

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sumber kekuatan sebuah negara setelah Perang Dingin tidak hanya bergantung pada kekuatan militer saja melainkan pada sumber lain seperti budaya yang disebut dengan *soft power*. Penggunaan aspek budaya sebagai salah satu instrumen dalam melancarkan kepentingan ini disebabkan karena budaya tidak mengakibatkan kerugian besar serta kehilangan nyawa seperti pada saat menggunakan kekuatan alat utama sistem pertahanan (alutsista) pada bidang militer (*hard power*).¹ Salah satu bentuk *soft power* yang dapat dilakukan sebuah negara dalam mencapai tujuan dari kepentingannya adalah melalui diplomasi budaya.

Diplomasi budaya merupakan bentuk diplomasi yang memberi penekanan pada penggunaan budaya sebagai unsur utama dan akan memberikan kemungkinan partisipasi yang lebih luas.² Budaya atau kultur sendiri lebih merujuk pada karakteristik masyarakat, yang dapat mencakup hal-hal seperti bahasa, agama, nilai-nilai adat, perilaku, keyakinan, serta kesenian. Dengan kata lain, kaitan yang dimaksud adalah bagaimana sebuah pola perilaku yang telah tertanam dalam masyarakat tertentu, dapat mempengaruhi kebijakan-kebijakan luar negeri yang akan dibentuk.³

¹ Joseph S. Nye, "Power in the Global Information Age from Realism to Globalization", New York: Routledge (2004): 254.

² Dina Puspita Plehanku, "Peran Diplomasi Publik Dalam Memperkuat Hubungan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014)", Global Insight Journal (2017): 32.

³ Moh. Isa Pramana Koesoemadinata, "Wayang Kulit Cirebon: Warisan Diplomasi Seni Budaya Nusantara", ITB Journal of Visual Art and Design, Vol. 4, No. 2 (2013): 142–154.

Diplomasi budaya merupakan sarana *soft power* yang digunakan oleh Indonesia dalam mewujudkan kepentingannya. Indonesia melalui Kementerian Pariwisata memiliki program andalan yaitu Wonderful Indonesia yang bertujuan sebagai sarana untuk mempromosikan potensi pariwisata Indonesia di mata Internasional.⁴ Hal itu dilakukan Kementerian Pariwisata sesuai dengan Undang-Undang No. 25 tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional, di mana bidang pariwisata dapat berkontribusi dalam pemulihan perekonomian nasional dan pemulihan citra Indonesia di dunia internasional.

Salah satu diplomasi kebudayaan yang dilakukan Kedutaan Besar Republik Indonesia di Swedia yaitu menggelar program Wonderful Indonesia dengan mengadakan Festival Kampung Indonesia di Stockholm, Swedia. Festival budaya yang terletak di taman Kungsträdgården Stockholm ini sukses mendapatkan sambutan meriah dari warga Swedia sejak pertama kali digelar pada tahun 2017 sehingga berlanjut digelar pada tahun-tahun berikutnya. Akan tetapi, festival ini terpaksa berhenti digelar pada tahun 2020 karena adanya pandemi *covid-19*.

Indonesia dan Swedia memiliki hubungan diplomatik yang dapat dikatakan baik sejak tahun 1952, dalam urusan politik luar negeri kedua negara juga memiliki kesamaan, seperti keinginan bersama dalam perdamaian dunia, kerja sama bilateral, serta ekonomi kreatif dan *start-up Business*.⁵ Dalam hal-hal tersebut kedua negara memiliki kesepahaman sehingga menghasilkan berbagai bentuk kerja sama atau kesepakatan dalam beberapa tahun terakhir. Seperti kunjungan Raja Swedia pada

⁴ Sartika Soesilowati, "Diplomasi Soft Power Indonesia melalui Atase Pendidikan dan Kebudayaan", *Jurnal Global & Strategis* Vol. 9, No. 2 (2017): 293.

⁵ Kementerian Luar Negeri RI, "Upaya Peningkatan Terobosan dalam Kerja Sama Indonesia-Swedia", <https://kemlu.go.id/stockholm/id/news/1015/sweden-indonesia-shared-experiences-shared-outlook> (diakses 29 Mei 2021)

tahun 2017 bersama 35 pemimpin perusahaan mereka yang membuka peluang investasi di Indonesia, kemudian sejak tahun 2017 telah ditandatangani nota kesepahaman antara Indonesia dan Swedia untuk memperkuat ikatan ekonomi di antara kedua negara.⁶

