

# DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI RBI DALAM MENANAMKAN CITRA POSITIF DI JEPANG PADA TAHUN 2017-2020

Ni Kadek Yuliana Sari<sup>1)</sup>, I Made Anom Wiranata<sup>2)</sup>, Putu Titah Kawitri Resen<sup>3)</sup>

<sup>123)</sup>, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: sariiyuliana87@yahoo.com<sup>1)</sup>, anomwiranata@gmail.com<sup>2)</sup>, kawitriresen@unud.ac.id<sup>3)</sup>

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the strategy of Indonesian cultural diplomacy through RBI to instilling a positive image of Indonesia in Japan. One of Indonesia's diplomacy is shown in Japan by establishing the Indonesian Cultural House (RBI). Japan was chosen to enhance Indonesian cultural diplomacy because Japan has a decent role in the development of Indonesia. Besides that, Japan is also one of the countries that emphasize culture as a national asset. This research draws upon theory of public diplomacy and a concept of cultural diplomacy by using descriptive methods and qualitative approaches. This research found that in implementing cultural diplomacy through RBI, Indonesia's diplomacy is done in a peaceful circumstance by utilizing several forms of cultural diplomacy such as exhibitions, competitions, and exchanges of experts or studies. Thus, it can establish a positive image for Indonesia, both in the eyes of the Japanese public and the international community.*

**Keywords:** *Indonesia, Japan, Cultural Diplomacy, Public Diplomacy, Indonesian Cultural House.*

## 1. Pendahuluan

Dewasa ini, diplomasi telah menjadi metode yang cukup sering digunakan oleh suatu negara sebagai upaya untuk mencapai kepentingan-kepentingan negara tersebut karena dapat dilakukan secara damai. Das (2018) menyebutkan apabila dikaitkan dengan konteks diplomasi, budaya menjadi salah satu aspek yang cukup sering digunakan sebagai salah satu pendukung dalam pelaksanaan diplomasi atau yang lebih dikenal dengan istilah diplomasi budaya. Diplomasi budaya secara tidak langsung dapat membentuk citra suatu negara sehingga akan menumbuhkan kepercayaan negara dengan prestasi dan potensi yang dimiliki oleh negara tersebut, sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap kepentingan nasional di berbagai bidang, seperti ekonomi, politik, dan terutama dapat menanamkan citra negara menjadi lebih positif yang salah satunya

dapat dinilai dari banyaknya masyarakat yang mengikuti budaya dari negara tersebut (Das, 2018).

Salah satu negara yang juga telah melakukan pengenalan budaya melalui diplomasi adalah Indonesia. Sebagai negara multikultural, Indonesia jelas memiliki keragaman dalam bahasa, ras, suku, agama, adat istiadat, kesenian, dan juga budaya. 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.

Sebagai salah satu negara yang tengah gencar menggunakan diplomasi kebudayaan

sebagai strategi dalam mencapai kepentingan nasionalnya, Indonesia menunjukkannya melalui wujud nyata Pemerintah Indonesia yaitu dengan mendirikan Rumah Budaya Indonesia (RBI). Dengan dibentuknya RBI ini diharapkan mampu mempermudah upaya Indonesia dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Disamping itu, RBI juga dapat dijadikan sebagai salah satu upaya pemerintah dalam memitigasi terjadinya kemungkinan klaim budaya Indonesia yang dilakukan oleh negara lain terutama di era globalisasi seperti saat ini.

Salah satu Rumah Budaya yang telah didirikan oleh Pemerintah Indonesia berada di Jepang, yang diresmikan pada Agustus tahun 2017. Jepang dipilih sebagai salah satu negara untuk mendirikan Rumah Budaya Indonesia dikarenakan Jepang memiliki peran yang cukup signifikan bagi perkembangan Indonesia, sehingga hubungan diplomatik antara keduanya harus dijaga dengan baik. Disisi lain, Jepang memiliki kemampuan teknologi yang luar biasa dibandingkan negara-negara lainnya. Hal tersebut berhasil menjadikan Jepang sebagai negara dengan ekonomi terbesar kedua di dunia setelah AS dari tahun 1968 hingga 2010 sebelum akhirnya digantikan oleh China.

Dengan melihat Jepang sebagai salah satu negara paling maju di dunia, menjalin hubungan yang baik dengan Jepang akan sangat menguntungkan di berbagai bidang baik politik, ekonomi, dan juga budaya. Pendirian Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Jepang merupakan bentuk kerjasama antara kedua negara dalam bidang sosial budaya. Selain untuk memperkenalkan kebudayaan Indonesia, kerjasama semacam ini juga bertujuan untuk

peningkatan atau kemajuan pariwisata. Dengan demikian, peneliti kemudian tertarik untuk mengetahui lebih lanjut terkait strategi diplomasi budaya Indonesia melalui Rumah Budaya Indonesia (RBI) dalam rangka menanamkan citra positif Indonesia di Jepang pada tahun 2017-2020.

## **2. Kajian Pustaka**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian sebelumnya. Literatur pertama berjudul “Diplomasi Kebudayaan Indonesia di Eropa Melalui Europalia 2017” oleh Bimo Aryo Wibowo.

Dalam penelitiannya, Wibowo (2020) juga menjelaskan bahwa perkembangan hubungan diplomatik antara Indonesia dan UE bersifat stagnan dan tidak dinamis, dikarenakan beberapa faktor yang berasal baik dari internal maupun eksternal terutama yang menyangkut tatanan pada aspek regulasi. Walaupun demikian, Indonesia terus berupaya mendekati negara- negara di kawasan Eropa. Hingga akhirnya mampu menjadi negara tamu Europalia pada tahun 2017-2018.

Indonesia mendapatkan banyak keuntungan dengan mengikuti Festival Europalia ini. Walaupun memang keuntungan yang didapat tidak bisa ditentukan secara rinci, tetapi dalam Festival Europalia ini Indonesia telah berhasil menampilkan yang terbaik dihadapan masyarakat Internasional. perbedaan antara literatur ini dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya.

