

**Strategi Diplomasi Budaya Indonesia di Jerman Melalui
Rumah Budaya di Berlin**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada Departemen
Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Hasanuddin*

Oleh

AMALIA NUR RAHMAN

E13116009

DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DI JERMAN
MELALUI RUMAH BUDAYA DI BERLIN

NAMA : AMALIA NUR RAHMAN

NIM : E13116009

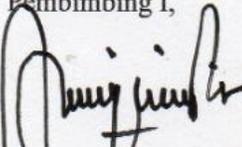
DEPARTEMEN : HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

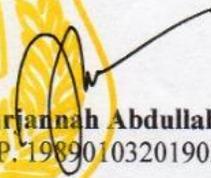
Makassar, 18 Agustus 2023

Mengetahui :

Pembimbing I,

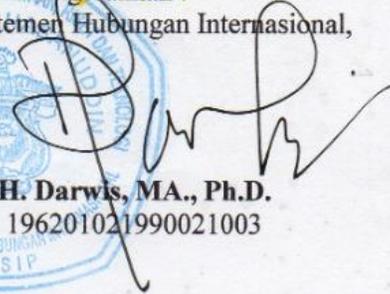

Drs. Mujin Syafik Asy'ari, M.Si
NIP. 196304241991031002

Pembimbing II,


Nurjannah Abdullah, S.IP, MA
NIP. 198901032019032010

Mengesahkan :

Ketua Departemen Hubungan Internasional,


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

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DI JERMAN
MELALUI RUMAH BUDAYA DI BERLIN

NAMA : AMALIA NUR RAHMAN

NIM : E13116009

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 Jum'at, 11 Agustus 2023.

TIM EVALUASI

Ketua : Prof. H. Darwis, MA, Ph.D

Sekretaris : Nurjannah Abdullah S.IP, MA

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

2. Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si

3. Aswin Baharuddin, S.IP, MA

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Amalia Nur Rahman

NIM : E13116009

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DI JERMAN MELALUI RUMAH BUDAYA DI BERLIN

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi/tesis/disertasi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Makassar, 12 Agustus 2023

Yang menyatakan



Amalia Nur Rahman

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanallahu Wa Ta'ala atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Terima kasih untuk kedua orang tua dan kakak yang sudah dengan sabar untuk terus mendoakan dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini

Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah turut membantu dalam penyusunan skripsi ini

1. Kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Bapak Prof. Dr. Phil. Sukri, M.Si. serta seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Kepada Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Bapak Prof. H. Darwis, MA., Ph.D., serta seluruh dosen Departemen Ilmu Hubungan Internasional yang telah membimbing Penulis semasa studi.
3. Kepada Dosen Pembimbing Penulis, Bapak Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si dan Kak Nurjannah Aabdullah, S.IP, MA yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Kepada staf dan pegawai Departemen Ilmu Hubungan Internasional, ibu Rahmah dan Pak Ridho yang telah banyak membantu penulis semasa studi.

5. Untuk KKA yang sudah menjadi teman yang baik selama masa kuliah, dan selalu memberikan dukungan. Terima kasih Era, Ika, Maya, Ica, Medi, Inma, Septi, dan Evin, setidaknya masa kuliahku tidak membosankan. Untuk Uci dan Riri yang juga sudah menjadi teman yang baik semasa kuliah dan juga sudah memberikan dukungan.
6. Untuk teman minions Desi dan Dian yang sudah memberikan kenangan baik saat KKN
7. Kepada seluruh teman-teman Geneva terima kasih untuk kenangan selama perkuliahan.

Makassar, 12 Agustus 2023

Penulis

Amalia Nur Rahman

ABSTRAK

Amalia Nur Rahman (E13116009), Strategi Diplomasi Budaya Indonesia di Jerman Melalui Rumah Budaya di Berlin, dibawah bimbingan Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si selaku pembimbing I dan Nurjannah Abdullah, S.IP, MA selaku pembimbing II pada departemen ilmu hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Indonesia untuk memperkenalkan kebudayaan di Jerman, serta mengetahui bagaimana peran Rumah Budaya Indonesia sebagai aktor diplomasi budaya Indonesia. Metode Penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, yang bersumber dari beberapa literature seperti buku-buku, jurnal, artikel, serta situs internet yang sifatnya resmi dan berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mempromosikan kebudayaan dapat dilakukan melalui diplomasi budaya, dengan program Rumah Budaya Indonesia sebagai aktornya yang mampu mempromosikan kebudayaan Indonesia di Jerman, yang kegiatan-kegiatannya dapat menarik minat masyarakat di Jerman.

Kata Kunci : Diplomasi Budaya, Rumah Budaya Indonesia, Kebudayaan

ABSTRACT

Amalia Nur Rahman (E13116009), Strategi Diplomasi Budaya Indonesia di Jerman Melalui Rumah Budaya di Berlin, under the guidance of Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si as first advisor, and Nurjannah Abdullah, S.IP, MA as the second advisor, at Department of International Relations, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University.

This study aims to determine Indonesia's strategy to introduce culture in Germany, and to find out the role of the Indonesian Cultural House as an actor in Indonesian cultural diplomacy. The research method used in the preparation of this thesis is qualitative research using descriptive methods, which are sourced from several literatures such as books, journals, articles, and internet sites that are official and related to this research.

The results of this study indicate that promoting culture can be carried out through cultural diplomacy, with the Indonesian Culture House program as an actor capable of promoting Indonesian culture in Germany, whose activities can attract people's interest in Germany.

Key words: Cultural diplomacy, Indonesian Culture House, culture

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan	8
D. Kerangka Konseptual	9
E. Metode Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Teori Diplomasi.....	16
B. Diplomasi Budaya.....	22
C. National Branding	32
BAB III GAMBARAN UMUM	40
A. Kebudayaan Indonesia	40

B.	Sejarah Kerjasama Indonesia-Jerman	44
C.	Aktor-aktor yang terlibat dalam Rumah Budaya Indonesia	47
BAB IV PEMBAHASAN		50
A.	Kerjasama Indonesia-Jerman di Bidang Kebudayaan.....	50
B.	Bentuk diplomasi budaya Indonesia dengan Jerman	55
BAB V PENUTUP		70
A.	Kesimpulan	70
B.	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		72

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hubungan Antara Situasi, Bentuk, Tujuan, dan Sarana Diplomasi Kebudayaan.....	29
------------------------------------------------------------------------------------------	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Skema Pelaku dan Sasaran Diplomasi Kebudayaan.....	26
Bagan 2 Enam aspek dalam Nation Branding.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Rumah Budaya Indonesia	55
--------------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia. Potensi pariwisata Indonesia berasal dari kekayaan alam dan budayanya yang beragam. Indonesia dari segi geografis memiliki lebih dari 17.000 lebih pulau yang terdapat dari ujung barat Sabang hingga ujung timur Marauke. Sementara potensi budayanya yang beragam bersumber dari penduduk yang mendiami suatu pulau di Indonesia. (Wiratma, 2017)

Indonesia adalah negara multikultural yang memiliki berbagai macam suku, ras, kepercayaan, agama, seni dan budaya daerah. Kekayaan dan keragaman budaya di Indonesia seperti tradisi, kesenian, ritual agama dan kepercayaan, memiliki daya tarik yang besar bagi wisatawan terutama wisatawan manca negara untuk berkunjung ke Indonesia. Hal ini yang mendasari juga bahwa Indonesia menjadi salah satu negara tujuan wisatawan dari penjuru dunia. Kekayaan dan keragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia pula menjadi potensi saat ini dan masa datang. Posisi ini pula membuat pemerintah, para pemangku kepentingan di sektor pariwisata dan pelaku industri pariwisata berupaya untuk meningkatkan mutu dalam industri pariwisata yang ada di Indonesia. (Prabhawati, 2018)

Budaya berasal dari bahasa Sansekerta yaitu buddahayah yang merupakan bentuk jamak dari budhi (budi dan akal) diartikan sebagai hal-hal

yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam khazanah antropologi indonesia, kebudayaan dalam perspektif klasik didefinisikan oleh sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia yang diperoleh dengan cara belajar. (Koentjaraningrat, 1974)

Seni dan budaya ini bisa menjadi salah satu daya tarik atau pemikat untuk mendatangkan wisatawan asing ke Indonesia. Maraknya isu pengklaiman budaya mengakibatkan pemerintah mengambil sikap untuk menyelamatkan kekayaan budaya Indonesia dengan mulai mempertahankan semua kekayaan budaya yang ada di indonesia. Keanekaragaman budaya Indonesia harus dipertahankan dengan melestarikan dan memproteksi dari klaim negara lain serta membuka mata dunia. Warisan budaya Indonesia perlu diperkenalkan kepada dunia. (Tanjung, 2020)

Budaya merupakan salah satu ciri khas yang dimiliki oleh setiap Negara yang poerlu dilestarkan, budaya ini juga dapat digunakan untuk menarik para turis untuk datang Negara tersebut.

