan dengan negara lain (Baskoro, 2020).

Dalam penelitian Ang et al. (2015), diplomasi budaya mampu menciptakan fondasi kepercayaan di antara para pembuat kebijakan maupun publik secara umum sehingga mampu membentuk agenda kerja sama yang positif terlepas dari keberagaman kebijakan yang ada. Selain itu, diplomasi budaya juga mampu menciptakan platform netral bagi publik dalam melakukan interaksi dan berfungsi sebagai instrumen fleksibel yang diterima secara universal dalam pemulihan hubungan diplomatik negara.

Schneider mengilustrasikan cara kerja diplomasi budaya seperti seseorang yang tertarik dan mengagumi suatu hal, lantas mulai untuk mempelajari dan meniru hal tersebut. Peniruan dan pembelajaran yang terjadi akan memunculkan kesepahaman karena mereka telah merasa

menjadi ‘bagian’ dari hal tersebut (Baskoro, 2020). Berdasarkan ilustrasi tersebut, Schneider mencoba menggambarkan bahwa orang-orang yang secara sadar atau tidak sadar mempelajari, meniru, dan mempraktikkan segala bentuk budaya yang berbeda dengan asal mereka, maka kesepahaman akan terbentuk.

Terdapat elemen-elemen diplomasi budaya yang dikemukakan oleh Simon Mark. Pertama, elemen aktor dan keterlibatan pemerintah. Mark mempercayai bahwa aktor dalam diplomasi budaya adalah negara. Bersamaan dengan diplomasi publik, diplomasi budaya memiliki tiga level tingkatan aktor. Tingkat pertama adalah level aktor nasional yang bertugas untuk memperkenalkan tujuan dan kebijakan nasional suatu negara. Tingkat kedua yaitu kolaborasi aktor nasional dan subnasional yang bertanggung jawab dalam mengkomunikasikan identitas, ide, dan nilai suatu bangsa. Tingkat ketiga yaitu aktor subnasional yang bertanggung jawab dalam membangun hubungan dan pemahaman lintas negara (Briggs & Jones, 2007).

Kedua, elemen tujuan. Terdapat beberapa tujuan diplomasi budaya. Warsito dan Kartikasari menyebutkan bahwa tujuan diplomasi budaya adalah mencapai kepentingan nasional dengan mempengaruhi khalayak atau komunitas internasional untuk mendukung kebijakan luar negeri. Diplomasi budaya juga bertujuan untuk mempromosikan kerja sama antar negara dalam mencegah, mengurangi, dan mengelola perselisihan. ICD mengungkapkan tujuan diplomasi budaya adalah untuk menjaga dan

mempertahankan stabilitas dan perdamaian. Sementara itu, Mark mengindikasikan tujuan diplomasi budaya sebagai cara untuk meningkatkan budaya, perdagangan, politik, ekonomi, dan elemen diplomatik suatu bangsa. Selain itu, diplomasi budaya bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian dengan cara yang damai (Baskoro, 2020).

Ketiga, elemen kegiatan (activities). Dalam elemen ini, terdapat beberapa kegiatan pokok yang dijalankan oleh aktor negara maupun aktor non-negara. Pertama, membantu pemerintah dalam penyebaran budaya nasional dan identitas budaya nasional di negara penerima atau pemerintah setempat (Pajtinka, 2016). Kegiatan tersebut dapat berupa dukungan logistik, teknis, organisasional dan/atau jenis dukungan lainnya kepada para seniman, lembaga swadaya masyarakat (LSM) terkait, lembaga budaya, dan/ atau subjek budaya lainnya yang relevan dengan negara pengirim selama periode kerja sama dengan negara penerima. Misalnya, bantuan kepada para seniman yang berkeinginan untuk melakukan pameran budaya. Pada umumnya, bantuan yang diberikan dapat berupa kegiatan manajerial yang membantu pelaksana kegiatan dalam menegosiasikan event budaya tersebut dengan agensi lokal.