Tulisan kedua merupakan karya dari Augusty Vingalianti yang berjudul “Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di

Singapura Periode 2013-2015". Selaras dengan penelitian lainnya, Vingalianti (2019) juga mencantumkan bahwa tujuan dari dibentuknya Rumah Budaya Indonesia di Singapura ialah sebagai upaya untuk mengembangkan jalur diplomasi kebudayaan internasional serta meningkatkan posisi Indonesia sebagai budaya *super power* melalui program strategis dalam diplomasi budaya.

Penelitiannya menghasilkan bahwa Rumah Budaya Indonesia memiliki peranan penting dalam hal menanamkan citra positif Indonesia di Singapura. Literatur ini membantu peneliti menggali informasi yang lebih mendalam terkait keberadaan Rumah Budaya Indonesia di luar negeri, namun yang menjadi pembeda disini ialah pada subjek penelitiannya.

Ketiga, penelitian dari Hemas Septiani dan Rahmawati yang berjudul "Upaya Pemerintah Indonesia dalam Penyebaran Budaya Indonesia di Jepang (2008-2013)". Dalam literatur ini juga disebutkan bahwa aktivitas diplomasi yang dilakukan melalui pendekatan kebudayaan merupakan yang paling efektif dalam rangka membentuk hubungan kerjasama suatu bangsa. Hal tersebut dikarenakan dapat dilaksanakan dengan damai dan tanpa adanya unsur paksaan dan tekanan dari salah satu pihak. Namun demikian, literatur ini hanya menjelaskan secara general terkait upaya-upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam rangka menyebarkan budaya Indonesia di Jepang, namun dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kepada upaya melalui pendirian Rumah Budaya Indonesia.

Terakhir, peneliti menggunakan tulisan dari Fadli Husnurrahman yang berjudul "Strategi

Diplomasi Pemerintah Indonesia dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Jepang ke Indonesia Tahun 2018". Dalam tulisannya disebutkan bahwa Jepang merupakan salah satu negara yang menjadi penyumbang wisatawan terbanyak ke Indonesia sehingga sebagai upaya menanamkan citra negara termasuk pariwisatanya, Pemerintah Indonesia gencar melaksanakan promosi pariwisata dengan mengusung *nation branding* dengan slogan *Wonderful Indonesia*.

Tulisan ini menggunakan teori yang sama dengan peneliti yaitu diplomasi publik sehingga dapat membantu penulis memahami lebih jauh tentang teori tersebut. Namun perbedaannya disini, penulis lebih meneliti kepada strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui RBI dalam rangka menanamkan citra positif Indonesia dan juga menggunakan konsep diplomasi kebudayaan sehingga dapat memberikan penjelasan yang lebih rinci dan komprehensif.

### 3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif-deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan. Sedangkan untuk unit analisis dalam penelitian ini adalah negara yakni Indonesia melalui perpanjangan tangan Pemerintah Indonesia sebagai aktor utama dalam penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik *coding* yang dibagi menjadi *first cycle coding* (*descriptive coding*, *process coding*, dan *in vivo coding*). Penelitian ini

akan menyajikan data dalam bentuk narasi kemudian akan disesuaikan dengan pembahasan dalam masing-masing bab serta akan ditambahkan gambar, tabel maupun grafik apabila diperlukan.

## **4. Hasil dan Pembahasan**

### **4.1 Gambaharan Umum Penelitian**

#### **4.1.1 Dinamika Hubungan Antara Indonesia dan Jepang**

##### **4.1.1.1 Masa Orde Lama**

Hubungan Indonesia dan Jepang pada masa Orde Lama diprakarsai oleh Amerika Serikat melalui pertemuan di San Fransisco pada pertengahan tahun 1951. Dalam pertemuan itu, membahas mengenai perjanjian perdamaian dan juga rampasan perang dengan Jepang. hingga saat ini, pertemuan ini lebih familiar disebut dengan perjanjian san Fransisco, yang juga secara resmi menandai berakhirnya Perang Dunia II dengan negara lainnya termasuk Indonesia. Akhirnya memasuki tahun 1958, Indonesia dan Jepang secara resmi memulai hubungan bilateralnya.

Walaupun hubungan diantara kedua negara tetap berljalan baik tanpa adanya masalah yang berarti, namun terhitung tidak banyak rekam jejak kerjasama yang terjalin antara Indonesia dan Jepang pada masa pemerintahan Orde Lama dikarenakan sikap kepemimpinan Soekarno yang sangat menutup diri terhadap dunia luar.

##### **4.1.1.2 Masa Orde Baru**

Gaya kepemimpinan Soeharto memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan

kepemimpinan Soekarno. Presiden Soeharto membuka dengan seluas-luasnya investasi asing yang hendak masuk ke Indonesia dan berharap hal tersebut mampu mengembalikan kestabilan perekonomian di Indonesia serta dapat mendorong perdagangan bebas (Bandoro, 1994). Momentum ini juga dimanfaatkan oleh Jepang untuk memulihkan kembali citranya di negara lain khususnya Indonesia yang pernah mengalami penjajahan dengan cara memberikan berbagai macam bantuan kepada Indonesia.

Namun demikian, masuknya modal investasi Jepang ke Indonesia juga menimbulkan polemik tersendiri di dalam negeri. Rakyat khawatir apabila nantinya ekonomi Indonesia akan lebih banyak dikuasai oleh pasar Jepang. Kekhawatiran inipun memuncak hingga menimbulkan demonstrasi anti modal asing pada tahun 1974. Peristiwa tersebut lebih sering dikenal dengan peristiwa Malari yang artinya Malapetaka Limabelas Januari.

##### **4.1.1.3 Masa Reformasi**

Hubungan antara Jepang dan Indonesia masih tetap terjalin dengan baik. Pasca peristiwa Malari di tahun 1974, Jepang terus memperbaiki sistem kerjasamanya dengan Indonesia. Pada tahun 1958, Jepang membangun kerjasama bilateral di berbagai bidang seperti ekonomi, sosial, budaya dan politik. Sebagai negara berkembang, Indonesia menyadari bahwa hubungan bilateral yang terjalin antara kedua negara sangat berpengaruh untuk menunjang pembangunan ekonomi di negaranya.

Hubungan antara kedua negara terus membaik salah satunya ditandai dengan disepakatinya perjanjian *Japan-Indonesia Economic Partnership Program* (JIEPA).