Keragaman kebudayaan inilah yang kemudian dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan citra positif suatu negara di mata internasional. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman budaya tersebut merupakan salah satu kekuatan utama yang dimiliki oleh Indonesia untuk menarik perhatian dunia internasional. (Ni Kadek Yuliana Sari, 2022)

Memperkenalkan suatu budaya kepada banyak orang merupakan hal yang harus dilakukan agar dapat terus dikenal dan tidak diklaim oleh Negara

lain. Memperkenalkan dan melestarikan budaya ini dapat dilakukan dengan banyak cara, seperti melakukan pertunjukan secara online maupun secara langsung, ataupun dengan membangun rumah budaya di beberapa Negara.

Upaya Indonesia untuk menjalin hubungan dengan negara lain dapat ditunjang dengan pengakuan dan citra positif yang didapatkan dari negara lain. Suatu negara perlu melakukan diplomasi sebagai cara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya. Untuk memenuhi kepentingan tersebut, pemerintah perlu melakukan upaya-upaya untuk mendukung terwujudnya kepentingan-kepentingan tersebut. Melalui diplomasi, pemerintah bisa mengandalkan elemen-elemen yang dimiliki oleh bangsa Indonesia sendiri untuk diperjuangkan dalam proses diplomasi. Salah satu elemen yang kini menjadi instrumen yang kuat dalam diplomasi adalah kebudayaan. (Tanjung, 2020)

Indonesia melakukan diplomasi budaya untuk melestarikan serta mempromosikan budaya yang dimiliki, untuk membangun citra bangsa dan membangun kerjasama dengan Negara yang dituju. Dengan banyaknya kebudayaan yang dimiliki membuat Indonesia semakin memiliki kekuatan untuk melakukan diplomasi budaya tersebut.

Hubungan kerjasama antara Indonesia dan Jerman sudah berlangsung cukup lama, dan telah dilakukan diberbagai bidang seperti dalam bidang ekonomi, pendidikan, pertahanan, dan budaya. Indonesia memilih Jerman untuk menjalin kerjasama budaya karena memiliki posisi yang kuat di Eropa serta penyebaran budaya berkembang cukup cepat di Jerman.

Hubungan antara Jerman dan Indonesia terjalin sejarah yang panjang, sudah dimulai sejak abad ke-16 ketika para pedagang Jerman yang menumpang kapalkapal Belanda maupun Portugis mendatangi wilayah yang dahulu dikenal dengan sebutan Hindia Timur. Selama masa penjajahan Belanda ribuan orang Jerman datang ke Indonesia, baik sebagai pegawai bagian administrasi di bawah Koloni Belanda, maupun sebagai insinyur, tenaga teknis serta sebagai peneliti dan ilmuwa. (Yuza, 2016)

Hubungan Diplomatik Indonesia – Jerman dibuka secara resmi pada tahun 1952. Namun Hubungan Jerman dengan Indonesia merupakan hubungan persahabatan Jerman terlama dengan negara di luar Eropa., jauh sebelum kemerdekaan. Istilah Indonesia, yang menjadi nama negara kita, juga dipopulerkan oleh orang Jerman. Adolf Bastian dalam laporannya menyebut „Hindia“ yang disambung dengan kata bahasa Yunani „nesus“ yang berarti pulau. (Sekilas Hubungan Bilateral Indonesia dan Jerman, 2018)

Hubungan kerjasama yang telah lama berlangsung membuat Indonesia dan Jerman semakin mudah untuk saling melakukan kerjasama, dapat dilihat dari sudah banyaknya kerjasama yang dilakukan pada berbagai bidang, salah satunya dibidang kebudayaan dimana Jerman tealh lebih dulu melakukannya di Indonesia melalui Goethe-Institut, sehingga membuat Indonesia juga ingin melakukan diplomasi budaya di Jerman.

Diplomasi yang beragam ini digunakan untuk menciptakan perdamaian serta guna mencapai kepentingan nasional suatu negara. Munculnya soft power sebagai salah satu bentuk power selain hard power,

membawa implikasi pada pelaksanaan diplomasi. Saat ini kebanyakan negara di dunia lebih banyak mengaplikasikan soft power dalam mencapai kepentingan nasionalnya, karena soft power dianggap tidak terlalu beresiko dibandingkan menggunakan hard power untuk mencapai suatu tujuan. Salah satu bentuk implementasi dari pengaplikasian soft power ini yaitu melalui diplomasi kebudayaan. (Margono, 2015)

Di bidang kebudayaan, hubungan bilateral telah terjalin melalui Goethe-Institut. Goethe-Institut memainkan peran penting bagi Jerman dan Indonesia. Goethe-Institut menyelenggarakan berbagai kegiatan di semua bidang budaya: musik, bioskop, pameran, tari, dan teater. Program ini tidak hanya menyampaikan budaya Jerman, tetapi juga menciptakan dialog yang hidup antara kedua budaya melalui partisipasi seniman Indonesia dalam lokakarya dan acara lainnya. Pada tingkat lebih rendah, Kedutaan Besar Jerman juga menyelenggarakan berbagai konser dan pameran. (Putri, 2022) Adanya program ini membuat pemerintah Indonesia juga semakin ingin untuk memperkenalkan keanekaragaman budaya kepada warga Jerman. Salah satu cara yang dilakukan dengan membangun rumah budaya, yang dapat menjadi wadah untuk memperkenalkan budaya Indonesia.

Bagi Jerman kebijakan budaya itu bertujuan utama untuk menciptakan landasan yang baik bagi hubungan dengan negara lain melalui pertukaran dan kerja sama di bidang kebudayaan, pendidikan dan ilmu, begitu juga dengan membuka peluang bagi dialog antar manusia secara langsung. Dengan demikian kebijakan luar negeri bidang budaya membuka jalan untuk saling

pengertian – suatu dasar penting bagi politik yang mengusahakan penyeimbangan damai. Tugas lain dari kebijakan bidang budaya dan pendidikan adalah, menyebarluaskan bahasa Jerman di dunia, memperkenalkan Jerman sebagai negara yang kehidupan budayanya sukses dan beragam, serta menampilkan citra Jerman yang sesuai perkembangan zaman di luar negeri. Langkah konkret antara lain berupa dukungan untuk program kebudayaan, seperti pameran, pertunjukan teater dari Jerman, dan juga subsidi untuk karya sastra atau film. (Matthias Bischoff, 2018)

Dalam hal ini, Goethe-Institut Jakarta mempunyai peranan penting dalam berlangsungnya kerjasama di sektor budaya antara Indonesia dengan Jerman. Goethe Institut mengorganisir berbagai kegiatan dalam hampir segala bidang kebudayaan, apakah itu musik, film, pameran, tari ataupun teater. Proyek-proyek tersebut tidak terbatas hanya sebagai perantara kebudayaan Jerman, tetapi dengan ikut sertanya seniman dan seniwati Indonesia pada lokakarya dan semacamnya, terjalinlah suatu dialog yang hidup antar dua kebudayaan. Kerjasama pemerintah Indonesia dan Jerman dalam bidang budaya menjadi penting karena untuk memperkenalkan kekayaan budaya bangsa Indonesia kepada dunia termasuk Negara Jerman dalam rangka meningkatkan citra, apresiasi dan membangun ikatan (budaya) masyarakat internasional terhadap Indonesia. (Tarigan, 2022)

Hal tersebut merupakan batu loncatan Indonesia untuk semakin memperkenalkan budaya yang dimiliki, dengan membangun Rumah Budaya Indonesia di Berlin, dimana diharapkan masyarakat Jerman dapat mempelajari

dan semakin mengenal budaya-budaya yang ada di Indonesia. Hal ini juga dapat membuat hubungan Indonesia dan Jerman semakin erat, karena program rumah budaya ini banyak membutuhkan partisipan yang dikhususkan untuk masyarakat Jerman.

