

# BAB I

## Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Pada era modern saat ini, negara yang ingin mencapai kepentingan nasional nya dapat melakukan diplomasi dengan negara lainnya. Tidak perlu lagi untuk melakukan peperangan demi mencapai kepentingan nasionalnya. Diplomasi termasuk ke dalam *soft power*, menurut Joseph Nye unsur unsur yang terdapat dalam *soft power* adalah sistem nilai, budaya dan kebijakan (Lusiana, 2018). Unsur unsur yang terdapat di dalam *soft power* dapat ditemukan di dalam diplomasi. Salah satu nya adalah diplomasi publik yang terdapat unsur budaya. Definisi diplomasi publik menurut Kamus Hubungan Internasional adalah usaha negara untuk memengaruhi opini publik di negara lain menggunakan beberapa instrumen seperti pertukaran budaya, film, televisi dan radio (Effendi, 2011). Diplomasi publik ini bertujuan untuk mendapatkan perhatian publik di negara lain dan juga sering melibatkan aktor non negara (Effendi, 2011). Salah satu bagian dari diplomasi publik adalah diplomasi budaya. Seperti namanya, diplomasi budaya menggunakan instrumen kebudayaan yang dapat dilakukan dengan cara memperkenalkan kebudayaan suatu bangsa melalui beberapa cara salah satunya dengan membuat acara seni atau festival kemudian dapat juga dilakukan melalui bidang pendidikan. Diplomasi budaya biasanya dilakukan untuk menaikkan citra positif suatu negara di dunia internasional. Selain itu tujuan diplomasi budaya dilakukan adalah untuk mempererat hubungan suatu negara dengan negara lain. Negara negara melakukan diplomasi budaya karena diplomasi budaya dianggap lebih efektif, karena melalui diplomasi budaya maka akan ada pertukaran nilai, gagasan, ide dan informasi antar negara yang akan diterima dengan mudah dan dapat dilakukan dengan *people to people*.

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. Pulau yang ada di Indonesia berjumlah 17 ribu lebih pulau (Anjani, 2021). Dengan banyaknya pulau di Indonesia maka dari itu kesenian dan kebudayaan yang ada di Indonesia pun sangat beragam. Pada tahun 2019 Indonesia telah menetapkan sebanyak 267 warisan budaya takbenda (WBTB) (Purwanto, 2019). Penetapan budaya dilakukan untuk melindungi kebudayaan yang ada di Indonesia. Dengan banyaknya budaya yang terdapat di Indonesia maka akan sangat rentan jika kebudayaan Indonesia diklaim oleh negara lain. Isu negara lain yang mengklaim budaya Indonesia tidak terjadi hanya sekali saja. Maka dari itu untuk melindungi kebudayaan Indonesia dari kasus pengklaiman budaya Indonesia oleh negara lain, pemerintah harus lebih sering untuk memperkenalkan atau mempromosikan kebudayaan Indonesia ke dunia Internasional. Sesuai dengan UU No.5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan, maka Indonesia pun akan lebih giat lagi dalam mempromosikan kebudayaan yang dimilikinya. Arti dari Pemajuan Kebudayaan dari UU no.5 tahun 2017 pasal satu adalah upaya untuk meningkatkan ketahanan budaya dan kontribusi budaya Indonesia di tengah peradaban dunia melalui Perlindungan, Pengembangan, Pemanfaatan dan Pembinaan Kebudayaan. Pada pasal 32 disebutkan bahwa peran aktif dan pemanfaatan objek pemajuan kebudayaan dilakukan untuk meningkatkan peran aktif dan pengaruh Indonesia di dalam hubungan internasional. Selanjutnya pada pasal 35 disebutkan bahwa untuk melakukan pemanfaatan pemajuan budaya tersebut maka perlu dilakukan melalui diplomasi budaya dan juga kerja sama internasional di bidang kebudayaan. Untuk memenuhi UU No.5 Tahun 2017 maka diplomasi budaya Indonesia dilakukan melalui beberapa cara.