#### 4.1.2 Diplomasi Budaya Indonesia

Di Indonesia, diplomasi publik mulai dikenal sejak tahun 2002 dimana pada saat itu Kementerian Luar Negeri (Kemenlu) membentuk sebuah organ baru yaitu Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik (IDP). Pembentukan organ baru ini dilatar belakangi akibat adanya beberapa peristiwa penting sebelumnya, salah satunya diawali dengan jatuhnya rezim Soeharto pada tahun 1998 yang mengakibatkan Indonesia mengalami krisis dan ketidakstabilan yang cukup tinggi. Hal ini mengakibatkan Indonesia mengalami penurunan yang cukup drastis dalam sektor ekonomi.

Tidak hanya itu, kondisi politik juga mengalami guncangan dan konflik antar etnis tidak dapat dihindari. Citra positif Indonesia terus melemah salah satunya dengan adanya gerakan separatis pada tahun 1963 yang dikenal dengan Operasi Papua Merdeka (OPM) serta pada tahun 1976 terdapat Gerakan Aceh Merdeka (GAM). Penurunan citra positif tersebut berlanjut ditambah dengan adanya peristiwa Bom Bali pada tahun 2002 yang juga dilakukan oleh kelompok Islam radikal Indonesia yaitu Jammah Islamiyah. Oleh karena itulah, Ditjen IDP kemudian didirikan sebagai bentuk antisipasi semakin buruknya citra Indonesia di luar negeri dan sekaligus diharapkan mampu memulihkan citra positif Indonesia.

Sejak saat itu, Indonesia aktif melancarkan strategi diplomasi publiknya di panggung internasional. Salah satu cara yang juga cukup efektif dalam menarik antusiasme dan perhatian publik adalah melalui program-program kebudayaan. Beberapa contoh kebudayaan Indonesia yang dapat dipakai untuk melaksanakan strategi diplomasi kebudayaan dengan negara lain seperti tari, lagu daerah, alat musik, bahasa dan sastra, pakaian adat dan lain sebagainya.

#### 4.1.3 Rumah Budaya Indonesia

Rumah Budaya Indonesia merupakan konsep diplomasi budaya yang dibangun oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dengan tujuan untuk memperkenalkan kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia ke ranah internasional.

Hingga saat ini Kemendikbud telah menggagas Rumah Budaya Indonesia di 19 Negara, yakni Amerika Serikat, Australia, Belanda, Inggris, Jerman, Perancis, Saudi Arabia, Mesir, Tiongkok, India, Jepang, Malaysia, Papua Nugini, Singapura, Thailand, Timor Leste, Filipina, Myanmar dan Turki.

Terdapat tiga peran utama dari pendirian Rumah Budaya Indonesia, antara lain:

a. *Culture Expression*

Wadah untuk memperkenalkan keragaman seni dan budaya Indonesia.

b. *Culture Learning*

Wadah atau lingkungan yang dapat memfasilitasi Warga Negara Asing (WNA) ataupun warga negara Indonesia yang berada di negara tersebut untuk mempelajari lebih jauh tentang seni dan budaya Indonesia.

### *c. Culture Advocacy and Promotion*

Wadah untuk membahas dan mengembangkan budaya Indonesia secara luas agar lebih diakui oleh masyarakat internasional dengan tujuan untuk memperkuat pengakuan internasional dan penghargaan ikon budaya Indonesia baik warisan budaya benda maupun tak benda.

## **4.2 Analisis Strategi Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia (RBI) di Jepang Pada Tahun 2017-2020**

### **4.2.1 Diplomasi Kebudayaan Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di Jepang**

Diplomasi publik memainkan peran penting dalam mempromosikan dan memelihara hubungan yang berkelanjutan antar negara. Diplomasi publik mencakup interaksi yang tidak hanya dengan pemerintah namun lebih kepada masyarakat baik individu maupun organisasi non-pemerintah. Hal inilah yang membedakan diplomasi publik dengan diplomasi tradisional pada umumnya (Leonard, 2002). Dengan ini diplomasi publik dinilai efektif sebagai upaya untuk menciptakan dan memperkuat hubungan positif dengan publik yang berasal dari negara sasaran (Leonard, 2002).

Salah satu bentuk diplomasi publik yang dilakukan oleh Indonesia yaitu terhadap Jepang melalui Rumah Budaya Indonesia. Rumah Budaya Indonesia termasuk kedalam strategi diplomasi publik karena sasaran dari pendiriannya bukan semata-mata pemerintah Jepang saja, namun diutamakan untuk menyoal masyarakat luas baik warga negara Jepang maupun warga asing yang tengah

berkunjung dan menetap di Jepang. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai bentuk kegiatan yang dilaksanakan oleh Rumah Budaya Indonesia di Jepang yang selalu dibuka untuk masyarakat umum. Strategi diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia melalui Rumah Budaya Indonesia didominasi oleh kegiatan-kegiatan yang memanfaatkan kebudayaan sebagai alat untuk melancarkan strategi diplomasinya.

Merujuk pada pendapat dari Mary Jo Pham (2013), diplomasi kebudayaan menggunakan instrumen budaya untuk merepresentasikan keragaman yang dimiliki oleh negara yang bersangkutan, baik berupa seni, adat istiadat, tarian, musik, bahasa, kuliner dan lain sebagainya yang terdapat dalam masyarakat tersebut. Sama halnya dengan Rumah Budaya Indonesia di Jepang memanfaatkan berbagai instrumen kebudayaan yang dapat merepresentasikan atau menjadi ciri khas Indonesia seperti tarian tradisional, alat musik, lagu daerah, bahasa dan sastra, kuliner dan lain sebagainya.

Menurut Warsito (2007), aktor yang terlibat dalam diplomasi kebudayaan berasal dari aktor pemerintah dan juga non-pemerintah. Aktor pemerintah dalam pelaksanaan diplomasi kebudayaan melalui RBI di Jepang dapat dilihat melalui peran dari Pemerintah Indonesia melalui perpanjangan tangan Kemendikbud, Kemenlu, KBRI Tokyo dan lainnya dalam mengggagas dan merealisasikan RBI di Jepang itu sendiri.