Rumah Budaya Indonesia mempunyai tiga fungsi yaitu pembelajaran budaya, promosi budaya dan ekspresi budaya. Namun demikian, kegiatan pusat kebudayaan Indonesia masih terbatas pada acara-acara kebudayaan untuk jangka pendek. Oleh karena itu, kebijakan luar negeri Indonesia di bidang budaya masih perlu ditingkatkan sehingga nantinya juga berdampak positif bagi pariwisata Indonesia. (Prabhawati, 2018)

Selain sebagai salah satu strategi diplomasi Indonesia dalam melakukan penetrasi budaya Indonesia di Jerman, Rumah Budaya Indonesia ini juga akan berfungsi sebagai forum untuk menaungi berbagai aktivitas yang berhubungan dengan kebudayaan. Selain itu, Rumah Budaya Indonesia ini juga merupakan bukti kongkrit Pemerintah RI dalam membangun dan mempromosikan budaya Indonesia. (Santoso, 2012)

Program ini memang di rancang sedemikian rupa oleh Kemendikbud RI yang bertujuan mempromosikan Indonesia. Kebudayaan Indonesia harus diperkenalkan bagi generasi yang mendatang sebagai penerus bangsa yang akan bertanggung jawab melestarikan kekayaan budaya Indonesia. Hal ini juga perlu diperkenalkan ke kancah internasional sebagai salah satu strategi meningkatkan citra dan apresiasi budaya dari Indonesia, untuk itulah Kemdikbud menggagas sebuah konsep yang dinamakan “Rumah Budaya

Indonesia” (RBI). Pentingnya diplomasi budaya mampu menjadi instrumen dalam menghubungkan dua negara, diharapkan juga Rumah Budaya Indonesia dapat menjadi rujukan masyarakat Jerman bahkan Eropa yang ingin mempelajari atau sekedar mengetahui budaya Indonesia. (Gurusinga, 2022)

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai strategi yang dilakukan Indonesia untuk lebih memperkenalkan budaya Indonesia di luar negeri, terutama di Jerman, yang penulis susun kedalam sebuah tulisan penelitian dengan judul **“Strategi Diplomasi Budaya Indonesia di Jerman Melalui Rumah Budaya di Berlin”**

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan diatas Penulis ingin memfokuskan penelitian terhadap program yang dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yakni Rumah Budaya Indonesia yang ada di Berlin pada tahun 2018-2021, dimana Rumah Budaya ini diharapkan dapat memperkenalkan budaya-budaya yang ada di Indonesia. Berikut rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan ini :

1. Apa yang melatarbelakangi Indonesia melakukan kerjasama dengan Jerman dalam bidang kebudayaan?
2. Bagaimana bentuk diplomasi budaya Indonesia dengan Jerman?

C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1. Tujuan Penulisan

- a. Untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi Indonesia melakukan kerjasama dengan Jerman dalam bidang kebudayaan
 - b. Untuk mengetahui bentuk diplomasi budaya Indonesia dengan Jerman
2. Kegunaan Penulisan

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penulisan ini ialah :

- A. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman terkait strategi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam mempromosikan budaya yang ada di Indonesia melalui program Rumah Budaya di Jerman.
- B. Bagi Akademisi, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa informasi dan referensi terkait disiplin Ilmu Hubungan Internasional yang membahas Diplomasi budaya.

D. Kerangka Konseptual

1. Teori diplomasi

Diplomasi merupakan salah satu instrumen penting dalam pelaksanaan kepentingan nasional suatu negara. Diplomasi bagaikan alat utama dalam pencapaian kepentingan nasional yang berkaitan dengan negara lain atau organisasi internasional. Melalui diplomasi ini lah sebuah negara dapat membangun citra tentang dirinya. Dalam hubungan antar negara, pada umumnya diplomasi diterapkan sejak tingkat paling awal sebuah negara

hendak melakukan hubungan bilateral dengan negara lain hingga keduanya mengembangkan hubungan selanjutnya (Nurika, 2017)

Menurut Harold Nicolson, diplomasi adalah pengaturan dari hubungan internasional dengan menggunakan negosiasi. Metode dari hubungan ini biasanya disesuaikan dengan oleh Duta Besar atau utusan dari negaranya. Begitu juga dengan pengelolaan dan cara negosiasinya. Berbagai langkah yang ditempuh oleh Duta Besar maupun utusannya merupakan bisnis atau seni dari diplomasi. (Shoelhi, 2011)

Diplomasi adalah sebuah seni berunding yang menentukan manajemen hubungan internasional antar negara-negara didunia. Meskipun dewasa ini, aktor dalam hubungan internasional tidak hanya ada aktor negara tetapi juga ada aktor non negara namun negara tetap memainkan peran dominan dalam hubungan internasional pun begitupula dalam praktek diplomasi. Negara memerlukan diplomasi tidak hanya guna mencapai kepentingan nasionalnya tetapi juga agar terciptanya harmonisasi perdamaian dunia. Agar harmonisasi perdamaian dunia dapat tercapai, maka diplomasi haruslah dilakukan dengan cara-cara yang pantas seperti negosiasi dan juga kerjasama sehingga setiap negara yang melaksanakan praktek diplomasi dapat meraih keuntungan atau win-win solution. (Alexandra, 2019)

Diplomasi dapat diartikan sebagai suatu cara yang digunakan oleh suatu negara untuk mempengaruhi negara lain atau aktor internasional lainnya dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Diplomasi dibagi menjadi dua yaitu:

1. Soft diplomacy adalah diplomasi dalam bentuk penyelesaian secara damai

dalam bidang kebudayaan, Bahasa, persahabatan, dan ekonomi 2. Hard diplomacy adalah diplomasi dalam bentuk perang yaitu agresi militer dan politik. (Putri, 2022)

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia menggagas sebuah konsep diplomasi budaya yang diberi nama "Rumah Budaya Indonesia". "Rumah Budaya Indonesia" adalah ruang publik untuk memperkenalkan kekayaan budaya bangsa Indonesia kepada dunia dalam rangka meningkatkan citra, apresiasi dan membangun ikatan (budaya) masyarakat internasional terhadap Indonesia. (Yuza, 2016)

Rumah budaya diharapkan dapat menjadi wadah untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat luas, seperti alat music, tarian tradisional dan lain-lain. Rumah budaya ini juga dapat digunakan untuk orang-orang yang ingin mempelajari tentang budaya yang ada diindonesia.