Bentuk elemen kegiatan diplomasi budaya yang kedua adalah mempromosikan dan mendukung penyebaran bahasa nasional negara pengirim di negara penerima (Pajtinka, 2016). Implementasi kegiatan ini mencakup bantuan kepada lembaga pendidikan atau akademik setempat dari negara penerima dalam melakukan pelatihan bahasa nasional negara

pengirim kepada guru dan/ atau masyarakat setempat, penyediaan buku dan karya tulis lainnya dalam bahasa nasional negara pengirim, serta penyelenggaraan diskusi publik yang mengundang para penulis dari negara pengirim. Pelatihan bahasa nasional negara pengirim dianggap mampu mempromosikan bahasa dan budaya di negara penerima (Collins et al., 2020). Penyebaran bahasa dimaksudkan untuk membangun citra positif negara pengirim di negara penerima serta menciptakan platform *people-to-people contact* yang netral (Darma, Anak Agung Ngurah Anggara, 2018).

Selanjutnya, kegiatan dalam kerangka diplomasi budaya yang ketiga adalah mempromosikan dan mempresentasikan nilai-nilai budaya dari negara pengirim ke negara penerima (Pajtinka, 2016). Dalam praktiknya, kegiatan ini dapat berupa partisipasi diplomat dalam debat publik, kuliah umum dan seminar, atau kegiatan lainnya di negara penerima yang mendiskusikan mengenai budaya negara pengirim. Partisipasi aktif mampu menciptakan kesepahaman (*mutual understanding*) mengenai posisi politik dan kepentingan negara pengirim di negara penerima.

Kegiatan dalam kerangka diplomasi budaya yang keempat adalah mempromosikan kerja sama antara subyek budaya dari negara pengirim dan negara penerima (Pajtinka, 2016). Bentuk kegiatan ini dapat berupa penyediaan informasi yang relevan bagi negara, baik negara pengirim dan negara penerima, sehingga terbentuk jalinan komunikasi dan kerja sama antara subyek budaya. Selain itu, kegiatan juga dapat berupa bantuan

komunikasi yang bertugas dalam menengahi komunikasi dan negosiasi antara subyek budaya dari negara pengirim dan negara penerima.

Selanjutnya, bentuk kegiatan dalam elemen diplomasi budaya yang kelima adalah menegosiasikan perjanjian internasional terkait kerja sama budaya antara negara pengirim dan negara penerima (Pajtinka, 2016). Implementasi kegiatan ini mencakup segala bentuk pembentukan perjanjian yang mengatur aspek budaya seperti program pertukaran akademik dan pemberian beasiswa kepada negara penerima selama masa studi di negara pengirim, dan sebaliknya. Selain itu, perjanjian internasional yang mengatur mengenai kerja sama pertukaran budaya antar negara.

Kegiatan yang berada dalam kerangka diplomasi budaya yang keenam adalah menjaga dan mendukung hubungan yang baik dengan komunitas diaspora di negara penerima (Pajtinka, 2016). Implementasi kegiatan ini dapat berupa penyelenggaraan kegiatan yang bertemakan budaya bagi komunitas diaspora, partisipasi aktif dalam kegiatan yang dilakukan oleh komunitas lokal di negara penerima, serta segala bentuk pemeliharaan hubungan yang ada. Hubungan yang baik antara pemerintah dan komunitas diaspora mampu menjadi jembatan komunikasi antara negara pengirim dan negara penerima.

Keempat, elemen audiens. Dalam menakar efektivitas kegiatan dalam kerangka diplomasi budaya yang dilakukan, diperlukan kuantitas peserta yang mengikuti segala kegiatan yang ada (S. Mark, n.d.). Audiens yang

dimaksudkan adalah peserta yang mengikuti kegiatan yang berada dalam kerangka diplomasi budaya, seperti pameran seni budaya. Di samping itu, audiens diplomasi budaya juga dapat berasal dari komunitas diaspora negara pengirim yang berada di negara penerima (S. Mark, n.d.). Segala kegiatan beralaskan diplomasi budaya diharapkan mampu memengaruhi audiens yang terlibat sehingga tercipta kesepahaman lintas budaya dan/atau agama yang mendorong terjadinya rekonsiliasi (Baskoro, 2020).