Cara untuk memperkenalkan atau menyebarluaskan kebudayaan Indonesia dapat dilakukan dengan mengadakan festival kebudayaan, pertukaran pelajar atau program beasiswa untuk belajar ke luar negeri, membangun pusat kebudayaan dan lain lain. Salah satu contohnya adalah dengan mengadakan festival budaya secara internasional. Tujuan diadakan

nya festival budaya secara internasional adalah untuk memperkenalkan budaya yang dimiliki suatu negara kepada masyarakat internasional (Alam, 2019). Pengadaan festival budaya ini sangat cukup populer dilakukan oleh negara-negara untuk melakukan diplomasi budayanya. Contohnya seperti Jepang yang mengadakan festival tahunan di Jakarta dengan nama Ennichisai. Sebelum terjadinya pandemi yaitu pada tahun 2019 festival budaya Jepang atau yang dikenal sebagai Ennichisai diadakan di kawasan Blok M untuk merayakan 10 tahun diadakannya festival ini. Festival ini juga didukung oleh pemerintah kota Jakarta Selatan (Kinanti, 2019). Dalam festival tersebut banyak sekali budaya-budaya Jepang yang diperlihatkan dan juga banyak sekali masyarakat yang berminat untuk menghadiri festival tersebut. Selain Jepang, Korea Selatan juga suka mengadakan festival budaya. Warga Indonesia diketahui sangat antusias terhadap budaya Korea Selatan seperti K-pop, K-drama dan juga kuliner khas dari Korea Selatan. Baru-baru ini Kedutaan Besar Korea Selatan di Indonesia mengadakan festival budaya yaitu 2021 We go Together Festival (Permatasari, 2021).

Pertukaran pelajar atau program beasiswa juga menjadi salah satu cara untuk menyebarkan kebudayaan yang dimiliki suatu bangsa. Indonesia sendiri sudah sangat sering mengirim para pelajar untuk menuntut ilmu ke luar negeri. Selain untuk menuntut ilmu diharapkan para pelajar yang ada di luar negeri untuk bisa memperkenalkan budaya Indonesia di negara yang sedang mereka tinggali saat itu. Tujuan pengadaan festival budaya dan pertukaran pelajar selain untuk menyebarkan kebudayaan yang dimiliki suatu negara tetapi juga untuk menyebarkan potensi pariwisata yang dimiliki suatu negara tersebut dan juga untuk mencapai kepentingan nasional negara itu melalui diplomasi budaya. Salah satu tujuan fungsional diplomasi budaya adalah untuk memajukan kepentingan perdagangan, politik, diplomatik, ekonomi, dan untuk mempertahankan hubungan bilateral negara dalam berbagai bidang seperti ekonomi, budaya, politik dan perdagangan (Mark, 2009)

Upaya pemerintah Indonesia dalam menyebarkan kebudayaan Indonesia di dunia internasional selain mengadakan festival budaya dan pertukaran pelajar atau program beasiswa adalah dengan dibangunnya pusat kebudayaan di suatu negara. Maka dari itu Indonesia mencoba membuat pusat kebudayaan dengan nama Rumah Budaya Indonesia (RBI). Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud) menggagas konsep RBI bertujuan untuk memperkenalkan budaya Indonesia, meningkatkan citra positif Indonesia di dunia internasional dan juga untuk menyebarkan potensi pariwisata yang dimiliki Indonesia. Sebelum dibangunnya RBI di beberapa negara di dunia, pada saat itu Kemdikbud bertujuan untuk membangun RBI di negara yang strategis seperti di Prancis, Belanda dan Amerika Serikat (Akhmad, 2012). RBI pertamakali dibangun di Dili, Timor Leste (Jambi Ekspres, 2014). Seiring berjalannya waktu Kemdikbud pun merencanakan untuk membangun RBI di 19 negara lainnya beberapa di antaranya yaitu Jerman, Belanda, Turki, Prancis, Turki, Jepang, Singapura, Myanmar, Australia dan Amerika (Khamdi, 2014). RBI juga akan menyediakan beragam program menarik untuk diikuti dan rumah budaya ini dibangun se nyaman mungkin dan akan sangat berbeda dengan kantor kedutaan sehingga orang-orang yang ingin berkunjung ke RBI akan lebih santai saat berada di sana. Dengan adanya RBI di beberapa negara di dunia diharapkan agar kebudayaan Indonesia lebih dikenal oleh masyarakat internasional serta menarik perhatian para masyarakat internasional untuk berwisata ke Indonesia.