Pendirian dan pengembangan Rumah Budaya Indonesia di luar negeri dimulai dengan agenda mempersiapkan konsep dan rencana induk yang matang sebelum nantinya

dilanjutkan dengan inisiasi perkembangannya di negara-negara tujuan. Rumah Budaya Indonesia dicanangkan untuk di dirikan di beberapa lokasi yang sama dengan kedutaan Besar Republik Indonesia atau di kota-kota lain yang memiliki posisi strategis dan potensial dalam hal budaya dan pariwisata.

Pelaksanaan diplomasi budaya melalui Rumah Budaya Indonesia tidak hanya melibatkan pemerintah, namun banyak juga pihak non-pemerintah yang ikut ambil andil didalamnya. Pelibatan aktor selain pemerintah ini dalam studi Hubungan Internasional disebut dengan *multi-track diplomacy*. Dalam beberapa kesempatan, Rumah Budaya Indonesia juga kerap melibatkan masyarakat umum seperti organisasi atau kelompok masyarakat, pemilik UKM, tenaga ahli, dan juga pelajar.

Salah satu bentuk keterlibatan dari organisasi atau kelompok masyarakat dapat dilihat dengan keikutsertaannya dalam kegiatan RBI. Seperti contohnya dalam kegiatan *workshop* Rindik Bali, RBI juga turut mengundang salah satu kelompok atau grup musik Bali yaitu grup musik "Bli Bagus" sebagai pengisi acara dalam *workshop* tersebut. Kemudian juga dalam *workshop* musik pop Indonesia, RBI mengundang grup musik Apik-Yo untuk memberikan pelatihan dan juga memberikan hiburan kepada peserta.

Kehadiran Rumah Budaya Indonesia di Jepang juga membuka peluang usaha bagi masyarakat Indonesia yang menetap di Jepang dengan memperkenalkan kebudayaan Indonesia melalui barang atau makanan. Keterlibatan atau peran yang ditunjukkan oleh para pemilik UKM ini adalah dimana setiap

tahunnya RBI di Jepang rutin menggelar pameran atau festival yang diadakan di ruang publik. Dalam festival tersebut, para pemilik UKM baik yang berasal dari Indonesia maupun Jepang dapat ikut mempromosikan sekaligus menjual produk-produknya, seperti kayu jati, batik tulis dan makanan khas Indonesia. Dengan hadirnya pemilik UKM, tentunya akan menguntungkan bagi Indonesia salah satunya dapat memancing rasa ingin tahu masyarakat tentang asal dari produk-produk tersebut.

Peran atau keterlibatan dari tenaga ahli dapat dilihat dalam beberapa kesempatan, Rumah Budaya Indonesia mengadakan seminar atau *workshop* yang juga turut mengundang pakar yang berkompeten di bidangnya. Seperti dalam *workshop* Tari Jawa, RBI mengundang Riyantho yang merupakan penari Jawa yang sudah lebih dari dua puluh tahun berkarya di Jepang untuk menjadi pembicara. Kemudian dalam *workshop* Rindik Bali, RBI juga mengundang Komang Sujaya, yang saat itu secara langsung mengenalkan dan memberikan pelatihan tentang alat musik Rindik Bali kepada peserta.

Peran atau keterlibatan yang ditunjukkan oleh pelajar atau mahasiswa yaitu melalui organisasi Persatuan Pelajar Indonesia Jepang (PPIJ). PPIJ sejak didirikan pada tanggal 24 Juni 1953 telah berperan aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan di Jepang. Adapun yang menjadi tugas penting dari PPIJ ini ialah seperti memprakarsai pengenalan kebudayaan Indonesia, memaksimalkan kemampuan dan potensi mahasiswa Indonesia, membantu mahasiswa Indonesia menempuh pendidikan di Jepang dan juga mengakomodai kebutuhan

mahasiswa Indonesia di Jepang. Dalam kegiatan Rumah Budaya Indonesia, PPIJ telah beberapa kali ikut berpartisipasi salah satunya dalam kegiatan pameran batik, yang pada saat itu PPIJ berperan sebagai patner komunikasi masyarakat Jepang.

#### **4.2.2 Kegiatan Rumah Budaya Indonesia di Jepang**

Merujuk kepada pernyataan yang dipaparkan oleh Warsito (2007), diplomasi kebudayaan dalam pelaksanaannya dapat dilakukan dalam situasi apapun baik melalui situasi damai, situasi krisis, situasi konflik, bahkan dalam situasi perang sekalipun. Dalam hal ini, pendirian Rumah Budaya Indonesia di Jepang dilakukan dalam situasi damai. Pada tahun yang sama dengan tahun pendirian Rumah Budaya Indonesia di Jepang yakni di tahun 2017, Indonesia dan Jepang tengah merayakan 60 tahun hubungan diplomatik antara kedua negara tersebut.

Direktur Jenderal Kerja Sama Asia Pasifik dan Afrika Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Desra Percaya menyebutkan bahwa hubungan bilateral antara Indonesia dan Jepang berjalan sangat baik dalam kurun waktu 60 tahun terakhir, bahkan semakin meningkat sejak penandatanganan Kemitraan Strategis pada tanggal 28 November 2008. Hal tersebut cukup mengindikasikan bahwa diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia di Jepang melalui Rumah Budaya Indonesia dilaksanakan dalam situasi yang damai.

Sesuai dengan konsep diplomasi kebudayaan menurut Warsito (2007), dalam situasi damai diplomasi kebudayaan dapat dilakukan dalam beberapa bentuk yaitu eksibisi,

kompetisi, negosiasi, pertukaran ahli dan studi serta konferensi. Rumah Budaya Indonesia di Jepang sejauh ini telah mengupayakan beberapa bentuk diplomasi kebudayaan seperti eksibisi, kompetisi dan juga pertukaran ahli studi.

#### **4.2.2.1 Kegiatan Rumah Budaya Indonesia di Jepang dalam Bentuk Eksibisi**

Dalam konsep diplomasi kebudayaan menurut Warsito (2007), eksibisi merupakan salah satu bentuk diplomasi kebudayaan yang dapat berupa festival, pameran maupun pertunjukan. Seperti misalnya pameran kebudayaan maupun pertunjukan seni dan budaya Indonesia di luar negeri. Umumnya pertunjukan yang dipentaskan tersebut bisa membuat memori atau citra yang mendalam bagi pemirsanya.