2. Diplomasi Budaya

Pengertian diplomasi adalah sebagai upaya suatu negarabangsa untuk memperjuangkan kepentingan nasional di kalangan masyarakat internasional. Diplomasi bisa diartikan tidak hanya sebagai perundingan saja tetapi juga meliputi semua upaya hubungan luar negeri (Tulus Warsito, 2007)

Dalam konteks diplomasi, budaya sering digunakan sebagai salah satu pendukung dalam pelaksanaan diplomasi yang disebut juga dengan diplomasi

budaya. Diplomasi budaya dapat membentuk citra suatu negara sehingga menumbuhkan kepercayaan negara dengan prestasi dan potensi negaranya, yang kemudian akan berpengaruh terhadap kepentingan nasional di berbagai bidang, seperti ekonomi, politik, dan terutama citra negara menjadi lebih positif yang terlihat dari banyaknya masyarakat yang mengikuti budaya suatu negara tersebut. (Siti Afifah Khatrunada, 2019)

Joseph Nye menyatakan bahwa kebudayaan merupakan salah satu sumber dari soft power. Soft power merupakan konsep yang dipopulerkan oleh Joseph Nye merujuk pada kemampuan suatu negara mengkooptasi aktor lain tanpa memakai ancaman militer dengan menawarkan imbalan dalam bentuk economic incentives. Soft power didasarkan pada sumber-sumber yang tidak kasat mata atau intangible sources seperti daya tarik ideologi dan budaya, keberadaan aturan dan institusi pada tingkat global (Ashari, 2015)

Diplomasi kebudayaan dianggap lebih efektif untuk mencapai tujuan karena pelaksanaannya dapat berlangsung dalam situasi apapun, baik dalam keadaan damai, krisis, konflik, dan perang. (Tulus Warsito, 2007)

Dengan tujuan untuk menarik dukungan publik, negara melibatkan agen-agen budaya yang terpilih, baik lembaga-lembaga, organisasi-organisasi, kelompok-kelompok kreatif yang bergerak di bidang seni dan budaya atau produk-produk nasional lainnya. Sehingga diplomasi budaya dilakukan untuk mencapai kepentingan nasional dengan memanfaatkan dimensi-dimensi kekayaan intelektual dan moral, pola pikir dan gaya hidup, seni dan budaya. Diplomasi budaya menunjuk kepada harus menggambarkan dan menjelaskan

beberapa aspek dari nilai-nilai (values) yang dapat diterima dengan baik oleh penonton yang menerimanya (audiens), serta lingkungan (environment) yang juga merupakan sesuatu yang mutlak harus dipahami demi efektifnya suatu diplomasi budaya. (Siti Afifah Khatrunada, 2019)

Dengan demikian, diplomasi kebudayaan bisa diartikan sebagai upaya suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara mikro seperti pendidikan, olahraga, ilmu pengetahuan dan kesenian atau pun secara makro sesuai dengan ciri-ciri khas yang utama yang tidak terkait dengan unsur pemaksaan seperti pada kekuatan embargo, kecaman dan militer. (Tulus Warsito, 2007, p. 4)

E. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian kualitatif. Menurut Pamela dan Richard Morehouse penelitian kualitatif umumnya meneliti kata-kata dan tindakan dalam sebuah narasi atau secara deskriptif. Penelitian kualitatif berpijak pada posisi fenomenologis, yakni sebuah pendekatan untuk memahami makna (*meaning*) sebuah peristiwa atau perilaku yang dialami peneliti (Bakri, 2016 hlm 18). Tipe penelitian kualitatif dalam penelitian ilmu hubungan internasional mempelajari fenomena dan aktor serta untuk memahami proses dan fenomena yang terjadi di dunia internasional.

Penelitian dengan menggunakan metode ini bersifat deskriptif dan naratif . Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini lebih berupa kata-kata, gambar-gambar atau objek. Sehingga pada proses penulisan penelitian , peneliti sejauh mungkin menyampaikan analisis data dalam bentuk aslinya. dalam penelitian ini juga akan menggambarkan fenomena dan aktor yang terlibat

2. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan oleh penulis yakni data yang diperoleh dari sumber sekunder. Penulis akan memilih data yang berasal dari jurnal atau karya-karya ilmiah, sumber pustaka dalam hal ini buku, kumpulan artikel, dan maupun berita-berita di internet yang akurat dan terkait dengan permasalahan yang akan dibahas.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu telaah pustaka (*Library Research*). Telaah pustaka merupakan metode pengumpulan data-data terkait yang berasal dari buku, jurnal, dokumen, laporan, artikel, atau surat kabar yang diperoleh melalui media *online* maupun *offline*.

4. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh penulis yakni analisis data kualitatif. Permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya nantinya akan dianalisis lebih lanjut dengan cara penggambaran masalah yang ada kemudian dianalisis dengan data-data yang telah diperoleh kemudian diolah sehingga menghasilkan sebuah argumen yang tepat.

5. Metode Penulisan

Penulis menggunakan metode penulisan deduktif, yaitu menggambarkan permasalahan secara umum kemudian menarik kesimpulan secara khusus dalam menganalisis data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Diplomasi

Secara leksikal, diplomasi (*diplomacy*) didefinisikan sebagai keterampilan (*skill*) dalam berhubungan dengan orang lain tanpa menyebabkan perasaan buruk, atau seni (*art*) berurusan dengan orang-orang dengan cara sensitif dan efektif, atau ilmu (*science*) melakukan negosiasi dengan pihak lain. Dalam hubungan internasional, *Oxford Dictionary* memberi arti diplomasi sebagai manajemen hubungan internasional dengan cara negosiasi. Diplomasi dapat pula diartikan sebagai profesi, aktivitas, atau keterampilan mengelola hubungan internasional, biasanya melalui perwakilan suatu Negara di luar negeri. Ernest Satow mendefinisikan diplomasi sebagai penerapan dari kecerdasan dan kebijaksanaan untuk melaksanakan hubungan-hubungan resmi antar pemerintah dari Negara-negara berdaulat, kadang-kadang juga hubungan Negara berdaulat dengan Negara-negara vassal. (Bakry, 2017)

Dalam hubungan internasional, diplomasi terus mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya zaman. Secara tradisional, diplomasi dilakukan pada hubungan bilateral antar negara yang cenderung dilakukan secara tertutup. Diplomasi ini menekankan peran pemerintah yang dominan dalam membahas masalah internasional yang bersifat *hard politics*, seperti perang. Ketidakefektifan diplomasi tradisional ini membawa jenis

tradisional baru yang dimana negara tidak lagi menjadi aktor utama dalam membahas isu-isu internasional, melainkan munculnya aktoraktor non-negara baru. Sehingga isu yang berkembang pun tidak lagi hanya berkuat pada isu keamanan saja, melainkan ikut membahas isu-isu non militer lainnya (White, 2006)

Secara umum, pengertian diplomasi adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh Negara dalam hubungannya dengan Negara lain atau aktor-aktor internasional lainnya, guna mengamankan kepentingan nasional (*national interest*) dan memproyeksikan system nilai (*national value*). Tujuan diplomasi adalah untuk mempengaruhi opini publik di Negara-negara asing agar dapat selaras dengan kebijakan luar negeri dari Negara tersebut. Dengan kata lain, diplomasi merupakan alat atau cara yang dipergunakan oleh Negara untuk melindungi kepentingan nasionalnya di berbagai bidang dan memproyeksikan sisitem nilai nasionalnyaterhadap Negara-negara asing dengan cara yang damai dan bersahabat. (Irfan Nugraha, 2020)

Diplomasi pada dasarnya adalah kegiatan politik dan dengan sumber daya yang baik dan terampil, unsur utama kekuatan. Tujuan utamanya untuk memungkinkan Negara mengamankan tujuan kebijakan luar negeri mereka tanpa menggunakan kekerasan, propaganda, atau hokum. (Berridge, 2015)

Diplomasi menurut Hedley bull adalah hubungan antar Negara yang dilakukan oleh agen resmi pemerintah dengan tujuan perdamaian. Sedangkan Harold Nicolson mendefinisikan diplomasi sebagai bentuk manajemen hubungan internasional melalui organisasi, duta besar, utusan, dan urusan

diplomasi lainnya. Agar lebih mudah mendefinisikan diplomasi, maka terdapat empat aspek berkaitan dengan diplomasi :

1. Melakukan komunikasi dengan Negara lain. Komunikasi bisa dilakukan melalui menyampaikan pesan, dialog secara bilateral ataupun multilateral.
2. Pengakuan, pada umumnya Negara melakukan diplomasi dengan Negara-negara yang diakui entitasnya. Negara juga melakukan komunikasi dengan aktor non-negara karena memang Negara tersebut secara tidak langsung mengakui keberadaan aktor-aktor tersebut. Namun ada beberapa kasus dimana Negara tidak mengakui Negara lain tetapi tetap menjalin hubungan yang erat.
3. Kepentingan nasional, praktik diplomasi yang dilakukan oleh elit politik tidak terlepas dari kepentingan nasional. Praktik diplomasi adalah kepanjangan tangan dari kebijakan nasional dan kebijakan luar negeri.
4. Proses negosiasi internasional, diplomasi erat kaitannya dengan negosiasi, baik itu ditingkat bilateral, regional, ataupun internasional. (Najamuddin Khairur Rijal, 2020)

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, diplomasi merupakan salah satu alat penting dalam hubungan internasional, yang dibutuhkan untuk melakukan kerjasama dengan Negara lain. Diplomasi dibutuhkan untuk

mendapatkan tujuan suatu Negara di Negara lain yang dilakukan secara damai.