Hubungan bilateral Indonesia dengan Jerman sudah terjalin sangat lama. Indonesia dan Jerman sudah menjalani hubungan diplomatik sejak tahun 1952 dengan berdirinya Kedutaan Besar Jerman di Jakarta (The Embassy of The Republic of Indonesia in Berlin, 2021). Indonesia dan Jerman telah melakukan kerjasama di berbagai bidang contohnya seperti di bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan dan masih banyak lagi. Jerman adalah salah satu mitra dagang utama untuk Indonesia. Indonesia banyak mengeksport produk unggulan nya ke Jerman contohnya adalah alat elektronik, minyak kelapa sawit, rempah-rempah dan masih banyak lagi.

Pendapatan dari total nilai ekspor barang ke Jerman cukup tinggi selama 3 tahun yaitu sejak 2009 sampai 2011. Total nilai ekspor Indonesia ke Jerman pada tahun 2009 sebesar €19.168 kemudian adanya peningkatan sebesar €99.105 pada tahun 2011 dengan total nilai ekspor Indonesia ke Jerman sebesar €118.273 (Data Statistik Indonesia 2012/2013, 2013). Namun jika dilihat secara keseluruhan kontribusi nilai ekspor dan impor Indonesia belum besar terhadap PDB negara. Maka dari itu perdagangan luar negeri bukan lah sektor yang berkontribusi besar terhadap PDB negara melainkan sektor lain. Seperti yang sudah ditulis oleh Simon Mark pada jurnal nya bahwa salah satu tujuan fungsional dilakukannya diplomasi budaya adalah untuk memajukan kepentingan nasional dalam bidang ekonomi. Sebelum berdirinya RBI di Jerman peningkatan wisatawan Jerman ke Indonesia hanya sedikit tiap tahunnya bahkan pada tahun 2007 ke 2008 terdapat penurunan angka wisatawan Jerman ke Indonesia sebanyak 18.560 wisatawan. Maka dari itu Indonesia mencoba melakukan diplomasi budaya ke Jerman untuk menarik perhatian para warganya agar tertarik untuk berwisata ke Indonesia. Dengan banyaknya wisatawan asing yang masuk ke Indonesia maka hal tersebut akan menaikkan angka devisa negara. Namun dengan promosi potensi pariwisata yang telah dilakukan Indonesia dan dengan keberagaman budaya serta kekayaan alamnya, Indonesia masih tertinggal dalam ASEAN, karena negara yang masih paling banyak diminati oleh wisatawan asing adalah Thailand dan Indonesia berada di peringkat ke-4 dari 10 negara, serta kenaikan angka wisatawan Jerman ke Indonesia yang tidak stabil.

Jerman diketahui sudah melakukan diplomasi budaya kepada Indonesia sejak tahun 1962 dengan membuka pusat budaya bernama *Ghoete Institut*. *Ghoete Institut* berjumlah 157 dan tersebar di 98 negara di seluruh dunia (Ghoete Institut, 2021). *Ghoete Institut* merupakan tempat perkumpulan budaya, ruang baca dan juga tempat dimana masyarakat Indonesia dapat mempelajari bahasa Jerman dan melakukan ujian bahasa Jerman (Utama, 2016). Selain itu terdapat beberapa kegiatan juga yang

diadakan di *Ghoete Institut* adanya pemutaran film, pameran kesenian, tari dan juga teater (Yuza, 2016). Kegiatan yang terdapat di *Ghoete Institut* juga tidak hanya melibatkan warga Jerman saja tetapi juga warga Indonesia seperti para seniman Indonesia yang ikut serta dalam kegiatan loakarya (Yuza, 2016). Terhitung sudah 59 tahun Jerman melakukan diplomasi budaya di Indonesia sejak tahun 1962 silam. Dengan begitu hubungan bilateral antara Jerman dan Indonesia di bidang sosial budaya terjalin pada tahun 1998 ditandai dengan kedua negara menandatangani perjanjian kerjasama kebudayaan (The Embassy of The Republic of Indonesia in Berlin, 2021). Perjanjian kerjasama kebudayaan tersebut berisi komitmen kedua negara untuk menjaga citra Indonesia di Jerman dan juga citra positif Jerman di Indonesia. Kemudian selanjutnya untuk saling mempromosikan kebudayaan yang dimiliki negara masing masing. Dengan ditanda tangani nya perjanjian tersebut maka Indonesia pun juga membangun pusat kebudayaan di Jerman dengan nama RBI. Konsep RBI ini kurang lebih hampir sama dengan konsep *Ghoete Institut* yaitu tempat untuk memperkenalkan kebudayaan Indonesia di Jerman.

