
Upaya Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Komite Seni Budaya Nusantara Pada Tahun 2017

Arfrido Valentino Murbawanto Putra¹⁾, Penny Kurnia Putri²⁾, Putu Titah Kawitri Resen³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan upaya Komite Seni Budaya Nusantara (KSBN) yang merupakan aktor non-pemerintah dalam mempromosikan budaya Indonesia di level internasional. Pemerintah Indonesia memerlukan keterlibatan berbagai pihak dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Dalam hal kebudayaan, Pemerintah Indonesia menggandeng KSBN sebagai mitra untuk menjaga, memperkenalkan dan melestarikan budaya Indonesia pada level internasional. Penelitian ini menganalisis upaya KSBN tersebut menggunakan konsep diplomasi budaya dan NGO yang ditulis menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Dalam penelitian ini, temuan penulis adalah KSBN melibatkan berbagai pihak di negara tujuan dalam kolaborasi berbagai kegiatan kebudayaan bertemakan Indonesia sebagai upaya dalam menjaga, memperkenalkan dan melestarikan budaya Indonesia di level internasional. Kegiatan yang dilakukan berupa pagelaran seni tari tradisional, pagelaran seni musik tradisional, peragaan busana batik, dan pameran kebudayaan Indonesia.

Kata-kunci : Diplomasi Budaya, Indonesia, KSBN, NGO

Abstract

This research aims to describe the efforts of the Komite Seni Budaya Nusantara (KSBN), which is a non-government actor in promoting Indonesian culture at the international level. The Indonesian government requires the involvement of various parties in achieving its national interests. In terms of culture, the Government of Indonesia cooperates with KSBN as a partner to maintain, introduce and preserve Indonesian culture at the international level. This research analyzes the efforts of the KSBN using the concept of cultural diplomacy and NGO written using a qualitative-descriptive research method. In this research, KSBN involves various parties in the destination country in collaborating various cultural activities with Indonesian themes as an effort to maintain, introduce and preserve Indonesian culture at the international level. Activities carried out in the form of traditional dance performances, traditional music art performances, batik fashion shows, and exhibitions of Indonesian culture.

Keywords : Cultural Diplomacy, Indonesia, KSBN, NGO

Kontak Penulis

Arfrido Valentino Murbawanto Putra
Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana
Surakarta, 57142
Telp: +62 857 398 688 93
E-mail : Valentinofrido@gmail.com

PENDAHULUAN

Diplomasi merupakan sebuah instrumen dalam hubungan antarbangsa yang telah mengalami perkembangan pesat sejak awal kemunculannya. Dalam ranah Hubungan Internasional, diplomasi menjadi medium dan instrumen dalam kebijakan luar negeri, namun saat ini cakupan diplomasi telah meluas baik pada sisi pemahaman, isu, serta aktor yang terlibat dalam praktiknya saat ini. (Aksoy & Cicek, 2018). Budaya merupakan salah satu aspek yang tercakup dalam praktik diplomasi saat ini, dan kemudian dikenal dengan istilah diplomasi budaya. Sebagai suatu sarana diplomasi, diplomasi budaya memiliki potensi yang kuat untuk mencapai kepentingan negara apabila mengimplementasikan praktik yang tepat. Praktik tersebut tepat apabila dilakukan menggunakan penyebaran kebiasaan, nilai dan ide yang menjadi bagian strategis dan penting dalam merepresentasikan diri terhadap negara lain.

Diplomasi budaya menjadi alat untuk mencapai tujuan domestik nasional, berkaitan dengan kondisi kohesi sosial nasional. Kondisi tersebut berupa fenomena sosial yang terjadi antara aktor dan institusi sosial yang menciptakan rasa keterikatan masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang aman bagi anggotanya, salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan hidup (Sommer, 2019). Kondisi tersebut terjadi apabila terdapat lima faktor yang dipegang oleh masyarakat antara lain adalah nilai, rasa memiliki, keadilan sosial, penerimaan dan partisipasi (Markus, 2020). Indonesia memiliki budaya yang tidak hanya terbatas dalam bahasa maupun cara hidup mereka, melainkan juga beberapa kesenian, rumah adat, pakaian adat, makanan khas daerah, dan lain sebagainya (Kemdikbud RI, 2016). Kekayaan budaya Indonesia menjadikannya sebagai sebuah ciri khas tersendiri yang dapat menarik minat warga negara asing untuk mengetahui lebih dalam dan mempelajari kebudayaan yang ada di Indonesia.

Pemerintah Indonesia menetapkan Undang-Undang tersebut atas dasar UUD 1945

sebagai norma hukum dan hukum dasar tertinggi dalam pemerintahan Negara Republik Indonesia. Undang Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan dibentuk untuk mengembangkan, melindungi dan memanfaatkan kebudayaan sebagai langkah strategis negara dengan melihat hal tersebut sebagai investasi untuk membangun peradaban bangsa Indonesia dan kepentingan di masa yang akan datang. Indonesia memiliki sebuah organisasi nirlaba yang menjadi mitra pemerintah dengan bertujuan untuk memperkenalkan, mengembangkan, melestarikan dan memajukan semua seni dan budaya nusantara sebagai bentuk mempromosikan budaya Indonesia baik di ranah nasional maupun mancanegara (Vivanews, 25/6/2018). Kebijakan yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia tersebut merupakan salah satu bentuk upaya pemerintah dalam mencapai kepentingannya, yaitu meningkatkan citra positif Indonesia melalui *soft power* Indonesia melalui pendekatan *people to people* contact sebagai bentuk peningkatan peran dan pengaruh Indonesia sebagai negara *middle power* di dunia internasional