Festival Kampung Indonesia yang diselenggarakan di Swedia bertujuan untuk meningkatkan popularitas kebudayaan Indonesia yang dapat mewujudkan hubungan antarmanusia, mempererat hubungan sosial dan budaya, serta menjadi alat untuk meningkatkan rasa saling pengertian dan saling menghormati. Sehingga dapat memberikan keuntungan dalam bidang perekonomian dan investasi bagi Indonesia selaku penyelenggara diplomasi budaya.⁷

Festival Kampung Indonesia hanya digelar di Swedia dari sekian banyaknya rekan kerja sama Indonesia. Menteri Pariwisata Indonesia, Arief Yahya, menjelaskan bahwa Swedia merupakan negara dengan pendapatan perkapita mencapai 47.000 USD dan enam pekan cuti tahunan. Pada saat musim dingin, masyarakat Swedia sangat gemar melakukan perjalanan pariwisata ke daerah tropis dengan suhu hangat, dan itu ada di Indonesia. Terlihat bahwa masyarakat Swedia merupakan pasar yang potensial bagi sektor pariwisata Indonesia. Melihat potensi ini, penting bagi Indonesia untuk menarik minat masyarakat Swedia melalui Festival Kampung Indonesia.⁸

⁶ Kementerian Luar Negeri RI, "Upaya Peningkatan Terobosan dalam Kerja Sama Indonesia-Swedia" <https://kemlu.go.id/stockholm/en/news/1015/sweden-indonesia-shared-experiences-shared-outlook> (diakses 29 Mei 2021)

⁷ Kementerian Luar Negeri, "Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia 2006", diakses melalui <http://www.kemlu.go.id/id/berita/siaran-pers/Pages/Program-Beasiswa-Seni-dan-Budaya-Indonesia-2006.aspx> (diakses 20 April 2020)

⁸ CNN Indonesia, "Kemenpar Gelar Festival Wonderful Indonesia di Swedia", diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170729161456-307-231195/kemenpar-gelar-festival-wonderful-indonesia-di-swedia> (diakses 16 November 2021)

Duta besar Republik Indonesia untuk Swedia, Bagas Hapsoro, menyampaikan bahwa Festival Kampung Indonesia bisa dikatakan sukses, karena terjadinya peningkatan jumlah kunjungan turis asal Swedia ke Indonesia setelah KBRI Stockholm menyelenggarakan Festival Kampung Indonesia ini. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), total jumlah wisatawan Swedia ke Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 51.417 orang, meningkat 11,94% dari 45.934 orang pada tahun 2016.⁹ Kunjungan ini terus meningkat pada dua tahun berikutnya yaitu berjumlah 50.381 orang pada tahun 2018 dan 56.402 orang pada tahun 2019.¹⁰

Perbedaan dan keunikan budaya Indonesia dengan Swedia menjadi kekuatan tersendiri bagi Indonesia. Misalnya Indonesia yang merupakan negara multikultural memiliki beragam rumah adat, pakaian adat, tarian, alat musik, ataupun adat istiadat yang dianut. Dibandingkan dengan festival yang diadakan di negara lain, Festival Kampung Indonesia di Swedia memiliki perbedaan tersendiri. KBRI Stockholm tidak hanya mempromosikan industri pariwisata di Indonesia, tetapi juga mengadakan pertemuan bisnis dan investasi dengan perusahaan-perusahaan asal Swedia. Sehingga tidak hanya untuk menarik para turis, tetapi hubungan bilateral Indonesia dan Swedia pun meningkat, bahkan kesempatan kerja sama untuk investasi pun terbuka.¹¹

⁹ Budi Riza, "Festival Kampung Indonesia di Swedia Ramai Pengunjung", Dunia Tempo (2019), diakses melalui <https://dunia.tempo.co/read/1229335/festival-kampung-Indonesia-di-swedia-ramai-pengunjung/full&view=ok> (diakses 20 April 2020)

¹⁰ Badan Pusat Statistik, Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan, diakses melalui <https://bps.go.id> (diakses 29 Mei 2021)

¹¹ Kementerian Luar Negeri RI, "Wonderful Indonesia Festival Kampung Indonesia 2019, Membawa Nuansa Kampung Halaman di Taman Raja Swedia", <https://kemlu.go.id/portal/id/read/491/berita/wonderful-Indonesia-festival-kampung-Indonesia-2019-membawa-nuansa-kampung-halaman-di-taman-raja-Swedia> (diakses 20 April 2020)

Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil, mengatakan Festival Kampung Indonesia di Swedia memberikan peningkatan terhadap hubungan bilateral antara Indonesia dan Swedia, salah satunya di bidang ekonomi. Beberapa bentuk kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Swedia pun terjalin, seperti pembukaan perusahaan furnitur asal Swedia (IKEA) di Gedebage Bandung, serta kerja sama di bidang infrastruktur yang dilakukan oleh perusahaan Swedia dalam penggantian 70.000 lampu jalan dengan menggunakan energi terbarukan Swedia. Selain itu juga akan mengikuti lelang pembangunan *Light Rail Transit* Metro Kapsul di enam koridor dengan nilai sebesar Rp 20 triliun.¹²

Selain itu, Duta Besar Indonesia untuk Swedia, Bagas Hapsoro, juga mengatakan bahwa Swedia memiliki potensi besar sebagai investor di Indonesia. Hal ini terlihat dari aktifnya Swedia dalam mengembangkan teknologi ramah lingkungan, energi terbarukan, manufaktur, ritel, serta infrastruktur maritim. Di awal tahun 2019, telah terjadi peningkatan dalam investasi yang dilakukan Swedia di Indonesia sebesar 150%, yaitu menjadi 21,8 juta USD dari sebelumnya di tahun 2018 sebesar 16,8 juta USD.¹³

Selain potensi terdapat sedikit hal yang bisa jadi rintangan di antara kedua negara, tantangan dari hubungan kerja sama antara Indonesia dan Swedia mungkin datang dari isu kelapa sawit walau dalam pandangan pemerintah Indonesia tidak

¹² Alexander Haryanto, "Emil Jelaskan Peluang Kerjasama dengan Pengusaha Swedia", *Tirto.id* (2017), diakses melalui <https://tirto.id/emil-jelaskan-peluang-kerjasama-dengan-pengusaha-swedia> (diakses 20 April 2020)

¹³ Rizki Akbar Hasan, "Forum Bilateral RI - Swedia, Pemerintah Genjot Investasi dan Kerja Sama Ekonomi", *Liputan 6* (2019), diakses melalui <https://m.liputan6.com/global/read/4114451/forum-bilateral-ri-swedia-pemerintah-genjot-investasi-dan-kerja-sama-ekonomi> (diakses 15 Desember 2020)

terlalu berpengaruh banyak bagi Swedia.¹⁴ Akan tetapi isu ini cukup hangat dipermasalahkan oleh Uni Eropa, kelapa sawit dianggap tidak ramah terhadap lingkungan, sementara Indonesia bersama dengan Malaysia menghasilkan 90% kelapa sawit dunia.¹⁵

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, dapat dilihat bahwa potensi yang dimiliki Swedia sangat besar dan minatnya untuk berinvestasi di Indonesia pun besar, dibuktikan dengan penguatan kerja sama yang dilakukan keduanya. Dan adanya pandangan Uni Eropa terhadap Indonesia terkait isu kelapa sawit yang mungkin saja memberikan citra kurang baik terhadap Indonesia, menjadi hal menarik untuk diteliti dalam diplomasi budaya yang dilakukan Indonesia melalui Festival Kampung Indonesia di Swedia pada tahun 2017-2019.

1.2. Rumusan Masalah

Diplomasi kebudayaan Indonesia terhadap Swedia dilakukan dengan cara menyelenggarakan Festival Kampung Indonesia untuk memperkenalkan Indonesia kepada publik Swedia. Festival ini bertujuan untuk mencapai hubungan bilateral antara Indonesia dengan Swedia. Adanya festival ini telah berdampak pada peningkatan kedatangan para wisatawan dari Swedia ke Indonesia, begitu juga untuk menarik investor melakukan investasi yang akan memberikan keuntungan dalam bidang ekonomi bagi Indonesia. Namun, mengingat Indonesia dan Swedia sesungguhnya memiliki kebudayaan yang sangat berbeda, sehingga menarik untuk

¹⁴ Kementerian Luar Negeri RI, "Upaya Peningkatan Terobosan dalam Kerja Sama Indonesia-Swedia", <https://kemlu.go.id/stockholm/id/news/1015/sweden-indonesia-shared-experiences-shared-outlook> (diakses 29 Mei 2021)

¹⁵ Aditya Dwindia Pratama, "Post Truth dalam Perseteruan Indonesia-Uni Eropa Mengenai Isu Kelapa Sawit" *Politica* Vol 10 No. 2 (2019): 96.

mengetahui bagaimana pendekatan melalui budaya yang dilakukan di tengah perbedaan yang dimiliki.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Dari uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penulis hendak menjawab pertanyaan penelitian bagaimana upaya diplomasi kebudayaan Indonesia melalui Festival Kampung Indonesia di Swedia?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya Indonesia sebagai pelaksana diplomasi kebudayaan melalui Festival Kampung Indonesia di Swedia.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat:

a. Manfaat Akademis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan kita sebagai Mahasiswa/i Hubungan Internasional, mengenai diplomasi kebudayaan yang merupakan salah satu bagian dari politik luar negeri Indonesia, diimplementasikan melalui Festival Kampung Indonesia di Swedia.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini berguna sebagai referensi literasi dalam kajian Ilmu Hubungan Internasional sehingga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait di dalam membuat sebuah kebijakan luar negeri khususnya yang berkaitan dengan diplomasi kebudayaan.