RBI di Jerman terletak di kota Berlin dan diresmikan pada 26 Mei 2012 oleh Mohammad Nuh dari Kemdikbud (Kurniawan, 2021). Pada saat itu RBI di Jerman terletak di belakang KBRI Berlin yang beralamat di Lechter Str 16, Berlin (Kurniawan, 2021). Dengan dibangun nya RBI di Jerman maka akan memudahkan warga negara Jerman untuk mengenal dan mempelajari kebudayaan Indonesia. Sangat banyak kegiatan kegiatan yang terdapat di RBI di Jerman di antara nya yaitu seperti latihan angklung, gamelan Jawa dan gamelan Bali. Selain itu RBI di Jerman juga menyediakan kursus Bahasa Indonesia, lomba pidato dan cerita rakyat dalam Bahasa Indonesia, kegiatan kegiatan tersebut sangat diminati oleh warga Jerman (Kurniawan, 2021). Kemudian pada tahun 2017 lokasi RBI di Jerman pun dibuka di lokasi yang baru dan diresmikan pada 29 Oktober 2017, diresmikan oleh Duta Besar Indonesia untuk Jerman saat itu yaitu Fauzi Bowo. Lokasi RBI yang baru berada di Francke-Straße 11, 12099 Berlin (Tjioeputra, 2017).

Jerman merupakan salah satu negara dengan kualitas pendidikan yang sangat bagus dan juga merupakan salah satu negara yang memiliki kualitas tinggi dalam bidang pendidikan khususnya di perguruan tinggi (Yuza, 2016). Jerman menempati posisi ketiga dengan negara yang memiliki kualitas pendidikan terbaik di dunia setelah Amerika dan Inggris. Maka dari itu banyak sekali orang-orang yang ingin menempuh pendidikan di Jerman. Jerman juga merupakan salah satu negara di Eropa yang menjadi tujuan utama para pelajar Indonesia (Wurinanda, 2015). Mahasiswa Indonesia yang melanjutkan pendidikannya di Jerman tercatat sejak tahun 2002-2013 terdapat kenaikan yaitu sebanyak 150 persen atau 1.122 orang. Para pelajar tersebut selain menuntut ilmu di Jerman juga berusaha untuk menyebarkan kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia. Selain karena kualitas pendidikan yang bagus Jerman juga merupakan negara dengan angka kunjungan wisatawan asing yang cukup tinggi. Dengan begitu maka akan banyak warga negara asing yang terdapat di Jerman, dan dengan banyaknya masyarakat internasional yang sedang menempuh pendidikan tinggi di Jerman maupun yang sedang berwisata di Jerman maka hal tersebut merupakan kesempatan yang bagus untuk Indonesia mempromosikan kebudayaannya melalui pusat budaya atau RBI yang sudah dibangun di Jerman.

Penulis memilih RBI yang berada di Jerman karena melihat bahwa masih sedikitnya penelitian tentang RBI di Jerman. Dan penulis juga melihat bahwa RBI di Eropa yang memiliki potensi bagus untuk menjalankan promosi kebudayaannya adalah Jerman, dengan hubungan bilateral yang sangat baik dengan Indonesia dan para warganya yang menyukai multikulturalisme maka hal tersebut merupakan peluang besar bagi Indonesia untuk mempromosikan kebudayaannya di Jerman. Dengan dilakukannya diplomasi budaya melalui adanya RBI di Jerman maka Indonesia dapat mencapai kepentingan nasionalnya yaitu untuk mempromosikan kebudayaan Indonesia sehingga masyarakat Internasional yang tinggal di Jerman mengetahui tentang kebudayaan yang dimiliki Indonesia. Kemudian untuk menarik para wisatawan Jerman

maupun asing untuk berwisata ke Indonesia. Setiap tahun nya wisatawan Jerman yang berkunjung ke Indonesia mengalami peningkatan walaupun angka kenaikan nya tidak cukup stabil, pada tahun 2016 tercatat ada sebanyak 243.873 orang dan pada 2017 ada 267.823 orang yang berkunjung ke Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2021). Selain untuk mempromosikan kebudayaan dan menarik para wisatawan asing juga tujuan dibangun nya RBI adalah untuk mempererat hubungan bilateral Indonesia dan Jerman.

**Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Jerman ke Indonesia Tahun 2011-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Wisatawan Jerman yang datang ke Indonesia</b>
<b>2011</b>	145.160 orang
<b>2012</b>	148.146 orang
<b>2013</b>	168.110 orang
<b>2014</b>	184.815 orang
<b>2015</b>	201.202 orang
<b>2016</b>	243.873 orang
<b>2017</b>	267.823 orang
<b>2018</b>	274.166 orang
<b>2019</b>	278.482 orang

**Sumber: Badan Pusat Statistik**

Jika melihat tabel di atas maka terlihat adanya kenaikan angka wisatawan Jerman yang datang berwisata ke Indonesia. Sebelum dibangun nya RBI di Jerman pada tahun 2012, angka wisatawan Jerman yang ke Indonesia hanya sebanyak 145.160 orang saja. Namun setelah dibangun nya RBI di Jerman pada tahun 2012 maka terlihat adanya kenaikan angka wisatawan Jerman ke Indonesia sebanyak 148.146 orang. Terdapat kenaikan angka wisatawan sebanyak 2.986 orang ditahun 2012. Jerman juga merupakan salah satu negara yang menjadi *potential markets* dalam kampanye *Wonderful Indonesia* pada tahun 2011 (Idriasih, 2016). Salah

satu *branding* pariwisata yang terdapat dalam kampanye *Wonderful Indonesia* adalah budaya, Indonesia dapat memperkenalkan dan mempromosikan budayanya sehingga masyarakat internasional pun mengenali identitas pariwisata dan juga kebudayaan yang dimiliki Indonesia. Kenaikkan angka wisatawan Jerman ke Indonesia memang bukan hanya dari adanya RBI saja melainkan ada beberapa faktor lain seperti adanya promosi yang dilakukan oleh *Wonderful Indonesia* dan keikutsertaan Indonesia pada pameran pariwisata terbesar di dunia yaitu ITB (*Internationale Tourismus Borse*) Berlin.

Menurut Wiendu Nuryanti selaku guru besar Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada, wisatawan asing asal Jerman yang berkunjung ke Indonesia telah melakukan kunjungan lebih dari satu kali. Wiendu Nuryanti juga menyebutkan bahwa 40% wisatawan asing asal Eropa yang berkunjung ke Indonesia tertarik akan keragaman budaya (Prasetya, 2020). Dampak dari dikenalnya budaya Indonesia di kalangan masyarakat internasional adalah semakin banyak orang-orang yang akan mengenal budaya dan karakter identitas bangsa Indonesia serta potensi pariwisata yang Indonesia miliki. Hal ini akan berdampak ke perekonomian Indonesia, diplomasi budaya yang dilakukan ini merupakan salah satu strategi untuk menaikkan angka wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia, maka jika angka wisatawan asing naik hal tersebut dapat membantu pemasukan devisa negara serta PDB negara. Kemudian ada pula dampak dalam bidang sosial budaya dan pendidikan yaitu dengan adanya diplomasi budaya Indonesia melalui RBI ini maka warga negara asing akan tertarik untuk mempelajari lebih dalam lagi mengenai budaya Indonesia sehingga dapat menarik para pelajar yang ingin mempelajari tentang kebudayaan maupun bahasa Indonesia. Dalam bidang politik terdapat dampak terhadap hubungan antara Indonesia dengan Jerman, hubungan kedua negara tersebut akan lebih erat serta melalui diplomasi budaya ini maka akan membuka kerja sama di bidang lainnya.

Fokus penelitian ini akan terfokus pada peran RBI di Jerman dalam diplomasi budaya yang dilakukan oleh Indonesia dalam mencapai kepentingan nasionalnya yaitu untuk meningkatkan angka wisatawan Jerman ke Indonesia, menaikkan citra positif Indonesia, mempromosikan kebudayaan Indonesia di Jerman dan juga mempererat hubungan Jerman dan Indonesia. Penulis akan menganalisis strategi apa yang akan Indonesia lakukan dalam mencapai kepentingan nasional tersebut. Batasan kajian dalam penelitian ini adalah tahun 2017-2019. Alasan penulis mengambil periode tahun 2017 karena pada tahun tersebut RBI di Jerman diresmikan di lokasi yang baru. Dan penulis mengakhiri nya pada tahun 2019 karena kegiatan di RBI masih dilakukan secara *offline* sebelum terjadinya pandemi pada tahun 2020.

Dalam penelitian ini penulis mengkaji beberapa penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan penulisan penelitian ini. Dalam beberapa penelitian yang penulis jadikan sebagai acuan membahas topik diplomasi budaya dan menggunakan berbagai macam instrumen kebudayaan. Penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan, berbentuk artikel jurnal yang menggunakan beragam teori, konsep dan metode.