Tujuan diplomasi adalah untuk mempromosikan kepentingan Negara dalam sistem Internasional. Di era baru, pembuat kebijakan perlu menyadari bahwa kemajuan menuju tujuan itu akan dipengaruhi tidak hanya oleh apa yang dilakukan Negara lain, tetapi juga oleh jaringan sosial masyarakat global yang saling berhubungan. (Wangke, 2020)

Diplomasi dilakukan sehingga suatu negara dapat melakukan kerjasama dengan Negara lain, hal ini bertujuan untuk meningkatkan value dari suatu Negara, sehingga negara tersebut akan mendapatkan keuntungan.

S.L. Roy, mengkaji hal-hal penting yang terdapat dalam berbagai definisi mengenai diplomasi. Menurutnya dari definisi-definisi tersebut beberapa hal tampak jelas, bahwa:

1. Unsur pokok diplomasi adalah negoisasi,
2. Negoisasi dilakukan untuk mengedepankan kepentingan negara,
3. Tindakan-tindakan diplomatik diambil untuk menjaga serta memajukan kepentingan nasional sejauh mungkin dan dilaksanakan secara damai, pemeliharaan perdamaian dengan tanpa merusak kepentingan nasional merupakan tujuan utama diplomasi,
4. Teknik-teknik diplomasi yang sering dipakai untuk mempersiapkan perang bukan untuk menghasilkan perdamaian

5. Diplomasi berhubungan erat dengan tujuan politik luar negeri suatu negara,
6. Diplomasi modern berhubungan erat dengan sistem negara,
7. Diplomasi tidak bisa dipisahkan dari perwakilan Negara (Roy, 1995)

Dalam prakteknya diplomasi harus dibedakan dengan politik luar negeri, oleh karena itu diperlukan adanya batasan diantara kedua konsep tersebut. Dimana, “ diplomasi bukanlah merupakan kebijakan, tetapi merupakan lembaga untuk memberikan pengaruh terhadap kebijakan tersebut. Namun diplomasi dan kebijakan keduanya saling melengkapi karena seseorang tidak akan dapat bertindak tanpa kerjasama satu sama lain. Diplomasi tidak dapat dipisahkan dari politik luar negeri, tetapi keduanya bersama-sama merupakan kebijakan eksekutif-kebijakan untuk menetapkan strategi, diplomasi dan taktik”. Disatu pihak, kebijakan atau politik luar negeri memiliki perhatian pada substansi dan kandungan dari hubungan luar negeri, dan dipihak lain, perhatian diplomasi dipusatkan kepada metodologi untuk melaksanakan kebijakan luar negeri. (Setiawan, 2016)

Kautilya, seorang diplomat kawakan India Kuno, dalam bukunya “Arthashastra” menyatakan bahwa pencapaian “Kebijaksanaan” (naya) secara tepat akan memberikan hasil yang menguntungkan. Kautilya menekankan empat tujuan utama diplomasi yaitu :

1. Acquisition (perolehan);
2. Preservation (pemeliharaan);
3. Augmentation (penambahan);
4. Proper distribution (pembagian yang adil). (Setiawan, 2016)

Tujuan Diplomasi bagi setiap negara adalah “pengamanan kebebasan politik dan integritas teritorialnya”. Hal ini bisa dicapai dengan cara :

- Memperkuat hubungan dengan negara sahabat;
- Memelihara hubungan erat dengan negara-negara sehaluan;
- Menetralisir negara yang memusuhi.
- Kesemuanya dapat dilakukan melalui negosiasi. (Setiawan, 2016)

Menurut Hans J Morgenthau tugas diplomasi dibagi dalam empat pokok : Diplomasi harus membentuk tujuan dalam rangka kekuatan yang sebenarnya untuk mencapai tujuan tersebut. Suatu negara yang ingin menciptakan tujuan-tujuan yang belum dicapai haruslah berhadapan dengan suatu resiko untuk perang. Karena itu diperlukan suksesnya diplomasi untuk mencoba mendapatkan tujuannya tersebut sesuai dengan kekuatannya.

Disamping melakukan penilaian tentang tujuan-tujuannya dan kekuatannya sendiri, diplomasi juga harus mengadakan penilaian tujuan dan

kekuatan dari negara-negara lainnya. Dalam hal ini, suatu negara haruslah menghadapi resiko akan terjadinya peperangan apabila diplomasi yang dilakukannya itu salah dalam menilai mengenai tujuan dan kekuatan dari negaranegara lain. Diplomasi haruslah menentukan dalam hal apa perbedaan yang ada pada tujuan-tujuan itu dapat cocok satu sama lain. Diplomasi harus dilihat kepentingan negaranya sendiri dengan negara lain cocok. Jika jawabannya “tidak” maka harus dicari jalan keluar untuk merujukan kepentingankepentingan tersebut. Diplomasi harus menggunakan cara-cara yang pantas dan sesuai seperti kompromi, bujukan bahkan kadang-kadang ancaman kekerasan untuk mencapai tujuan. (Setiawan, 2016)

Diplomasi merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk menjalin kerjasama dengan Negara lain secara damai, dan dengan adanya diplomasi ini satu Negara juga dapat meningkatkan pendapatan ataupun dapat lebih dikenanal oleh Negara lain, salah satunya dengan adanya Rumah Budaya Indonesia yang di buka diberbagai Negara yang menjalin kerjasama dengan Indonesia, dengan tujuan untuk lebih memperkenalkan budaya yang aada di Indonesia.

B. Diplomasi Budaya

Budaya berasal dari bahasa Sansekerta yaitu buddahayah yang merupakan bentuk jamak dari budhi (budi dan akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam khazanah antropologi indonesia, kebudayaan dalam perspektif klasik didefinisikan oleh sebagai

keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia yang diperoleh dengan cara belajar. (Koentjaraningrat, 1974)

Budaya merupakan salah satu ciri khas yang dimiliki oleh setiap Negara yang perlu dilestarkan, setiap Negara dapat menggunakan budaya yang dimiliki untuk menarik para turis untuk datang ke negara tersebut, dengan adanya hal tersebut maka dapat meningkatkan pendapatan Negara dari para turis yang datang.

Dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut culture yang berasal dari kata Latin Colere yaitu mengolah atau mengerjakan. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Berikut ini pengertian kebudayaan menurut beberapa ahli :

1. Menurut Koentjaraningrat kebudayaan adalah keseluruhan manusia dari kelakuan dan hasil yang harus didupakannya dengan belajar dan semua itu tersusun dalam kehidupan masyarakat.
2. Menurut Ki Hajar Dewantara kebudayaan berarti hasil perjuangan manusia terhadap dua pengaruh kuat, yakni alam dan zaman (kodrat dan masyarakat) yang merupakan bukti kejayaan hidup manusia untuk mengatasi berbagai rintangan dan kesukaran di dalam hidup dan penghidupannya guna mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang pada akhirnya bersifat tertib dan damai.