1.6. Studi Pustaka

Dalam menganalisis penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa referensi berupa literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Referensi tersebut akan menjadi tolak ukur dan landasan bagi peneliti dalam mengembangkan ruang lingkup penelitian.

Referensi pertama adalah penelitian dari Yaza Azzahara Ulyana & Mohd. Afandi Salleh dengan judul *The Role of Cultural Diplomacy: Indonesia-Malaysia Relations*.¹⁶ Tulisan ini berfokus pada diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan Malaysia dan mengidentifikasi peran diplomasi budaya dalam membangun hubungan baik antara kedua negara. Penelitian ini menggunakan konsep konstruktivisme dari Alexander Wendt. Setelah menganalisis data, penelitian ini menemukan bahwa dengan meningkatkan diplomasi budaya sebagai pendekatan *soft power* di masing-masing negara ini mampu memberikan dampak yang baik bagi hubungan Indonesia dan Malaysia terutama dalam mengurangi ketegangan di kalangan masyarakat atas beberapa masalah sosial di masa lalu. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan wisatawan dari kedua negara, serta peningkatan jumlah mahasiswa yang datang ke Malaysia maupun Indonesia dalam rangka melanjutkan studi.

Referensi kedua adalah artikel yang ditulis oleh Ulyantraja Kelamor yang berjudul *Implementation of the Indonesian Culture Diplomacy toward Australia through IndoFest Period 2012-2016 (Case Study: Adelaide and Canberra)*.¹⁷

¹⁶ Yaza Azzahara Ulyana dan Mohd. Afandi Salleh, "The Role of Cultural Diplomacy: Indonesia-Malaysia Relations", *Malaysia Asian People Journal*, Vol. 1, No. 2, (2018).

¹⁷ Ulyantraja Kelamor, "Implementation of the Indonesian Culture Diplomacy toward Australia through IndoFest Period 2012-2016 (Case Study: Adelaide and Canberra)", *International Relations*, Universitas Kristen Indonesia (2020).

Artikel ini membahas tentang kegiatan IndoFest yang dilakukan oleh Indonesia di Australia pada tahun 2012 hingga 2016. Indonesia telah menjadi tujuan wisata penting bagi warga Australia sejak awal 1970-an. Untuk itu, Indonesia telah mengambil berbagai langkah untuk menarik wisatawan Australia, terutama yang berada di Adelaide dan Canberra. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Indonesia adalah dengan menyelenggarakan kegiatan IndoFest sebagai pagelaran budaya yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menambah wawasan yang lebih luas tentang budaya Indonesia. Dengan hadirnya IndoFest, terlihat juga diplomasi budaya yang terus dilakukan Indonesia tidak hanya untuk meningkatkan hubungan baik di kedua negara tetapi juga untuk mengenalkan seni, budaya, dan makanan khas Indonesia lebih kepada masyarakat Australia, agar dapat menarik wisatawan Australia datang ke Indonesia.

Hasil studi tersebut menyatakan bahwa Indonesia berhasil melakukan diplomasi budayanya ke Australia melalui IndoFest. Ajang IndoFest terbukti mampu mendongkrak kedatangan wisatawan dari Australia, mengingat 60 persen turis Australia adalah *repeater*. Melalui hal tersebut, terlihat bahwa kunjungan pertama ke Indonesia memberikan kesan yang baik sehingga ada keinginan dari warga negara Australia untuk datang kembali ke Indonesia. Oleh karena itu, artikel ini dapat berkontribusi dalam penelitian ini sebagai bahan perbandingan mengenai pendekatan budaya yang digunakan untuk melihat hubungan bilateral antara kedua negara.