Penelitian pertama yang penulis jadikan acuan adalah jurnal yang ditulis oleh (Pratama, 2021) dengan judul **Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia Melalui *The Japan Foundation* Tahun 2015-2018**. Jurnal ini membahas tentang bagaimana Jepang menggunakan pusat kebudayaannya yaitu *The Japan Foundation* dalam melakukan diplomasi budaya terhadap Indonesia. *The Japan Foundation* diketahui telah tersebar di 21 negara dengan kantor pusat yang berada di Kyoto, Jepang. Tujuan Jepang melakukan diplomasi budaya ke Indonesia melalui pusat kebudayaannya yaitu *The Japan Foundation* adalah untuk memberikan citra positif negaranya di Indonesia dan juga untuk mempertahankan hubungan bilateral antara kedua negara tersebut. *The Japan Foundation* yang berada di Indonesia memiliki berbagai program di dalamnya salah satunya adalah program bidang pertukaran seni dan budaya (Pratama, 2021).

Penulis memilih jurnal ini sebagai tinjauan pustaka karena memiliki kesamaan dalam menggunakan pusat kebudayaan sebagai instrumen diplomasi. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian penulis adalah dalam jurnal ini hanya membahas tentang program program yang terdapat di *The Japan Foundation* secara umum saja. Sedangkan penelitian penulis membahas bagaimana Indonesia melakukan diplomasi budaya dengan Jerman melalui RBI.

Penelitian kedua yang penulis jadikan referensi adalah jurnal karya Siti Afifah Khatruna dan Gilang Nur Alam dengan judul **Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo**. Jurnal ini berisi bagaimana Indonesia menggunakan diplomasi budayanya untuk meningkatkan citra positifnya kepada masyarakat internasional melalui international gamelan festival 2018 (Alam, 2019). Pada pembahasan jurnal ini membahas tiga prinsip diplomasi budaya *International Gamelan Festival 2018 di Solo*, prinsip yang pertama adalah prinsip peyebaran dimana kegiatan *International Gamelan Festival* ini menyebarkan prinsip, ide dan juga budaya kepada para peserta festival tersebut (Alam, 2019). Penyebaran prinsip, ide dan juga budaya ini tentunya dilakukan dalam kegiatan yang terdapat di festival tersebut seperti pemutaran film, pameran seni dan *workshop* (Alam, 2019).

Prinsip yang kedua adalah prinsip penerimaan dimana para peserta yang mengikuti kegiatan *International Gamelan Festival 2018 di Solo* tersebut dapat menerima rangkaian kegiatan yang ada di acara tersebut. Contohnya adalah adanya peserta asing yang menawarkan diri untuk datang ke Indonesia untuk mempelajari gamelan dan tentunya juga untuk ikut tampil dalam acara *International Gamelan Festival 2018 di Solo* (Alam, 2019). Dan prinsip yang ketiga adalah prinsip koeksistensi yaitu melihat bagaimana diplomasi budaya dapat membawa nilai perdamaian. Pada jurnal ini kegiatan *International Gamelan Festival 2018 di Solo* dikatakan telah mewujudkan perdamaian dunia karena setiap kegiatan di *International Gamelan Festival 2018 di Solo* tidak ada pemaksaan

melainkan para pesertalah yang datang secara suka rela untuk mengikuti kegiatan *International Gamelan Festival* (Alam, 2019).

Hubungan penelitian ini dengan jurnal tersebut adalah sama sama membahas topik diplomasi budaya namun menggunakan instrumen yang berbeda. Jurnal tersebut membahas diplomasi budaya melalui *International Gamelan Festival* sedangkan penelitian ini membahas diplomasi budaya melalui RBI. Signifikansi penelitian ini terhadap penelitian penulis adalah penulis ingin melihat manfaat apa yang didapatkan jika melakukan diplomasi budaya melalui festival internasional.