3. Menurut Dr. Mohammad Hatta, kebudayaan adalah ciptaan hidup dari suatu bangsa. (Desi Karolina, 2021)

Herskovits memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi yang lain, yang kemudian disebut sebagai *superorganic*. Menurut Andreas Eppink, kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian nilai sosial, norma sosial, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur-struktur sosial, religius, dan lain-lain, tambahan lagi segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat. Menurut Edward Burnett Tylor, kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. (Desi Karolina, 2021)

Mengacu kepada pengertian budaya dari UNESCO, diplomasi budaya dapat didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang mengedepankan pertukaran nilai, gagasan, tradisi dan aspek budaya lainnya dalam rangka memperkuat hubungan baik antar bangsa dan meningkatkan kerjasama sosial-budaya untuk mendukung kepentingan nasional. (Irfan Nugraha, 2020)

Diplomasi kebudayaan bisa dilakukan oleh pemerintah maupun non-pemerintah dan setiap warga negara secara kolektif maupun secara individual. Hal ini bisa dijelaskan dalam tiga bentuk diplomasi yaitu pertama, *track-one diplomacy* yaitu bentuk diplomasi formal yang hanya melibatkan kalangan pemerintah; kedua, *track-two diplomacy* yaitu bentuk diplomasi informal

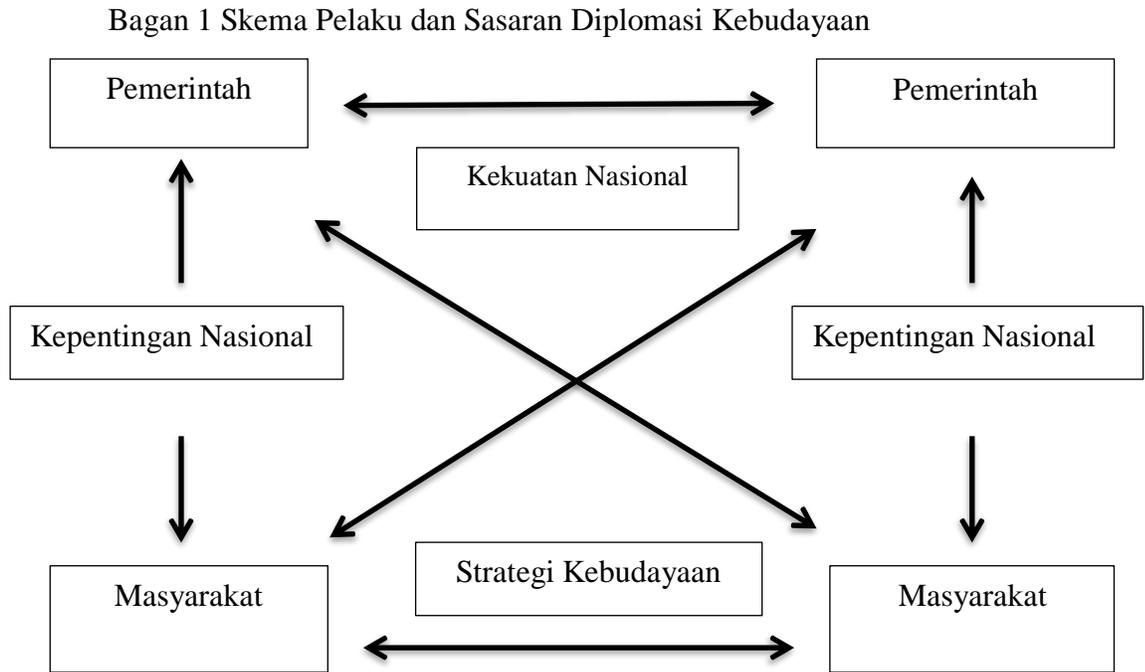
yang dilakukan oleh aktor non-pemerintah baik individu maupun kelompok untuk membangun kepercayaan atau menyelesaikan konflik dengan formatnya adalah dialog yang melibatkan kalangan akademisi, tokoh masyarakat dan aktivis social; ketiga, track-three diplomacy yaitu diplomasi antar warga negara atau people-to-people diplomacy yang dilakukan oleh sekelompok individu atau elemen non-pemerintah dengan tujuan untuk meningkatkan interaksi dan pemahaman diantara pihak-pihak yang terlibat. (Ashari, 2015)

Diplomasi kebudayaan ini dapat dilakukan semua pihak yang memiliki tujuan tertentu, maka disebutkan diatas bentuk diplomasi yang dilakukan oleh sesuai dengan aktor-aktor pelaksana serta tujuannya masing-masing.

Diplomasi budaya umumnya dijalankan dalam bentuk pengenalan gagasan, informasi seni dan elemen budaya lainnya dari suatu Negara kepada penduduk di negara lain. Tujuan yang hendak dicapai adalah terbentuknya citra positif yang dapat mendukung pencapaian tujuan-tujuan diplomasi lainnya. (Ashari, 2020)

Diplomasi budaya menjadi sarana yang efektif bagi negara karena memiliki akses yang cenderung mudah dan dapat diketahui oleh orang banyak sehingga apresiasi ataupun penolakannya dapat secara cepat dilihat melalui media pelaksanaan diplomasi budaya tersebut. Penyebaran kebiasaan, nilai, dan ide melalui diplomasi budaya mempermudah negara dalam mendefinisikan apa yang dianggap penting atau efisien secara strategis untuk

mewakili dirinya di luar negeri. Upaya tersebut juga untuk menyadari sejauh mana suatu negara berupaya untuk menginstrumentasi budayanya terhadap masyarakat internasional. (Siti Afifah Khatrunada, 2019)



Sumber : Tulus Wrsito & Wahyuni Kartikasari. Diplomasi Kebudayaan,
Yogyakarta

Skema tersebut menjelaskan bahwa pelaku atau aktor dari diplomasi kebudayaan bukan selalu pemerintah. Kekuatan nasional lain seperti LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), perusahaan, kelompok, masyarakat, individu – individu, termasuk warga Negara. Diplomasi kebudayaan dapat dilakukan oleh semua masyarakat, baik resmi maupun tidak resmi, melalui pemerintah ataupun non pemerintah terhadap Negara yang dituju. Perlu diingat bahwa sasaran utama diplomasi kebudayaan yang

dilakukan oleh pemerintah atau non-pemerintah bukanlah langsung kepada pemerintah suatu Negara, melainkan kepada masyarakat disuatu Negara. (Tulus Warsito, 2007)

Dari penjelasan diatas bahwa diplomasi kebudayaan mencakup seluruh kelompok, dimana kegiatan-kegiatan yang dilakukan harus dapat melibatkan masyarakat yang ada sehingga tujuan yang diinginkan yang berupa kerjasama dapat tercapai dengan baik.

Ada tiga strategi dalam pelaksanaan diplomasi budaya, yaitu :

1. Koneksi, menjalin koneksi dan memperkuat relasi menjadi hal penting dalam pelaksanaan diplomasi budaya guna menghadirkan kesepahaman bersama antaraktor yang terlibat. Karenanya, aktor diplomasi budaya harus mengenal dengan baik identitas budaya negara yang ia representasikan (home country) dan negara tujuan pelaksanaan diplomasi budaya (host country). Misalnya, para aktor dapat mencari kesamaan identitas antara home country dan host country agar dapat menerapkan pendekatan yang tepat dalam pelaksanaan diplomasi budaya. Para aktor diplomasi budaya juga memiliki tugas untuk mempertahankan koneksi dan relasi yang baik satu sama lain.
2. Konsistensi, ketika relasi antarnegara sedang mengalami ketegangan, diplomasi budaya dapat menjadi salah satu jalur diplomasi yang tepat karena menyasar masyarakat daripada pemerintah suatu negara.

Komitmen para aktor dalam melaksanakan praktik diplomasi budaya secara konsisten kemudian dibutuhkan. Hal ini tentunya bertujuan untuk mendorong keberlanjutan pelaksanaan diplomasi budaya. Selain itu, konsistensi diperlukan agar hasil dari pelaksanaan diplomasi budaya dapat diperoleh dengan maksimum.