Referensi ketiga yaitu artikel dari Erik Pajtinka, yang berjudul *Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations*.¹⁸

Artikel ini menjelaskan diplomasi budaya sebagai rangkaian kegiatan yang dilakukan secara langsung oleh atau bekerjasama dengan otoritas diplomatik suatu negara, yang ditujukan untuk memajukan kepentingan politik luar negeri negara tersebut dalam ranah politik budaya, terutama dengan cara membina pertukaran budayanya dengan negara (asing) lainnya. Artikel ini juga memaparkan kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan negara dalam menjalankan diplomasi budayanya di negara lain. Kegiatan-kegiatan tersebut memungkinkan negara untuk menyajikan budaya mereka secara internasional dan menggunakannya untuk membangun relasi yang berkelanjutan.

Dalam praktiknya, diplomasi budaya yang dilakukan suatu negara dapat mencakup kegiatan utama seperti: membantu pelaku budaya dalam menyebarkan budaya nasional dan identitas budaya negara asal di negara penerima, memberikan pelatihan bahasa negara asal di negara penerima, mempromosikan nilai budaya negara asal di negara penerima, menjalin kerja sama dengan pelaku budaya di negara penerima, melakukan negosiasi perjanjian internasional tentang kerja sama budaya antar kedua negara, dan menjaga komunikasi dengan komunitas ekspatriat di negara penerima. Namun, struktur serta intensitas keseluruhan dari kegiatan diplomasi budaya dapat bervariasi tergantung pada negara dan prioritas serta ambisi kebijakan luar negerinya.

¹⁸ Erik Pajtinka, "Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations", Matej Bel University Press, Vol. XVII, (2014): 103-106.

Referensi keempat adalah tulisan dari Nurlelawati dengan judul “Diplomasi Budaya Indonesia melalui *Nation Branding* Wonderful Indonesia dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Mandalika tahun 2011-2017”.¹⁹ Tulisan ini membahas diplomasi budaya yang dilakukan oleh Indonesia melalui sektor pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan menambah pendapatan negara. Salah satu situs pariwisata lokal yang menjadi prioritas pemerintah adalah Mandalika yang berada di Nusa Tenggara Barat. Upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia selain mengembangkan infrastruktur, pengelolaan, dan pelatihan sumber daya manusia adalah dengan menjadikan Mandalika sebagai Kawasan Ekonomi Khusus pariwisata. Hal yang dilakukan pemerintah adalah mempromosikan Mandalika ke luar negeri dengan menggunakan *National Branding* yang dikenal dengan Wonderful Indonesia. Hal ini tidak hanya sebagai identitas, tetapi juga turut merepresentasikan Indonesia.

Tulisan ini menyebutkan bahwa Promosi Wonderful Indonesia telah memberikan hasil yang memuaskan dalam hal mendatangkan wisatawan mancanegara ke Mandalika. Tidak hanya wisatawan, promosi tersebut juga berhasil menarik investor asing maupun lokal untuk berinvestasi di Mandalika. Selain itu, kunjungan wisatawan mancanegara memberikan pendapatan yang cukup banyak terhadap negara. Tentunya keberhasilan tersebut bukan hanya karena kerja keras dari pemerintah, namun juga kerja sama dari berbagai pihak seperti pelaku bisnis, mahasiswa, dan masyarakat secara langsung. Tulisan ini berkaitan dengan

¹⁹ Nurlelawati, “Diplomasi Budaya Indonesia melalui *Nation Branding* Wonderful Indonesia dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Mandalika tahun 2011-2017”, *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, Vol. 7, No. 3 (2019).

penelitian penulis karena sama-sama menggunakan brand Wonderful Indonesia dalam menjalankan program diplomasi budayanya sehingga dapat dilihat sebagai bahan perbandingan.

Referensi kelima yaitu sebuah penelitian yang ditulis oleh Serhan Ada, dengan judul *Cultural diplomacy: from showcase to intercultural dialogue*.²⁰ Penelitian ini melihat kebijakan yang dilakukan negara dalam melakukan diplomasi budaya di negara lain. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa diplomasi budaya diarahkan tidak hanya oleh pemerintah tetapi juga oleh berbagai lembaga dengan misi yang berbeda. Dalam membuat kebijakan, negara pengirim perlu memilih produk artistik mana yang akan dipromosikan di negara penerima agar mencapai efek yang diinginkan. Pemilihan seniman dan produk artistik mana yang dipromosikan secara eksplisit merupakan salah satu kebijakan budaya internasional. Dalam hal ini, diplomasi budaya secara langsung terkait dengan kebijakan budaya dan preferensi yang terkait dengan multikulturalisme, dialog antar budaya, dan keanekaragaman budaya.