Tinjauan pustaka mengenai konsep diplomasi budaya serta elemen-elemen diplomasi budaya yang dikemukakan oleh berbagai ahli dalam melihat diplomasi budaya akan dijadikan rujukan oleh penulis dalam menganalisis dinamika Diplomasi Budaya Indonesia melalui Rumah Budaya Indonesia di Timor Leste utamanya pada masa pandemi Covid-19 (Tahun 2019 – 2021), sekaligus menjadikan elemen-elemen diplomasi budaya tersebut sebagai referensi dalam menentukan kategori dan indikator dari operasionalisasi variabel penulis pada penelitian ini.

2.2 Pariwisata Internasional

Pariwisata merupakan fenomena dunia yang terus berkembang hingga saat ini. Fenomena aktivitas manusia yang berpergian dengan berbagai tujuan seperti perdagangan, agama, pendidikan, dan menikmati waktu luang telah ada sejak 4.000 SM yang dilakukan oleh bangsa Sumeria pada periode Babilonia. Kemampuan manusia untuk membayar transportasi dan akomodasi melalui sistem barter dan kemunculan nilai tukar melancarkan aktivitas bangsa Sumeria saat itu. Motif wisata yang telah muncul saat itu

adalah alasan agama, perdagangan, olimpiade, kesehatan hingga budaya. Perjalanan wisata juga dipermudah dengan keberadaan sistem jalan yang dikembangkan oleh Kekaisaran Romawi.

Perjalanan wisata modern muncul pada abad ke-18 di Inggris, yang dikenal dengan istilah Grand Tour. Keberadaan Grand Tour menjadi pemicu munculnya agensi travel, seseorang atau sekelompok orang yang mengorganisir perjalanan wisata secara profesional. Pada waktu yang bersamaan, transportasi juga berkembang pesat karena menopang terbentuknya pariwisata yang murah dan efisien. (Wiweka & Arcana, 2019). Revolusi Industri memberikan pengaruh yang besar kepada industri pariwisata, terutama dengan meningkatnya mesin yang digunakan di kereta api dan resort. Tetapi, pariwisata saat itu bertumpu pada masyarakat kelas atas yang berkeinginan untuk menikmati waktu luang.

Pergeseran fenomena pariwisata terjadi pasca Perang Dunia II, dimana kesejahteraan mulai tumbuh dengan meningkatnya pendapatan, harga lebih murah, transportasi yang baik, demokratisasi, ratifikasi hari libur para pekerja, dan konsumerisme (Wiweka & Arcana, 2019) (Lanfant et al., 2012). Pergeseran masyarakat tradisional ke masyarakat industri turut memberikan sumbangsih terhadap kemunculan pariwisata karena dianggap sebagai solusi atas permintaan waktu libur dalam masyarakat industri (Lanfant et al., 2012). Pergeseran pariwisata yang menjadi inklusif berdampak terhadap perekonomian negara karena berkontribusi terhadap pembukaan lapangan kerja yang luas (Wiweka & Arcana, 2019).

Definisi mengenai pariwisata pun mulai berkembang. Menurut Wahab, pariwisata adalah aktivitas manusia yang digunakan sebagai media interaksi antara masyarakat, baik dalam negara yang sama maupun negara yang berbeda. Karakteristik pariwisata menurut Wahab yaitu perpindahan sementara dari tempat asal ke tempat tujuan karena berbagai alasan kecuali bekerja. Di sisi lain, Leiper membagi pariwisata menjadi 3 elemen dasar. Pertama, wilayah tempat asal wisatawan atau tempat perjalanan dimulai dan berakhir. Kedua, wilayah destinasi wisata para wisatawan untuk menetap sementara. Ketiga, wilayah transit atau wilayah yang menghubungkan perjalanan wilayah tempat asal ke wilayah destinasi wisata. Mathieson dan Wall mengatakan bahwa pariwisata adalah perpindahan sementara ke suatu tempat yang bukan tempat asal dan tempat kerja. Sementara itu, Jafari menekankan definisi pariwisata sebagai kegiatan, perpindahan, atau tujuan bertransmigrasi selain bekerja (Wiweka & Arcana, 2019).