3. Inovasi, pelaksanaan diplomasi budaya dapat memuat berbagai unsur kebudayaan seperti bahasa, pendidikan, dan kesenian. Meski demikian, pelaksanaan diplomasi budaya harus mengikuti arus perkembangan zaman. Diplomasi budaya yang bersifat dinamis dapat dilaksanakan dengan menghadirkan berbagai inovasi yang harus disesuaikan dengan aktor yang terlibat, tujuan yang hendak dicapai, dan teknologi yang tersedia. Karenanya, para aktor diplomasi budaya tidak dapat hanya bergantung pada metode-metode lama yang sudah tidak relevan dengan situasi terkini. (Goff, 2013)

Perbedaan antara tindakan diplomasi kebudayaan dengan diplomasi non-kebudayaan adalah ciri pelaku dan sasarannya. Diplomasi Kebudayaan sendiri dilakukan oleh pemerintah maupun non-pemerintah, dan sasaran utamanya adalah masyarakat suatu negara-bangsa (dan bukan semata-mata langsung terhadap pemerintahnya). Oleh karena itu, karakteristik konsep-konsep diplomasi kebudayaan amat didasarkan pada ciri-ciri pola komunikasinya dan bukan pada bidang operasi atau bidang-bidang disiplin yang dilibatkannya. (Tulus Warsito, 2007)

Tabel 1 Hubungan Antara Situasi, Bentuk, Tujuan, dan Sarana
Diplomasi Kebudayaan

Situasi	Bentuk	Tujuan	Sarana
Damai	<ul style="list-style-type: none"> - Eksebisi - Kompetisi - Pertukaran Nilai - Negosiasi - Konferensi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengakuan - Penyesuaian - Persahabatan - Hegemoni 	<ul style="list-style-type: none"> - Pariwisata - Olahraga - Pendidikan - Kesenian - Perdagangan
Krisis	<ul style="list-style-type: none"> - Propaganda - Pertukaran Misi - Negosiasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Persuasi - Penyesuaian - Ancaman 	<ul style="list-style-type: none"> - Politik - Diplomatik - Misi Tingkat Tinggi
Konflik	<ul style="list-style-type: none"> - Teror - Pertukaran Misi - Boikot - Negosiasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Ancaman - Subvensi - Persuasi - Pengakuan 	<ul style="list-style-type: none"> - Opini Publik - Perdagangan - Militer - Forum Resmi pihak ketiga
Perang	<ul style="list-style-type: none"> - Kompetisi - Teror - Penetrasi - Propaganda - Embargo - Boikot - Blokade 	<ul style="list-style-type: none"> - Dominasi - Hegemoni - Ancaman - Subversi - Pengakuan - Penaklukan 	<ul style="list-style-type: none"> - Militer - Penyelundupan - Opini Publik - Perdagangan - Supply Barang Konsumtif (Termasuk Senjata)

Sumber: Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari., "Diplomasi kebudayaan konsep dan

Relevansi Bagi Negara Berkembang". Yogyakarta: Ombak, 2007, Hal 21.

Dari table diatas Warsito menjelaskan konsep-konsep diplomasi kebudayaan, dilihat dari bentuk, tujuan dan sarana nya, adalah sebagai berikut

1. Eksebisi atau disebut juga dengan pameran dapat dilakukan untuk menampilkan konsep-konsep atau karya kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi, maupun nilai-nilai sosial atau ideologi suatu bangsa kepada bangsa lain. Sedangkan eksibisionistik artinya bahwa setiap bangsa dianggap mempunyai keinginan bahkan nyaris sebagai sebuah keharusan untuk pamer tentang keunggulan-keunggulan tertentu yang dimilikinya, sehingga pada giliranya citra bangsa yang bersangkutan dapat memperoleh kehormatan yang tinggi. Eksebisi dapat dilakukan diluar negeri maupun didalam negeri, baik secara sendirian (satu negara) maupun multinasional. Kenyataan sehari-hari membuktikan bahwa melalui pameran dapat memperoleh pengakuan yang kemudian dikaitkan dengan kepentingan nasional, baik melalui perdagangan, pariwisata, pendidikan, maupun yang lainnya. (Tulus Warsito, 2007)
2. . Propaganda, merupakan penyebaran informasi mengenai kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi, maupun nilai-nilai sosial ideologis suatu bangsa.
3. Kompetisi, berupa olahraga, kontes kecantikan, ataupun kompetisi ilmu dan lain sepengetahuan bagainya
4. Penetrasi, merupakan salah satu bentuk diplomasi yang dilakukan melalui bidang-bidang perdagangan, ideologi, dan militer.

5. Negosiasi, dalam lingkungan budaya negosiasi dilakukan sebelum negosiasi tersebut dilaksanakan, karena lingkungan budaya tersebut akan mempengaruhi cara pengambilan keputusan dalam suatu negosiasi yang akan dilaksanakan.
6. Pertukaran Ahli, merupakan salah satu jenis dari hasil negosiasi. Pertukaran ahli mencakup masalah kerjasama pertukaran budaya secara luas, yakni dari kerjasama beasiswa antar negara, sampai dengan pertukaran ahli dalam bidang tertentu.

Sarana diplomasi dibagi menjadi dua, yaitu, infrastruktur yang meliputi Elektronik, audio visual, dan media cetak dan suprastruktur yang meliputi Pariwisata, para militer, pendidikan, kesenian, perdagangan, opini publik, dan olahraga. Sedangkan cara diplomasi kebudayaan dibagi menjadi dua, yaitu secara langsung melalui kesepakatan bilateral, multilateral, konvensi internasional, dan secara tidak langsung, melalui negara ketiga atau melalui lembaga internasional (Tulus Warsito, 2007)

Dari penjelasan diatas dapat dilihat bahwa salah satu sarana diplomasi kebudayaan adalah kesenian, yang dilakukan dengan cara damai melalui pameran kesenian ataupun pertunjukan-pertunjukan kesenian seperti tari-tarian dan pertunjukan musik, dengan Indonesia yang memiliki beragam kebudayaan maka dapat dijadikan sebagai daya tarik untuk masyarakat luar,

yang bertujuan untuk menjalin kerjasama ataupun membangun persahabatan antar Negara serta memperkuat kerjasama yang sudah ada.

Pada akhirnya, tujuan diplomasi budaya adalah untuk mempengaruhi foreign audience. Diplomasi budaya berupaya memanfaatkan unsur-unsur budaya untuk mempengaruhi foreign audience agar (Waller, 2009)

1. Memiliki pandangan positif tentang masyarakat, budaya, dan kebijakan negara tersebut;
2. Mendorong kerja sama yang lebih besar antara kedua negara, bantuan dalam mengubah kebijakan atau lingkungan politik negara sasaran;
3. Mencegah, mengelola dan mengurangi konflik dengan negara sasaran

Dari ketiga poin tersebut dapat diketahui bahwa diplomasi budaya penting untuk dilaksanakan, sehingga suatu negara dapat menjalankan kerjasama secara damai serta mengurangi kemungkinan adanya konflik yang terjadi, dengan menggunakan diplomasi budaya dimana sasaran utamanya adalah masyarakat Negara yang dituju.

C. National Branding

Nation branding merupakan sebuah konsep yang diadopsi dari prinsip-prinsip pemasaran, yang menilai cara sebuah negara dipandang

oleh negara-negara lainnya. Konsep ini menunjukkan citra dari suatu negara dan tingkat kepercayaan di dunia (Dong-Hun, 2010). Premis kunci dari nation branding adalah “reputasi negara yang seperti citra merek perusahaan dan produk, dan hal tersebut sama pentingnya”. Konsep nation branding bukanlah sebuah konsep baru, namun juga bukan konsep yang sudah hadir sejak lama. Konsep nation branding pertama kali dicetuskan oleh Simon Anholt pada tahun 1996 untuk membantu negara-negara di dunia membentuk strategi, kebijakan, inovasi, dan investasinya. Suatu nation brand haruslah merefleksikan keutuhan dalam suatu definisi yang terdiri dari imej atau citra dari kumpulan manusia, budaya, tanah, pemerintahan dan karakteristik utama dari sebuah negara (Outhavong, 2007). Nation, dapat didefinisikan sebagai suatu kelompok manusia yang saling berhubungan atau terkait satu sama lain melalui aspek-aspek yang umum, yaitu budaya, etnisitas dan ideologi. (Irwansyah, 2013)