Penelitian ini mendefinisikan kembali diplomasi budaya sebagai fungsi matematika, persamaan (atau ketidaksamaan yang melekat) yang terdiri dari “pengirim” dan “penerima”. Dalam pengertian ini, kita dapat menganggapnya sebagai pertukaran berkelanjutan yang sulit diselesaikan dan yang tidak akan pernah bisa tetap dalam keseimbangan yang sama. Dengan demikian, semua tur, festival, dan peringatan budaya yang diselenggarakan atas nama diplomasi budaya mulai menumpahkan signifikansinya saat ini sebagai kampanye (baik secara

²⁰ Serhan Ada, “Cultural diplomacy: from showcase to intercultural dialogue”, dalam “Cultural Diplomacy: Arts, Festivals and Geopolitics”, Faculty of Dramatic Arts in Belgrade, (2017): 51-58.

“proaktif”, “promosi”, atau “propaganda”) di mana kedua belah pihak mempromosikan diri dan memaksakan diri pada yang lain.

Kelima penelitian diatas relevan dengan masalah yang akan penulis teliti, sehingga penulis bisa mengumpulkan informasi terkait diplomasi budaya yang dilakukan Indonesia di suatu negara. Dengan melihat keterkaitannya, penelitian-penelitian diatas sangat cocok untuk dijadikan acuan dalam penelitian ini.

1.7. Kerangka Konseptual

1.7.1 Diplomasi Kebudayaan

Diplomasi kebudayaan merupakan salah satu bagian dari diplomasi publik yang secara umum dapat diartikan sebagai sebuah praktik diplomasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan dengan terciptanya *mutual understanding*. Menurut Milton Cummings, diplomasi budaya diartikan sebagai:²¹

“The exchange of ideas, information, art, and other aspect of culture among nations and their peoples in order to foster mutual understanding which can also be more of one way street than a two way exchange, as when one action concentrates its effort on promoting the national language, explaining its policies and points of view, or “telling its story” to the rest of the world.”

Definisi di atas menunjukkan bahwa diplomasi budaya seringkali menjadi sebuah komunikasi satu arah antara sebuah negara dengan negara lainnya, yang bertujuan untuk menjaga sikap saling pengertian antar negara. Hal sependapat dikemukakan oleh Tulus Warsito dan Wahyuani Kartikasari dalam bukunya menuliskan:²²

“Kebudayaan adalah usaha-usaha suatu negara dalam upaya untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan termasuk di dalamnya adalah

²¹ Milton C. Cummings, “Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey”, Washington D.C: Centre for Arts and Culture (2003): 1.

²² Tulus Warsito dan Wahyuani Kartika Sari, “Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang”, Ombak, Yogyakarta, (2007): 25.

pemanfaatan bidang-bidang ideologi, teknologi, politik, ekonomi, militer, sosial, kesenian, dan lain-lain dalam pencatutan masyarakat internasional.”

Saling memahami karakter masing-masing negara merupakan salah satu cara untuk mencapai keselarasan dalam hubungan bilateral. Hal ini disebabkan peran budaya dalam mengekspresikan karakter suatu negara. Aspek budaya juga memberikan dampak pada kebijakan yang diambil oleh suatu negara terhadap negara lain. Hal ini terkait dengan seni dan budaya yang merupakan salah satu alat *soft power diplomacy*.²³

Penggunaan budaya sebagai alat diplomasi dapat memberikan hasil yang positif dalam pencapaian tujuan kepentingan. Budaya yang bersifat universal atau umum, sehingga dapat ditemukan di semua negara di seluruh dunia. Selain itu juga budaya bersifat komunikatif atau mudah dipahami, sehingga masyarakat dengan latar belakang budaya berbeda dapat dengan mudah memahaminya. Hal itu juga menumbuhkan rasa kedekatan antara negara satu dengan negara lainnya.²⁴

Dalam literatur yang berjudul *A Greater Role for Cultural Diplomacy*, Simon Mark membagi elemen dasar diplomasi budaya ke dalam empat kategori. Elemen-elemen tersebut adalah:²⁵

1. *Actors and government involvement* (Aktor dan keterlibatan pemerintah)

Diplomasi budaya adalah praktik diplomatik pemerintah, baik bersifat pemerintahan tunggal atau berkelompok seperti Uni Eropa. Fox berpendapat bahwa

²³ Fuad Hassan, “Diplomasi Kebudayaan”, Jakarta, (1983): 4.