##### *a. Minang Day's*

Pada tanggal 19 Agustus 2017, RBI Jepang mengambil tema "*Minang Day's*". Dalam kegiatan *Minang Day's* ini terdapat beberapa agenda salah satunya yakni pemaparan secara historis terkait kebudayaan Minang, kemudian dilanjutkan dengan penampilan kesenian seperti tari-tarian tradisional yang berasal dari Minang. Acara juga akan diisi dengan menyajikan kuliner-kuliner khas suku Minang, salah satunya yang cukup terkenal ialah seperti soto Padang, sate Padang dan tentunya Rendang. *Minang Day's* ini dapat dihadiri oleh masyarakat umum baik Warga Negara Indonesia yang tinggal di Jepang maupun masyarakat Jepang itu sendiri dengan kapasitas tamu undangan biasanya sebanyak 50 orang peserta.

##### *b. Pameran Batik*



*Batik Design Exhibition* ini dilaksanakan pada tanggal 30 September 2017 yang memilih lokasi di *Ishikawa International House*. *Batik Design Exhibition* merupakan serangkaian acara yang diawali dengan penampilan desain batik, kemudian juga dilanjutkan dengan *talk show* dengan topik “*The Development of Batik in The World*”. Adapun pembicara berkompeten dalam *talk show* tersebut adalah Dr. Ir. Alinda F.M Zain, M.Sc selaku Atase Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia Jepang, kemudian ada Dr. Ir. Rodia Syamwil, M.Pd, dan juga Prof. Haruya Kagami. Pameran Batik ini merupakan hasil kerjasama dari RBI dan juga PPIJ dan KBRI Tokyo.

c. *Java Day's*

Acara ini diadakan pada tanggal 2 Desember 2017. Melalui kegiatan ini, RBI memperkenalkan Jawa sebagai suku bangsa yang memiliki keunikan nilai, tradisi dan juga kebudayaannya. Kegiatan ini menampilkan pementasan alat musik, tarian, cerita sejarah dan juga kuliner khas suku Jawa. Kapasitas peserta yang berasal dari masyarakat umum saat itu dibatasi sebanyak 60 orang peserta.

d. *Sunda Day's*

Kegiatan ini digelar pada tanggal 17 Februari 2018. Acara ini berfokus memperkenalkan alat musik dan juga tari Jaipong yang menjadi salah satu ciri khas suku Sunda. Alat musik yang dipertunjukkan ialah salah satu kebudayaan kebanggaan Indonesia yaitu Angklung. Antusiasme dan ketertarikan warga negara Jepang sangat luar biasa terhadap alat musik ini. Acara ini juga tetap diadakan secara terbuka sehingga setiap orang baik warga Jepang maupun Indonesia yang ada

di Jepang dapat menonton dan melihat secara langsung pelaksanaan pameran budaya Sunda tersebut.

e. *Dayak Day's*

Kegiatan ini diselenggarakan pada tanggal 7 Juni 2018. Dalam pameran budaya ini, RBI berfokus untuk memperkenalkan salah satu keunikan yang dimiliki oleh Suku Dayak yaitu tarian Totto dan juga pakaian adat yaitu tenun khas Dayak.

Hal ini dilakukan karena RBI melihat potensi dari kebudayaan ini yang belum banyak diketahui orang, namun sangat menarik apabila dibahas lebih mendalam sehingga melalui *Dayak Day's* ini, pemerintah tidak hanya memperkenalkan tari Totto dan tenun Dayak kepada masyarakat Indonesia, namun juga masyarakat internasional sehingga nantinya akan lebih banyak lagi kebudayaan Indonesia yang mendapatkan pengakuan dari dunia internasional.

f. *Papua Day's*

Acara “*Papua Day's*” ini dilaksanakan pada tanggal 12 September 2020 secara *online* mengingat kondisi tengah dalam situasi pandemi yang tidak menentu. Adapun yang dipercaya sebagai pembicara dan membawakan materi pada acara ini adalah mahasiswa yang berasal dari Papua yang saat itu sedang menempuh pendidikan di *Tottori University*, Ostina Waibusi. Acara kemudian dilanjutkan dengan pemutaran video promosi Papua oleh Ibu Imelda, yang di dalamnya peserta juga disuguhkan tontonan tarian tradisional Papua. Sebagai penutup, peserta diajak menyanyikan lagu daerah Papua yang berjudul “Apuse”.

#### **4.2.2.2 Kegiatan Rumah Budaya Indonesia di Jepang dalam Bentuk Kompetisi**

Selain pameran, kompetisi juga merupakan salah satu bentuk diplomasi kebudayaan yang dapat dilakukan dalam situasi damai (Warsito, 2007). Kompetisi dalam hal ini mengarah kepada bentuk pertandingan atau persaingan dalam ranah positif. Dalam Rumah Budaya Indonesia, bentuk kompetisi yang diselenggarakan lebih kearah kompetisi ilmu pengetahuan, contohnya:

##### **a. Lomba Pidato Bahasa Indonesia**

Penyelenggaraan lomba pidato menjadi salah satu gagasan yang menarik untuk dilaksanakan dalam kegiatan RBI di Jepang. Untuk pertama kalinya, RBI Jepang mengadakan lomba pidato pada tanggal 15 Juli 2017 yang bekerjasama dengan KBRI Tokyo dan Indonesia *Kanda University*. Lomba pidato ini ditujukan bagi para penutur asing khususnya yang sedang tinggal di Jepang. Adapun tujuan dari diadakannya lomba pidato ini ialah untuk memberikan wawasan dan pemahaman bagi para peserta terkait pentingnya Bahasa Indonesia sebagai sarana komunikasi dalam berkomunikasi khususnya dengan bangsa Indonesia.

##### **b. Lomba Penulisan Essay**

Selain lomba pidato, RBI di Jepang juga menyelenggarakan lomba penulisan essay yang pada saat itu ditujukan sebagai bentuk antusias dalam rangka menyambut 60 tahun hubungan diplomatik antara Indonesia - Jepang. Lomba penulisan essay ini diadakan pada tanggal 30 Juli 2017 yang diselenggarakan secara *online* dengan proses seleksi dan penilaian yang

sangat ketat. Adapun tema yang dipilih dalam lomba penulisan essay tersebut adalah "Menjelang 60 Tahun Persahabatan Indonesia – Jepang: Dulu, Kini dan Esok". Dengan beberapa pilihan sub tema seperti misalnya berkaitan dengan berbagai dimensi politik, ekonomi, sosial - budaya, pendidikan, pertahanan - keamanan, peran kedua negara di dunia internasional.