The World Tourism Organization (UNWTO) membagi tiga bentuk pariwisata. Pertama, *domestic tourism* atau pariwisata domestik. Pariwisata domestik adalah kunjungan pariwisata yang dilakukan oleh penduduk di dalam negaranya sendiri. Kedua, *in-bound tourism* adalah kunjungan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara ke negara lain yang bukan tempat tinggalnya. Ketiga, *out-bound tourism* adalah kunjungan yang dilakukan penduduk suatu negara ke negara lain. Merujuk pada definisi tersebut, pariwisata internasional adalah gabungan antara *in-bound tourism* dan *out-bound tourism* (Francois Vellas & Becherel, 1995). Hal ini berarti

pariwisata internasional mencakup kunjungan pendatang ke dalam suatu negara yang bukan tempat tinggalnya dan kunjungan ke luar negeri yang dilakukan oleh penduduk suatu negara. Pariwisata Internasional dapat diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang melintasi perbatasan negara untuk berpergian atau menetap karena alasan non-profesional di negara lain (Lanfant et al., 2012).

2.3 Motivasi Wisata

Motivasi merupakan energi yang muncul dari dalam diri manusia yang mampu mendorong manusia untuk melakukan suatu kegiatan dalam rangka meraih apa yang diinginkan (Utami, 2017). Murray mengungkapkan bahwa motivasi adalah faktor internal yang membangkitkan, mengarahkan, dan mengintegrasikan perilaku seseorang (Snepenger et al., 2006). Dalam hierarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow, motivasi dibagi menjadi lima tingkatan, yaitu sebagai berikut:

1. *Physiological*, yaitu hierarki kebutuhan manusia paling dasar yang melingkupi makanan, minuman, rumah, oksigen, waktu tidur, dan sebagainya.
2. *Safety*, ketika hierarki kebutuhan paling dasar telah terpenuhi, maka muncul kebutuhan yang kedua yaitu rasa aman. Hal ini mencakup rasa aman dari bahaya yang kemungkinan dapat terjadi.
3. *Social*, apabila rasa aman telah terpenuhi, kebutuhan selanjutnya adalah kebutuhan sosial yang mencakup interaksi dengan orang atau sekelompok orang.

4. *Esteem*, ketika kebutuhan sosial terpenuhi maka akan muncul kebutuhan akan pengakuan atas kemampuan dan keterampilan yang dimiliki.
5. *Self-actualization*, apabila semua kebutuhan telah terpenuhi maka akan muncul kebutuhan akan aktualisasi diri.

Motivasi Wisata adalah proses seseorang untuk keluar dari rutinitas sehari-hari dan sebagai proses aktualisasi diri. Mill & Morrison menjabarkan teori Maslow dalam kerangka motivasi berwisata. Terdapat tujuh faktor yang menjadi motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, yaitu: 1) relaksasi, yaitu upaya yang dilakukan untuk melepaskan ketegangan fisik dan mental serta mendapatkan hiburan; 2) keamanan, keinginan untuk sehat dan aktif di masa yang akan datang; 3) cinta, yaitu kebersamaan bersama keluarga dan orang terkasih serta pemeliharaan kontak sosial; 4) prestasi, yakni pengakuan sosial, status dan kehormatan; 5) kebenaran diri, mencakup eksplorasi dan evaluasi terhadap lingkungan, penemuan diri, serta kepuasan batin; 6) ilmu pengetahuan, melingkupi budaya, pendidikan, dan pengenalan lingkungan baru; 7) apresiasi terhadap keindahan, yang mencakup menikmati pemandangan dan lingkungan hidup. Di sisi lain, Pearce menjelaskan motivasi wisata berdasarkan teori Maslow terbagi menjadi lima bagian yaitu: 1) kebutuhan fisiologis; 2) kebutuhan keamanan; 3) kebutuhan sosial; 4) kebutuhan prestise; 5) kebutuhan aktualisasi diri (Rani et al., 2020).