²⁴ Andris Dhitra, “Misi Kebudayaan Sebagai Alat Diplomasi Budaya (Kajian IOV Indonesia)”, Kemdikbud (2013), diakses melalui http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/wpcontent/uploads/sites/46/2013/10/andris-dhitra_diplomasi-budaya_kerja-sama-internasional_misi-kebudayaan-sebagai-diplomasi-budaya-kajian-iov-Indonesia.pdf (diakses 20 April 2020)

²⁵ Simon Mark, *A Greater Role for Cultural Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations „Clingendael” (April 2009) <http://www.simonmark.co.nz/files/simonmarkagreaterroleforculturaldiplomacy.pdf> (diakses 29 Mei 2021)

istilah diplomasi budaya adanya keterlibatan pemerintah terhadap hal apapun dalam memroyeksikan citra bangsa di luar negeri. Diplomasi budaya biasanya melibatkan secara langsung atau tidak langsung kementerian luar negeri, atau tingkat sub nasional, dan kementerian hubungan internasional.

2. *Objectives* (Tujuan)

Secara tradisional, pemerintah melakukan diplomasi budaya untuk mencapai tujuan idealis seperti mengembangkan saling pengertian, melawan etnosentris dan stereotip, dan mencegah konflik. Tujuan idealistik ini mencakup ide tentang hubungan dua arah yang saling bertukar satu sama lain, walaupun pada prakteknya diplomasi budaya cenderung tidak timbal balik.

Diplomasi budaya juga mempunyai tujuan fungsional berupa meningkatkan kepentingan perdagangan, politik, diplomatik dan ekonomi. Mengembangkan hubungan bilateral di seluruh bidang termasuk dalam elemen ekonomi, perdagangan, politik, budaya, dan diplomatik. Berhubungan dengan kelompok di luar negeri yang penting bagi praktisi diplomasi budaya seperti diaspora. Tujuan fungsional selanjutnya adalah membantu memelihara hubungan bilateral saat ada ketegangan.

3. *Activities* (Kegiatan)

Diplomasi budaya menggabungkan atau melibatkan kegiatan yang dilakukan berbagai peserta seperti seniman, penyanyi dan sebagainya, manifestasi kesenian seperti film, promosi aspek budaya suatu negara seperti bahasa, dan pertukaran orang seperti akademisi. Kegiatan yang dilakukan dalam lingkup diplomasi budaya merupakan aspek budaya pemerintahan yang diwakili. Aktivitas diplomasi budaya juga luas dan tidak hanya terbatas pada “*high culture*” yang

diproduksi dan dilihat oleh kelompok para elit, saat ini diplomasi budaya ditargetkan pada populasi yang lebih luas, contohnya seperti beasiswa pendidikan, kunjungan sarjana, intelektual, akademisi dan seniman baik di dalam maupun luar negeri, pertunjukan kelompok budaya, pertunjukan dan pameran kesenian, seminar dan konferensi, pengoperasian perpustakaan, dan dukungan terhadap festival negara lain yang diadakan di dalam negeri.

4. *Audiences* (Penonton atau pengunjung)

Untuk menargetkan audiens dari negara lain terkait budaya negara pengirim, diplomasi budaya juga mendukung aktivitas budaya negara lain di dalam negeri karena dapat membantu memajukan kepentingan nasional negara pengirim. Audiens diplomasi budaya dapat mencakup warga negara penerima, turis di negara penerima, maupun anggota diaspora negara pengirim.

1.8. Metode Penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini mengumpulkan data dari sumber ilmiah dalam memahami isu yang dialami oleh subjek penelitian. Adapun proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif dan menafsirkan makna dari data yang telah didapatkan.²⁶ Deskriptif

²⁶ John W. Creswell, "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches 4 th Edition", (California, SAGE Publications: 2013): 4.

analitis digunakan untuk menjelaskan, menggambarkan, dan menganalisis terkait Festival Kampung Indonesia di Swedia.

1.8.2 Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan terhadap penelitian ini berdasarkan waktu, yaitu sejak tahun 2017 hingga tahun 2019 untuk melihat upaya yang dilakukan Indonesia melalui diplomasi budaya dengan Festival Kampung Indonesia. Tahun 2017 dipilih sebagai awal tahun penelitian ini dikarenakan pada tahun tersebut untuk pertama kalinya Indonesia melakukan diplomasi budaya dengan Swedia dengan mengadakan Festival Kampung Indonesia. Tahun 2019 dijadikan batas penelitian sebab Festival Kampung Indonesia telah sukses menuai sambutan meriah warga Swedia pada 2017 dan 2018, sehingga peneliti melihat tahun 2019 menjadi tolak ukur bagaimana upaya diplomasi kebudayaan melalui Festival Kampung Indonesia di Swedia.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisis atau variabel dependen merupakan objek kajian yang perilakunya akan diteliti dan dianalisis. Dalam penelitian ini yang akan menjadi unit analisis adalah Indonesia, sebagai pelaksana diplomasi kebudayaan melalui Festival Kampung Indonesia. Selanjutnya, unit eksplanasi atau variabel independen merupakan unit yang dapat mempengaruhi perilaku unit analisis. Dalam hal ini yang menjadi unit eksplanasi adalah kepentingan Indonesia terhadap Swedia. Sementara itu, level analisis atau tingkat analisis merupakan tingkat atau posisi dari objek kajian yang akan diteliti atau dianalisis. Tingkat analisis penelitian ini berada pada level negara. Hal tersebut dikarenakan dalam penelitian ini, penulis akan