#### **4.2.2.3 Kegiatan Rumah Budaya Indonesia di Jepang dalam Bentuk Pertukaran Ahli/Studi**

Bentuk lain dari diplomasi kebudayaan ialah pertukaran ahli atau studi. Diplomasi kebudayaan melalui pertukaran ahli atau studi semacam ini biasanya akan dilakukan dengan cara mengadakan program-program pertukaran pelajar, pertukaran ahli ilmu dan sebagainya (Warsito, 2007). Pada Rumah Budaya Indonesia di Jepang, kegiatan pertukaran ahli atau studi dikemas dalam bentuk *workshop*, yang didalamnya membahas berbagai macam kebudayaan khas yang dimiliki oleh Indonesia. Adapun kegiatan tersebut antara lain:

##### **a. Workshop Tari Jawa**

RBI juga aktif menyelenggarakan *workshop* dalam acara tahunannya, salah satunya yaitu *Workshop Tari Jawa* pada 20 Juli 2019. *Workshop* kali ini dibawakan oleh Riyantho yang merupakan penari Jawa yang sudah lebih dari dua puluh tahun berkarya di Jepang. Dalam *workshop* tersebut, Riyantho menjelaskan materi tentang Tari Jawa Klasik. *Workshop* ini dibuka untuk umum dan dihadiri sebanyak 30 orang warga negara Jepang. Tidak lupa, dalam kegiatan ini juga disuguhkan kuliner khas Indonesia seperti semur ayam, tempe bacem dan juga gudeg. Jadi selain memperkenalkan

kebudayaan Indonesia, RBI juga sekaligus memperkenalkan makanan khas Indonesia yang unik dan kaya akan bumbu rempah. Pada akhir acara juga disiapkan penampilan tarian Jawa yang ditarikan langsung oleh penari yang merupakan warga asli Jepang dengan formasi lengkap. Dengan demikian, peserta yang hadir turut mendapatkan gambaran yang lebih detail tentang tarian yang telah dipelajari dalam *workshop*.

b. *Workshop* Rindik Bali

Kegiatan Rumah Budaya Indonesia (RBI) Jepang selanjutnya adalah “Gamelan Bali: *Rindik Workshop*”. *Workshop* Rindik Bali ini diadakan di *Lobby* Kedutaan Besar Republik Indonesia Tokyo yang dipandu langsung oleh Ibu Imelda dan Ibu Tini selaku pengurus RBI Jepang. RBI juga turut mengundang salah satu grup musik Bali yaitu grup musik “Bli Bagus” sebagai pengisi acara dalam *workshop* tersebut. Grup musik tersebut dipimpin oleh Komang Sujaya, yang saat itu secara langsung mengenalkan dan memberikan pelatihan tentang alat musik Rindik Bali kepada peserta. Acara ini juga dihadiri oleh Atase Pendidikan dan Kebudayaan (Atdikbud) Tokyo, Ibu Alinda F.M. Zain yang saat itu juga ikut serta belajar dan mencoba bermain alat musik bersama peserta lainnya. Adapun saat itu jumlah peserta yang mengikuti *workshop* yakni kurang lebih sebanyak 20 peserta yang keseluruhan berasal dari warga negara Jepang dari berbagai kalangan usia.

c. *Workshop* Tekstil Indonesia

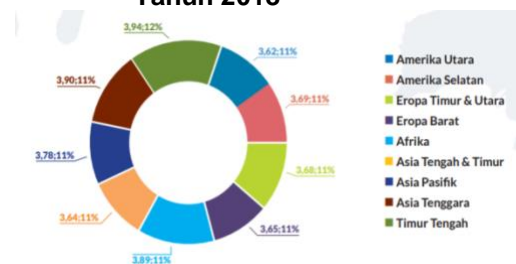
Kegiatan RBI Jepang selanjutnya ialah *workshop* yang bertajuk “Tekstil Indonesia”. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 22

Agustus ini mengundang Atdikbud baru, yakni Bapak Yusli Wardiatno untuuk hadir sekaligus memberikan sambutan dan perkenalan pertama. Adapun sebanyak 32 peserta yang merupakan warga negara Jepang juga turut hadir secara *online*. Dalam acara tersebut Ibu Imelda memberikan penjelasan detail mengenai kain-kain Indonesia, terutama 33 kain yang telah terdaftar dan diakui sebagai warisan budaya tak benda. Dalam kesempatan yang sama juga dilangsungkan *fashion show* dengan menggunakan kain-kain Indonesia yang dimodifikasi oleh Ibu Tini Kodrat.

### 4.3 Pembangunan Citra Positif Indonesia di Jepang Melalui Rumah Budaya Indonesia

Adapun bentuk keberhasilan dari pelaksanaan diplomasi kebudayaan melalui RBI di Jepang dapat dilihat melalui beberapa data berikut, antara lain:

**Grafik 4.1 Capaian Citra Positif Indonesia di Dunia Internasional Berdasarkan Kawasan Tahun 2018**

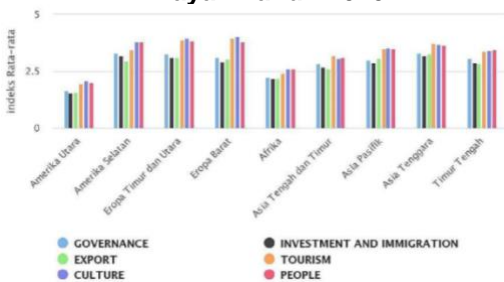


Sumber: Laporan Kerja Kementerian Luar Negeri Tahun 2018

Pada grafik data diatas dapat dilihat bahwasanya pada tahun 2018 citra bangsa Indonesia khususnya di wilayah Asia Pasifik menunjukkan angka yang cukup baik ketika disandingkan dengan wilayah lainnya. Capaian citra positif Indonesia di Asia Pasifik menempati

posisi ke-4 yakni sebesar 3,78:11%. Secara tidak langsung, hal tersebut menandakan bahwa diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia di Jepang yakni salah satunya melalui RBI berjalan dengan baik dan menunjukkan hasil yang positif pula. Namun demikian, Pemerintah Indonesia tidak boleh berpuas diri dengan angka tersebut, melainkan harus tetap konsisten melakukan upaya peningkatan kegiatan seperti dengan mengadakan promosi terkait kebudayaan Indonesia, dan lainnya yang dianggap mampu menjadi faktor pendukung untuk menanamkan citra positif Indonesia di luar negeri dengan lebih efektif dan intensif.