Lepp dan Gibson berhipotesis bahwa wisatawan yang lebih berpengalaman cenderung berupaya memenuhi kebutuhan di tingkatan paling tinggi, sedangkan wisatawan yang kurang berpengalaman cenderung berpergian dengan tujuan pemenuhan kebutuhan dasar yakni makanan dan keamanan. Di sisi lain, Pearce dan Lee perbedaan motivasi wisata yang muncul antara wisatawan yang berpengalaman dan yang kurang. Motivasi wisata wisatawan yang berpengalaman adalah melarikan diri, relaksasi, peningkatan hubungan dan pengembangan diri (Snepenger et al., 2006) .

Crompton mengidentifikasi tujuh faktor sosio-psikologis (pendorong) dan dua faktor budaya (penarik) melalui penelitian yang dilakukannya. Faktor pendorong adalah motivasi yang mendorong wisatawan untuk keluar dari kehidupan sehari-hari. Sementara, faktor penarik adalah motivasi yang mendorong wisatawan menuju pada suatu destinasi (Snepenger et al., 2006). Tujuh faktor pendorong dalam motivasi wisata yaitu (1) pelarian dari rutinitas sehari-hari, (2) eksplorasi dan evaluasi diri, (3) relaksasi, (4) martabat dan status, (5) regresi atau hal yang memicu kenangan, (6) peningkatan hubungan kekerabatan, (7) fasilitas interaksi sosial. Adapun dua faktor penarik dalam motivasi wisata yaitu kebaruan dan pendidikan (Rani et al., 2020). Menurut Crompton, faktor pendorong berfungsi dalam membangun keinginan untuk berwisata. Sedangkan, faktor penarik berfungsi untuk memilih destinasi wisata (Snepenger et al., 2006).

Sementara itu, McIntosh, Goeldner dan Ritchie mengategorikan motivasi wisata menjadi empat kelompok. Pertama, motivasi fisik, yang

bertujuan untuk relaksasi dan kebugaran diri melalui olahraga dan penyegaran fisik. Kedua, motivasi budaya, didasari atas rasa ingin tahu mengenai budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah, termasuk monumen bersejarah. Ketiga, motivasi sosial atau motivasi intrapersonal, didasarkan atas keinginan untuk berkunjung ke teman dan keluarga, bertemu mitra kerja, hingga pelarian dari situasi yang membosankan. Keempat, motivasi status, berhubungan dengan pengembangan diri seperti perjalanan wisata untuk tujuan bisnis, pendidikan, atau hobi (Rani et al., 2020).

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

JUDUL TULISAN	TUJUAN	TEORI	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
Strategi Indonesia Menggunakan Rumah Budaya sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan Terhadap Jerman oleh Bertha Pramesti Yuza (2016)	Menganalisis Strategi Indonesia dalam Menggunakan Rumah Budaya Indonesia sebagai Instrumen Diplomasi Budaya di Jerman	Diplomasi Budaya	RBI di Jerman mampu menumbuhkan citra positif Indonesia di Jerman dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Jerman ke Indonesia.	Penggunaan konsep diplomasi budaya yang bertumpu pada <i>soft power</i> . Daerah sampel adalah Jerman. Penelitian dilakukan pada masa sebelum Pandemi Covid-19.
Diplomasi Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di Singapura Periode	Menganalisis implemmentasi diplomasi budaya Indonesia melalui program RBI di Singapura	Kepentingan Nasional, <i>Nation Branding</i> , Diplomasi Budaya	RBI di Singapura berhasil mengakrabkan dan meningkatkan apresiasi dan atensi publik	Penggunaan tiga konsep yaitu kepentingan nasional, <i>nation branding</i> , diplomasi budaya. Daerah sampel adalah Singapura. Penelitian dilakukan periode 2013 – 2015,