Penelitian ketiga yang menjadi referensi penulis adalah jurnal ilmiah karya (Desriyanti, 2017) yang berjudul **Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Wayang Kulit di Amerika Serikat**. Jurnal ini berisi bagaimana Indonesia melakukan diplomasi budaya terhadap Amerika Serikat melalui Wayang Kulit dengan menggunakan konsep *multi track diplomacy*, yaitu tidak hanya negara saja yang melakukan diplomasi akan tetapi aktor non negara pun ikut melakukan diplomasi budaya (Desriyanti, 2017). KBRI di Washington D.C pun ikut mendukung upaya diplomasi budaya Wayang Kulit ini. Tidak hanya pemerintahan saja namun diplomasi Wayang Kulit ini pun ikut melibatkan pebisnis, lembaga swasta, pengrajin dan masyarakat Indonesia (Desriyanti, 2017). Tujuan dipromosikannya Wayang Kulit di Amerika karena Indonesia ingin mempromosikannya sebagai kebudayaan yang mendunia (Desriyanti, 2017). Selain itu juga diplomasi budaya ini bertujuan agar warga Amerika lebih mengenal Wayang Kulit sehingga mereka berkeinginan untuk mengunjungi Indonesia supaya lebih mengenal budayanya dan dapat berlatih menjadi dalang Wayang Kulit (Desriyanti, 2017).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah instrumen diplomasi budayanya yaitu menggunakan Wayang Kulit sebagai alat dalam berdiplomasi budaya kepada Amerika Serikat. Sedangkan penelitian penulis menggunakan RBI sebagai alat diplomasi budaya. Hubungan

penelitian ini adalah sama sama membahas topik diplomasi budaya dengan tujuan yang sama yaitu untuk memperkenalkan kebudayaan Indonesia namun jurnal ini hanya berfokus terhadap penyebaran Wayang Kulit di Amerika. Jurnal ini membantu penulis dalam melihat *output* apa yang didapatkan dalam diplomasi budaya melalui instrumen lain selain RBI.

Penelitian keempat yang penulis jadikan acuan dalam penelitian ini adalah jurnal ilmiah karya Irham Suryo Susanto dan Supriadi (Supriyadi, 2015) dengan judul **Diplomasi Batik Indonesia di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono**. Dalam jurnal ini dibahas bagaimana Indonesia melakukan diplomasi batik di Amerika dengan tujuan untuk memperkenalkan batik ke masyarakat Amerika Serikat (Supriyadi, 2015). Upaya yang dilakukan Indonesia dalam mempromosikan batik di Amerika Serikat di antara nya adalah dengan mengadakan pameran batik di KBRI di Amerika dan juga festival budaya. Di dalam kedua acara tersebut juga diselipkan beberapa instrumen untuk mengenalkan batik pada masyarakat Amerika yaitu dengan cara adanya pengajar yang mengajarkan cara untuk membatik menggunakan canting, pemaparan sejarah batik sebagai budaya Indonesia dan yang terakhir pengenalan batik melalui film dokumenter (Supriyadi, 2015). Selain itu Indonesia juga mengadakan perlombaan membatik untuk para warga Amerika serikat dan membuat pelatihan batik untuk para guru seni di sekolah umum Chicago (Supriyadi, 2015).

Dengan upaya yang telah dilakukan Indonesia maka batik semakin banyak dikenal dikalangan masyarakat Amerika. Hasilnya adalah angka ekspor batik ke Amerika serikat meningkat, banyaknya kerjasama baru antara Amerika dengan Indonesia. Dari diplomasi batik yang dilakukan Indonesia ke Amerika Serikat terdapat berbagai aspek positif di berbagai bidang seperti politik, ekonomi dan budaya (Supriyadi, 2015).

Perbedaan yang terdapat dalam jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah jurnal tersebut menggunakan batik untuk melakukan diplomasi dengan Amerika Serikat serta menggunakan konsep diplomasi publik.

Hubungan jurnal ini adalah sama sama menggunakan instrumen budaya dalam melakukan diplomasi. Jurnal tersebut menggunakan batik sebagai intrumen diplomasi nya terhadap Amerika Serikat.

Penelitian kelima yang menjadi referensi penulis adalah jurnal ilmiah karya (Prabhawati, 2018) **Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan**. Sektor pariwisata Indonesia merupakan sektor yang memberikan kontribusi yang cukup bagus untuk perekonomian Indonesia karena pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar ke dua pada tahun 2017 setelah minyak kelapa sawit mentah (Prabhawati, 2018). Pada tahun 2018 Presiden Indonesia juga telah menetapkan bahwa pariwisata menjadi *leading sector* perekonomian negara (Prabhawati, 2018). Dengan ditetapkan nya hal tersebut maka Indonesia berupaya untuk mempromosikan dan memajukan sektor pariwisata Indonesia salah satu nya melalui diplomasi budaya. Upaya yang dilakukan Indonesia dalam melakukan diplomasi budaya salah satu nya dengan meningkatkan kerjasama antar negara dalam sektor pariwisata (Prabhawati, 2018).