**Grafik 4.2 Perbandingan Nilai Rata-Rata Indeks Citra Indonesia per Dimensi per Wilayah Tahun 2020**



Sumber: : Laporan Kerja Kementerian Luar Negeri Tahun 2020

Pada grafik ditampilkan bahwa di tahun 2020, rata-rata indeks citra tertinggi di tiap-tiap wilayah ada pada dimensi kebudayaan yaitu dengan nilai 4,2. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia merupakan aset terbesar bagi bangsa ini sehingga mampu mendorong citra positif Indonesia di mata masyarakat internasional.

Keberadaan Rumah Budaya Indonesia di Jepang juga ditujukan mencapai kepentingan nasional Indonesia salah satunya dalam aspek ekonomi. Dalam hal ini, pencapaian kepentingan

tersebut dapat dilihat pada kemajuan sektor pariwisata di Indonesia. Keindahan alam, ciri khas maupun keunikan dari masing-masing daerah yang ada di Indonesia, telah menjadi daya tarik tersendiri untuk mengundang wisatawan baik lokal maupun internasional untuk datang berkunjung. Oleh karena itu, tidak heran apabila sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang mampu menopang ekonomi negara. Sektor pariwisata berkembang sebagai pilar utama yang dalam hal menyumbang devisa negara. Oleh karena itu, pariwisata kini menjadi salah satu prioritas utama bagi Indonesia.

Besarnya potensi pariwisata di Jepang kemudian dimanfaatkan oleh Pemerintah Indonesia untuk melakukan promosi kebudayaan Indonesia karena dianggap akan lebih mudah dan efisien. Hal ini dikarenakan sasarannya bukan hanya masyarakat Jepang itu sendiri, namun juga sekaligus dapat menyasar masyarakat asing yang sedang berkunjung ke Jepang. Dengan demikian, akan lebih banyak masyarakat internasional yang mengetahui keragaman kebudayaan Indonesia, sehingga secara tidak langsung juga akan meningkatkan ketertarikan mereka untuk berkunjung ke Indonesia.

**Tabel 4.2 Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2017-2019**

Tahun	Kunjungan Wisata Mancanegara Ke Indonesia
2017	12.678.883
2018	14.263.074
2019	16.180.600

Sumber : Kementerian Pariwisata

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwasanya dari tahun 2017 hingga tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan asing dari

berbagai negara di seluruh dunia ke Indonesia selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Hal ini tentu secara tidak langsung berpengaruh pula dengan pendapatan negara khususnya di sektor pariwisata. Bahkan pada tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berhasil menyentuh angka lebih dari 16 ribu kunjungan yang telah melampaui jauh dari target yang diperkirakan.

**Grafik 4.4. Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara 2020 vs 2019**



Sumber: Kementerian Pariwisata

Memasuki tahun 2020, total jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia hanya mampu menyentuh angka 4.052.923 kunjungan. Hal ini berarti kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami penurunan sebesar 74,84% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2019. Hal ini disebabkan oleh adanya pandemi COVID-19 yang mulai mewabah sejak akhir tahun 2019 di seluruh dunia. Pandemi ini telah mengakibatkan gangguan pada rantai pasok global, dalam negeri, dan dampak negatif pada sektor-sektor vital termasuk perjalanan dan pariwisata. Dampak pandemi sangat terasa di seluruh rantai nilai pariwisata. Baik perusahaan kecil, menengah maupun perusahaan-perusahaan besar sangat merasakan dampaknya.

Penurunan kedatangan wisatawan mancanegara yang disusul dengan pembatalan besar-besaran serta penurunan pemesanan menjadi tekanan yang paling parah bagi industri pariwisata di era pandemi.

Namun demikian, respon cukup baik ditunjukkan oleh Jepang sebagai salah satu negara penyumbang wisatawan terbanyak ke Indonesia setiap tahunnya. Jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia khususnya yang berasal dari negeri Sakura tersebut terus mengalami peningkatan. Hingga saat ini, wisatawan asal Jepang yang datang berkunjung ke Indonesia menempati posisi terbanyak ke-7 diantara negara-negara lainnya.

**Tabel 4.4 Kedatangan Wisatawan Jepang ke Indonesia Tahun 2017-2020**

Tahun	Jepang
2017	573.310
2018	584.243
2019	590.189
2020	92.228

Sumber : Kementerian Pariwisata

Kebudayaan dan kepariwisataan sendiri merupakan dua hal yang saling memiliki keterkaitan. Dalam hal ini, Rumah Budaya Indonesia dalam implementasinya mengenalkan kebudayaan sebagai salah satu hal yang dapat menumbuhkan minat atau ketertarikan masyarakat Jepang dan masyarakat asing yang sedang berada di Jepang untuk datang dan berkunjung ke Indonesia. Dalam kegiatannya, RBI di Jepang tidak secara langsung mempromosikan Indonesia sebagai negara tujuan wisata. Adapun program-program yang

diselenggarakan dalam kegiatan Rumah Budaya Indonesia di Jepang secara sengaja dirancang agar sebisa mungkin dapat menggambarkan betapa kayanya Indonesia akan kebudayaan yang dimilikinya sehingga mampu memberikan citra yang positif bagi bangsa Indonesia dan sekaligus menjadi aspek pendukung untuk menarik wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia.

Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia setiap tahunnya, cukup menggambarkan bahwa Indonesia di mata masyarakat asing dan khususnya masyarakat Jepang memiliki citra yang baik. Hal tersebutlah yang mendorong minat masyarakat asing untuk datang dan berkunjung ke Indonesia bahkan dalam situasi pandemi sekalipun. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya strategi diplomasi kebudayaan yang dilakukan Indonesia di Jepang melalui Rumah Budaya Indonesia cukup memberikan manfaat terhadap penanaman citra positif Indonesia di mata masyarakat internasional pada umumnya dan masyarakat Jepang khususnya.