menjelaskan bagaimana upaya diplomasi kebudayaan melalui Festival Kampung Indonesia di Swedia.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara melalui media surat elektronik dengan narasumber yaitu Rosmawati Siregar dari *cultural section* KBRI Stockholm, Kepala Kanselerai KBRI Stockholm, Tanti Widyasturi dari *economic section*, dan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kementerian Pariwisata Republik untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci mengenai Festival Kampung Indonesia di Swedia.

Sedangkan data sekunder didapatkan melalui studi kepustakaan di mana penulis mengumpulkan fakta dan data-data tertulis dari berbagai sumber. Adapun sumber-sumber tersebut berupa didapatkan dengan mengumpulkan data terkait diplomasi kebudayaan yang di lakukan Indonesia. Data-data tersebut didapat dari dokumen yang langsung dikeluarkan oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia, Kementerian Perdagangan, dan situs lainnya yang membahas mengenai data terkait penelitian. Adapun situs resmi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu www.kemenlu.com, kemlu.go.id/stockholm/id, www.kemendag.go.id, dan www.madeindonesiafestival.com, serta situs-situs internet yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti akan melakukan analisis data melalui beberapa tahap. Tahap pertama, peneliti akan mengumpulkan data-data dan juga fakta mengenai upaya diplomasi budaya yang dilakukan Indonesia melalui

Festival Kampung Indonesia di Swedia. Data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti: jurnal, berita, situs pemerintahan, serta melakukan wawancara dengan narasumber terkait. Kemudian akan direduksi dan dijabarkan pada unit-unit dan kemudian disusun ke dalam pola dan memilih yang mana yang dapat membantu menjawab permasalahan penelitian yang ada.

Tahap selanjutnya adalah tahap interpretasi, data-data terkait upaya Indonesia dalam melakukan diplomasi kebudayaan melalui Festival Kampung Indonesia nantinya akan diinterpretasikan dan disajikan kembali oleh peneliti dalam bentuk analisis dengan menggunakan empat elemen diplomasi budaya yang dipaparkan Simon Mark, di antaranya aktor dan keterlibatan pemerintah, tujuan, kegiatan, dan audiensi.

Dari data yang didapatkan, penulis hanya akan menggunakan data yang relevan dengan masalah penelitian. Data tersebut akan peneliti saring dan tuliskan kembali dengan bahasa yang mudah dipahami tanpa mengubah maksud dari data tersebut sehingga peneliti dapat menggambarkan diplomasi kebudayaan yang dilakukan Indonesia di Swedia beserta kegiatan dalam Festival Kampung Indonesia di Swedia.

Tahap terakhir adalah pengambilan kesimpulan. Hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana upaya yang telah dilakukan oleh Indonesia dalam melakukan diplomasi kebudayaan di Swedia. Peneliti pada akhirnya dapat menganalisis dengan menggunakan kerangka konseptual yang telah dituliskan oleh peneliti sebagai hasil dari penelitian ini.

1.9. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini, dimuat penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka sebagai bahan rujukan dan pembanding penelitian, kerangka konseptual yang akan digunakan untuk menganalisis topik penelitian, metode penelitian, unit analisis dan tingkat analisis, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB II Hubungan Indonesia dan Swedia

Dalam bab ini peneliti akan memaparkan hubungan yang dijalin antara Indonesia dengan Swedia termasuk sejarah hubungan diplomatik keduanya serta kerja sama bilateral yang terjalin.

BAB III Festival Kampung Indonesia di Swedia

Dalam bab ini nantinya peneliti akan menjelaskan bagaimana Festival Kampung Indonesia yang dilakukan Indonesia di Swedia semenjak tahun 2017 hingga 2019.

BAB IV Upaya Diplomasi Kebudayaan melalui Festival Kampung Indonesia di Swedia

Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan apa-apa saja upaya yang telah dilakukan oleh Indonesia dalam melakukan diplomasi kebudayaan di Swedia.

BAB V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan terkait topik penelitian serta saran peneliti sebagai hasil dari penelitian.