Perbedaan jurnal ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini akan menggunakan RBI dalam melakukan diplomasi budaya untuk menarik perhatian warga internasional di Jerman untuk berwisata ke Indonesia. Hubungan jurnal ini dengan penelitian penulis adalah sama sama membahas bagaimana upaya Indonesia untuk menaikkan angka wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia. Jurnal ini berkontribusi pada penelitian penulis khusus nya pada bagian upaya apa saja yang Indonesia lakukan untuk menaikkan angka wisatawan asing untuk berwisata ke Indonesia.

Dari penelitian terdahulu yang telah penulis jelaskan di atas tentunya memiliki perbedaan dengan penelitian ini. Perbedaan yang terdapat pada penelitan terdahulu dengan penelitian ini adalah instrumen kebudayaan yang digunakan, pada penelitian ini penulis menggunakan instrumen kebudayaan RBI sebagai pusat kebudayaan. Sedangkan penelitian

terdahulu memakai berbagai macam instrumen kebudayaan seperti Batik, Wayang Kulit dan festival Gamelan Solo, dalam penelitian terdahulu juga beberapa memfokuskan untuk mempromosikan instrumen instrumen budaya yang digunakan. Pada penelitian ini akan memfokuskan bagaimana Indonesia mempromosikan kebudayaannya melalui RBI untuk menarik para wisatawan asing agar berkunjung ke Indonesia untuk mempelajari kebudayaannya langsung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

“Bagaimana peran Rumah Budaya Indonesia di Jerman pada tahun 2017-2019 dalam menjalankan diplomasi budaya Indonesia?”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis memiliki dua tujuan penelitian yaitu tujuan praktis dan tujuan teoritis.

1. Tujuan Praktis, untuk menggambarkan bagaimana diplomasi budaya Indonesia di Jerman melalui Rumah Budaya Indonesia (RBI) dengan mengkaji kegiatan kegiatan serta upaya yang dilakukan Indonesia melalui RBI untuk mencapai kepentingan nasionalnya.
2. Tujuan Teoritis, penelitian ini bertujuan untuk dapat digunakan oleh pemerintah dan sektor lainnya sebagai pondasi dasar dalam merumuskan integrasi budaya melalui diplomasi dengan budaya sebagai identitas Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis mengharapkan adanya manfaat yang dapat diambil. Terdapat dua manfaat yang ada di dalam penelitian ini yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis.

#### **1.4.1 Manfaat Praktis**

1. Untuk memperluas dan menambah wawasan penulis tentang diplomasi budaya. Bahwa diplomasi budaya dapat dilakukan sebagai suatu alternatif negara dalam mempererat hubungan dengan negara lain. Kebudayaan merupakan suatu instrumen yang dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat.
2. Memberi wawasan kepada masyarakat tentang diplomasi budaya melalui Rumah Budaya Indonesia.

#### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi penelitian karya ilmiah lain nya yang mengambil topik berkaitan dengan diplomasi budaya melalui Rumah Budaya Indonesia.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini terdiri dari 6 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan:** Bagian ini berisi uraian latar belakang, penelitian terdahulu, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II Tinjauan Pustaka:** Bagian ini berisi uraian konsep dan teori yang dipakai untuk penelitian ini dan juga terdapat uraian kerangka pemikiran.

**BAB III Metode Penelitian:** Bagian ini berisi uraian mengenai objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknis analisis data dan tabel waktu.

**BAB IV Hubungan Bilateral Indonesia-Jerman dalam Bidang Kebudayaan:** Bagian ini berisi uraian hubungan bilateral Indonesia-Jerman dalam bidang kebudayaan dan uraian tentang Rumah Budaya Indonesia.

**BAB V Analisis Diplomasi Budaya Indonesia di Jerman Melalui Rumah Budaya Indonesia Pada Tahun 2018-2020:** Bagian ini berisi uraian pembahasan bagaimana diplomasi budaya Indonesia di Jerman melalui Rumah Budaya Indonesia pada Tahun 2017-2019.

**BAB VI Kesimpulan dan Saran:** Bagian akhir ini berisi kesimpulan dari semua penjelasan yang terdapat pada bab bab sebelumnya.