## 5. Kesimpulan

Diplomasi budaya memiliki tujuan untuk membentuk citra positif dari suatu negara sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap kepentingan nasional di berbagai bidang. Salah satu strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia ialah dengan mendirikan Rumah Budaya Indonesia (RBI) di negara lain yang dianggap memiliki potensi salah satunya Jepang.

Diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh RBI di Jepang dilakukan dalam situasi damai dan didominasi dengan bentuk ekshibisi, kompetisi dan pertukaran ahli atau studi. Keberhasilan Indonesia dalam melakukan diplomasi kebudayaan dalam rangka menanamkan citra positif di Jepang dapat dilihat dengan semakin meningkatnya kunjungan wisatawan Jepang maupun wisatawan mancanegara ke Indonesia. Keberhasilan lain juga ditunjukkan dengan tingginya antusiasme masyarakat dalam mengikuti berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh RBI Jepang.

Citra Indonesia yang semakin positif dimata internasional memberikan dampak yang baik bagi perkembangan perekonomian khususnya pada sektor pariwisata. Terciptanya citra positif suatu negara maka akan diikuti pula dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke negara tersebut, seperti halnya Indonesia.

## 6. Daftar Pustaka

- Amatya, K. (2020, October 31). Japan the Titan of Soft Power. *Modern Diplomacy website*: <https://moderndiplomacy.eu/2020/10/31/japan-the-titan-of-soft-power/>.
- Anonym. (2018). Japan: A Land of Rising Soft Power. *Britishcouncil website*: [googlehttps://www.britishcouncil.org/research-policy-insight/insightarticles/japan-risingsoftpower#:~:text=Japan%20is%20the%20third%20biggest,cultural%20and%20soft%20power%20players.&text=One%20of%20the%20major%20soft,experience%20of%20teaching%20in%20Japan.](https://www.britishcouncil.org/research-policy-insight/insightarticles/japan-risingsoftpower#:~:text=Japan%20is%20the%20third%20biggest,cultural%20and%20soft%20power%20players.&text=One%20of%20the%20major%20soft,experience%20of%20teaching%20in%20Japan.)
- Anonym. (n.d.). The 60th Anniversary of the Indonesia-Japan Relationship and the Enhanced Role of JICA. [https://www.jica.go.jp/english/publications/j-world/c8h0vm0000e2ebnn-att/1901\\_07.pdf](https://www.jica.go.jp/english/publications/j-world/c8h0vm0000e2ebnn-att/1901_07.pdf).

- Bandoro, B. (1994) Hubungan Luar Negeri Indonesia Selama Orde Baru. Jakarta: CSIS.
- Das, K. K. (2018). Diplomasi dan Strategi Bahasa dan Sastra : Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Pergaulan Internasional. *Kongres Bahasa Indonesia*. [http://kbi.kemdikbud.go.id/kbi\\_back/file/foto\\_media/media\\_detail\\_1542361010.pdf](http://kbi.kemdikbud.go.id/kbi_back/file/foto_media/media_detail_1542361010.pdf).
- Fitriani, F. (2020). Ada Corona, Kunjungan Wisman dari Jepang Tetap Tumbuh. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200401/12/1220828/ada-corona-kunjungan-wisman-dari-jepang-tetap-tumbuh>.
- Kamaluddin, A., Chasdiana, R., & Krisnando, G. (2019). Implementasi Diplomasi Kebudayaan Indonesia di Jepang Melalui Rumah Budaya Indonesia (RBI) Periode 2017-2019. *Journal of Diplomacy and International Studies*.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Warisan Budaya Tak Benda. *Kemendikbud website*: <https://qln.kemdikbud.go.id/qlnsite/formulir-warisan-budaya-tak-benda/>.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2017). Laporan Kerja Kementerian Luar Negeri Tahun 2017. <https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9BS0lQL0tIbWVudGVyaWFuJTlwTHVhciUyME5lZ2VyaS9MS0oIMjBLRU1MTVlUyMDIwMTcIMjBCVUtVJTIwSS5wZGY>.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2018). Laporan Kerja Kementerian Luar Negeri Tahun 2018. <https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9MS0pfS2VtZW5sdV8yMDE4LnBkZg>.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2019). Laporan Kerja Kementerian Luar Negeri Tahun 2019. <https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9BS0lQL0tIbWVudGVyaWFuJTlwTHVhciUyME5lZ2VyaS9MYXBvcnF1JTlwS2luZXJqYSUyMEtIbWVudGVyaWFuJTlwTHVhciUyME5lZ2>
- [VyaSUyMFRhaHVuJTlwMjAxOSUyMChCdWt1JTlwSSkucGRm](https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9BS0lQL0tIbWVudGVyaWFuJTlwTHVhciUyME5lZ2VyaS9UYWh1biUyMDIwMjAvQVlVSVUyMEkIMjBMS0oIMjBLRU1FTkxvJTlwVEFIVU4IMjAyMDIwJTlwLSUyMDI0LjA1LjIwMjE0MSkucGRm).
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2020). Laporan Kerja Kementerian Luar Negeri Tahun 2020. <https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9BS0lQL0tIbWVudGVyaWFuJTlwTHVhciUyME5lZ2VyaS9UYWh1biUyMDIwMjAvQVlVSVUyMEkIMjBMS0oIMjBLRU1FTkxvJTlwVEFIVU4IMjAyMDIwJTlwLSUyMDI0LjA1LjIwMjE0MSkucGRm>.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2020. Kemenparekraf website: <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2020>
- Leonard, M. (2002). Public Diplomacy, 1-20. London: The Foreign Policy Centre.
- Indonesia: Government to open cultural centres abroad | ASEF culture360. (2012). ASEF culture360 website: <https://culture360.asef.org/news-events/indonesia-government-open-cultural-centres-abroad/>.
- Rumah Budaya Indonesia. *Atdikbudtokyo website*: <http://atdikbudtokyo.kemdikbud.go.id/category/rumah-budaya-indonesia/>.
- Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi kasus Indonesia. Yogyakarta: Ombak.