Nation branding menurut Delori dalam Akotia et al, 2010 dapat diistilahkan sebagai country branding yaitu sebagai sebuah identitas bangsa yang telah dikaji mendalam, diartikan dan diinternalisasikan kepada seluruh warga negaranya yang ditujukan untuk membangun citra sebuah negara yang menguntungkan serta untuk meningkatkan daya saing sebuah negara. Nation branding berkaitan dengan citra menyeluruh sebuah Negara di mata internasional meliputi bidang politik, ekonomi dan dimensi-dimensi budaya. (Retno Budi Lestari, 2013)

Nation branding merupakan sebuah fenomena yang menarik dan kompleks, karena merupakan perpaduan dari unsur-unsur negara yang unik dengan tujuan membedakan Negara yang satu dengan yang lain agar dapat menarik perhatian publik. Dalam pelaksanaan nation branding, Negara perlu merumuskan strategi sebagai alat pembentuk nation branding, dibutuhkan kontrol dan pengelolaan pengetahuan informasi dan pengetahuan yang tepat, bagaimana mengatasi perubahan, serta merancang strategi yang tepat dalam pengelolaan hubungan internal dan eksternal. Tujuan utama yang ingin dicapai oleh national branding berfokus kepada ekspor serta untuk menarik wisatawan, national branding yang kuat dapat menjadi keunggulan suatu Negara untuk mencapai hal tersebut. (Dinnie, 2008)

National Branding merupakan cara yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu Negara kepada Negara lain, dan dilakukan juga untuk membangun citra suatu Negara, sehingga dapat dilakukannya kerjasama ataupun menjalin persahabatan dengan Negara lain.

Anholt dalam Wiratma (2017: 243) menyatakan bahwa nation branding adalah cara untuk membentuk persepsi terhadap suatu target kelompok masyarakat tertentu melalui 6 aspek yaitu: merek, peraturan pemerintahan, pariwisata, masyarakat, kebudayaan dan warisan budaya, serta investasi dan imigrasi. Setiap elemen memiliki perannya masing-masing, yaitu :

1. Merek (*Brands*)

Merek dalam hal ini menunjukkan persepsi publik terhadap citra atau image dari produk barang dan jasa suatu negara, serta mengukur tingkat permintaan produk dari negara tersebut oleh publik atau konsumen. Merek dipandang mampu memancing keinginan suatu individu untuk mempunyai permintaan terhadap suatu barang hingga melakukan pembelian dan merasa puas dengan produk dari suatu negara.

2. Peraturan Pemerintahan (*Government, Foreign and Domestic Policy*)

Peraturan Pemerintah menggambarkan opini publik terhadap sebuah negara terkait kompetensi, keadilan, komitmen mengatasi masalah global, dan kepercayaan publik pada pemerintah. Ketika suatu peraturan ersinergi dengan channel yang lain akan lebih cepat untuk memperkenalkan suatu posisi tempat, salah satunya adalah negara kepada komunitas global. Peraturan pemerintah mempunyai beberapa aspek seperti keyakinan pada isu-isu global, hak asasi manusia, sistem hukum keadilan kriminal, dan isu lainnya yang terkait dengan peraturan pemerintahan.

3. Pariwisata (*Tourism*)

Pariwisata berperan untuk mengukur tingkat ketertarikan public mengunjungi suatu negara. Pariwisata terjadi melalui sistem push dan pull yang mempengaruhi tingkat ketertarikan wisatawan. Hal tersebut juga bertujuan untuk mengidentifikasi keadaan alam atau bangunan-

bangunan modern yang menarik perhatian para wisatawan. Komponen-komponen pada pariwisata atau tourism adalah fasilitas-fasilitas lingkungan alam atau buatan manusia (infrastruktur) hingga kuliner, Iklim atau cuaca suatu wilayah.

4. Masyarakat (*People*)

Masyarakat juga menjadi faktor pengukur reputasi suatu negara terkait kompetensi, pendidikan, keterbukaan, dan keramahan atau sikap dari suatu penduduk kepada para wisatawan atau pengunjung lain serta melihat derajat diskriminasi pada masyarakat di suatu negara. Masyarakat merupakan aspek penting dalam pengukuran suatu negara, diketahui bahwa negara tidak akan berdiri tanpa ada sumber daya manusia didalamnya. Aspek-aspek yang mengukur hal ini adalah kepribadian dan sikap sosial masyarakat.

5. Kebudayaan dan Warisan Budaya (*Culture and Heritage*)

Indikator tersebut digunakan untuk mengukur persepsi global terhadap warisan dan budaya negara peninggalan masa lampau juga penghormatan terhadap budaya saat ini. Nation branding yang sukses membutuhkan suatu integrasi dari budaya negara yang artistik sejalan untuk memperoleh perbedaan keunikan dan ketahanan pada suatu negara. kebudayaan dan warisan budaya terdiri dari 3 (tiga) kategori, yaitu :

- peninggalan sejarah (*heritage*) : mencakup sejarah suatu Negara seperti tradisi, dan arsitektur. Kesulitan hal tersebut

adalah seiring perkembangan waktu, peninggalan sejarah bertentangan dengan karakter negara yang modern.

- pemandangan alam (*landscape*) : Pemandangan alam mempunyai kekuatan yang sangat penting. Tidak hanya sebagai suatu nilai tambah atau simbol yang diberikan pada sebuah negara, namun juga berkaitan dengan emosi masyarakat.

- Seni (*The Arts*) : beberapa elemen pada suatu seni memainkan peran penting dalam identitas nasional (*national identity*) seperti sastra, musik, artefak budaya. Seni didalam suatu negara tidak sematamata berdiri sendiri, namun ada integrasi yang kuat antara para seniman serta sejarah seni dalam suatu negara itu sendiri. Seperti, musik indie, perfilman, dan kuliner dapat menjadi strategi keseluruhan untuk memperbaiki citra reputasi negara.

6. Investasi dan Imigrasi (*Investment and Immigration*)

Indikator ini digunakan untuk mengukur tingkat ketertarikan public untuk tinggal dan belajar di negara tersebut juga menunjukkan kondisi sosial maupun ekonomi pada negara tersebut. Investasi disini memiliki beberapa aspek seperti infrastruktur pada suatu daerah, biaya hidup, ekonomi, kondisi lingkungan, kebebasan, jasa kesehatan, dan keamanan & risiko (*safety & risk*) serta iklim suatu wilayah. terhadap suatu negara sebagai sebuah merek. (Steffi Priani Sugi, 2019)

Enam hal tersebut sudah menunjukkan bahwa budaya merupakan salah satu hal yang dibutuhkan untuk membuat suatu negara dapat dikenal oleh Negara lain, sehingga dapat meningkatkan citra suatu Negara kepada Negara-negara yang melakukan kerjasama dengan Negara tersebut.

Bagan 2 Enam aspek dalam Nation Branding



Budaya merupakan variabel independen yang pertama dikemukakan Sun (2009) dalam membangun model national branding, hal tersebut beririsan dengan aspek masyarakat, serta kebudayaan dan warisan budaya yang dikemukakan oleh Anholt (2003). Aspek masyarakat beririsan dengan spirit of the people yang dikemukakan dalam model Echtner dan Ritchie (2003). (Sri Rahayu, 2014)

Konsep national branding yang ditawarkan Echtner and Ritchie Model (2003), adalah:

1. Spirit of the people; Value, History, Economy, Culture, People's experience

2. Positioning diamond; Core competencies, Competitor, dan
3. Stakeholders; Trade partners Ketiga teori diatas memiliki irisan di indikator budaya dan nilai ekonomis dalam membangun national branding suatu bangsa. National branding memiliki tujuan yang jelas yaitu menggunakan the nation's image untuk mempromosikan produk dalam negeri dan meningkatkan ekspor. Bentuk kedua dari national branding adalah place branding - untuk mempromosikan negara (atau mungkin sebuah kota di negara) sebagai tujuan wisata. (Sri Rahayu, 2014)

Dengan ini melalui Rumah budaya Indonesia diharapkan dapat membantu Indonesia dalam mempromosikan ataupun memperkenalkan kebudayaan-kebudayaan yang ada di Indonesia kepada masyarakat Jerman, serta dapat meningkatkan pengunjung yang akan datang ke Indonesia.