2013-2015 oleh Augusty Vingalianti (2019)	dan mengetahui efektifitas RBI di Singapura.		Singapura terhadap Indonesia melalui program - program yang diselenggarakan oleh RBI.	masa sebelum Pandemi Covid-19.
Diplomasi Kebudayaan Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di Belanda Periode 2016 – 2017 oleh Purwo Agung Nugroho (2020)	Menganalisis upaya-upaya Diplomasi Kebudayaan Indonesia melalui program RBI di Belanda periode 2016-2017 serta mengetahui dampak dari peran RBI di Belanda sebagai langkah mendapatkan impresi baik dari masyarakat Belanda.	Diplomasi Budaya, <i>Nation Branding</i>	RBI di Belanda membantu promosi pariwisata Indonesia dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Belanda ke Indonesia periode 2016 – 2017.	Penggunaan dua konsep yakni diplomasi budaya dan <i>nation branding</i> . Daerah sampel adalah Belanda. Penelitian dilakukan pada masa 2016 -2017, periode sebelum Pandemi Covid-19.
Program Rumah Budaya Indonesia di Korea Selatan pada Tahun 2009-2017 oleh Heni Syintia Putri (2020)	Mengetahui program RBI pada tahun 2009-2017 dalam meningkatkan hubungan kerjasama bilateral Korea Selatan – Indonesia terutama di bidang budaya.	Diplomasi Budaya	Program RBI di Korea Selatan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia setiap tahunnya dan pertumbuhan wisatawan asing ke Indonesia sebanyak 5%	Penggunaan konsep diplomasi budaya yang bertumpu pada <i>soft power</i> dan <i>soft diplomacy</i> . Daerah sampel adalah Korea Selatan. Penelitian dilakukan pada masa 2009 – 2017, periode sebelum Pandemi Covid-19.

			pada periode 2009-2017.	
Diplomasi Budaya Indonesia Melalui RBI dalam Menanamkan Citra Positif di Jepang pada Tahun 2017 – 2020 oleh Ni Kadek Yuliana Sari dkk (2022)	Menganalisis strategi Diplomasi Budaya Indonesia melalui RBI dalam menanamkan citra positif Indonesia di Jepang.	Diplomasi Budaya	RBI mampu membangun citra positif Indonesia di Jepang yang dibuktikan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia serta antusiasme masyarakat Jepang dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh RBI.	Penggunaan konsep diplomasi budaya bertumpu pada kerangka diplomasi publik. Daerah sampel adalah Jepang. Penelitian dilakukan pada masa 2017-2020.

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai penelitian terdahulu terkait topik tersebut, dapat dibuktikan bahwa penelitian ini bersifat orisinil dan belum pernah dikaji sebelumnya. Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi budaya yang bertumpu pada pendekatan empat elemen dasar diplomasi budaya dan fokus kepada implementasi RBI di Timor Leste. Adanya penelitian terdahulu menjadi salah satu alat ukur bagi peneliti untuk dijadikan sebagai pedoman maupun landasan dalam mengerjakan skripsi sehingga mempermudah proses penelitian peneliti. Berikut adalah penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian penulis, yakni penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Bertha Premesti Yuza yang dilakukan pada tahun 2016 yang berjudul “Strategi Indonesia Menggunakan Rumah Budaya

sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan Terhadap Jerman”, penelitian yang dilakukan oleh Augusty Vingalianti pada tahun 2019 yang berjudul “Diplomasi Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di Singapura periode 2013 – 2015”, penelitian oleh Purwo Agung Nugroho pada tahun 2020 yang berjudul “Diplomasi Kebudayaan Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di Belanda Periode 2017 – 2018”, penelitian yang dilakukan oleh Heni Syintia Putri pada tahun 2020 yang berjudul “Program Rumah Budaya Indonesia di Korea Selatan pada tahun 2009 – 2017”, dan penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Yuliana Sari dkk pada tahun 2022 yang berjudul “Diplomasi Budaya Indonesia Melalui RBI dalam Menanamkan Citra Positif di Jepang pada Tahun 2017 – 2020”.