Komite Seni Budaya Nusantara, yang kemudian disebut KSNB merupakan organisasi sosial yang bergerak di bidang seni dan budaya tanpa memungut biaya apapun (Vivanews, 25/06/2018). Organisasi ini diketuai oleh Mantan Komandan Pusat Polisi Militer (Danpuspom) TNI Mayor Jenderal (Purn) Hendarji Soepandji. KSNB menjadi wadah bagi masyarakat, komunitas dan asosiasi yang peduli terhadap seni dan budaya Indonesia untuk berkumpul (rri.co.id, 09/03/2020). Tujuan dari organisasi ini adalah untuk menjaga warisan budaya tradisional Indonesia dari pengakuan negara lain dan juga melanjutkan industri seni budaya tradisional dengan melestarikan kesenian dan kebudayaan Nusantara (Vivanews, 25/6/2018).

Pemerintah Indonesia kerap mengirimkan KSNB ke berbagai acara di luar negeri dalam program lawatan budaya sebagai delegasi yang mewakili Indonesia untuk

meningkatkan citra Indonesia. Sebagai sebuah organisasi nirlaba, KSBN memiliki kendala dalam melakukan program-programnya, terlebih jika organisasi ini mempromosikan budaya Indonesia ke luar negeri (Vivanews, 25/06/2018). Oleh karena itu, kehadiran pemerintah diperlukan untuk membantu organisasi ini untuk bisa tetap bertahan dan melakukan tujuannya. Peran pemerintah tidak hanya sebatas perumus kebijakan saja, namun juga membantu KSBN agar bisa bergerak melalui pendanaan yang diberikan dalam aktivitasnya. Hal ini sesuai dengan kebijakan pemerintah dalam pelestarian dan diplomasi budaya. Adapun isi dalam kebijakan ini salah satunya adalah memberikan fasilitas kepada pelaku budaya Indonesia agar berpartisipasi pada kegiatan kebudayaan berskala Internasional (*art residence*, lomba, festival, pertunjukan, dan pameran) (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2017).

Tugas pertama KSBN dimulai saat organisasi tersebut hadir dalam Piata Indonezia III, sejak RUU Pemajuan Kebudayaan disahkan pada 27 April 2017 oleh DPR RI (Kebudayaan Kemdikbud, 2018). Acara ini merupakan sebuah program Indonesia berupa festival budaya tradisional yang digelar secara rutin oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Rumania. Piata Indonezia III diadakan di Bucharest, Rumania pada tanggal 9-15 Mei 2017. Kehadiran KSBN dalam Piata Indonezia III bukan sekedar menjalankan misi untuk mempromosikan budaya Indonesia di mancanegara, melainkan dalam kesempatan ini KSBN turut mengundang negara-negara luar untuk bisa hadir dalam *World Folklore Festival* yang akan diselenggarakan pada tanggal 23-31 Agustus 2018 di Semarang, Jawa Tengah. Sebelum menyelenggarakan *Folkfore Festival* di Semarang, KSBN menghadiri *event World Folkfest* pada tanggal 30 Juli – 4 Agustus 2017 yang diadakan di Utah, Amerika Serikat. Sehingga KSBN tidak hanya mempromosikan negara di luar negeri, melainkan juga berperan dalam memperkenalkan negara Indonesia pada mancanegara secara langsung dengan hadir

pada *event-event* dalam negeri (Sekretariat KSBN, Mei 2017). Dengan kegiatan ini KSBN berharap agar terjadi pertukaran budaya antara budaya negara lain dengan budaya asli Nusantara. Sehingga masyarakat luas akan memahami bahwa Indonesia mampu menerima nilai-nilai budaya dari negara lain dengan mengkolaborasikan budaya asing dengan budaya Indonesia. (Sekretariat KSBN, Mei 2019).

Sebagai sebuah kajian dalam hubungan internasional, diplomasi budaya memiliki definisi yang hampir serupa dengan diplomasi publik (Mark, 2009, p. 15). Dalam praktiknya, diplomasi budaya masih melibatkan pemerintah dan representasi resmi negara lainnya sebagai aktor pelaksana. Dalam pemahamannya, praktik diplomasi budaya dilakukan untuk memperoleh kepentingan nasional bagi aktor negara. Sehingga, pemerintah secara langsung maupun tidak langsung akan terlibat dalam kegiatan diplomasi budaya ini. Pemahaman ini kemudian berkembang sejalan dengan kajian hubungan internasional, bahwa fenomena globalisasi menghadirkan ruang bagi aktor non negara untuk berpartisipasi dalam terlaksananya diplomasi budaya.

Penelitian ini menggunakan dua literatur yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, atau disebut dengan kajian pustaka. Literatur pertama merupakan penelitian milik Siti Afifah Khatrunada & Gilang Nur Alam (2019) berjudul *Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo*. Sedangkan literatur kedua merupakan penelitian milik Safira Devi Amorita yang berjudul *Peran Non Governmental Organization Sebagai Aktor Diplomasi Budaya Indonesia (Studi Kasus: Program Kebudayaan Rumata' Artspace)* tahun 2021. Literatur pertama milik Khatrunada & Alam (2019) merupakan penelitian mengenai gamelan yang menjadi sebuah media diplomasi budaya Indonesia. Dalam konteks diplomasi, budaya sering digunakan sebagai perantara untuk melaksanakan diplomasi yang disebut juga dengan diplomasi budaya. Pelaksanaan

diplomasi budaya, dipercaya dapat membangun citra positif suatu negara sehingga menumbuhkan rasa percaya diri atas potensi dan prestasi yang dimiliki oleh sebuah negara. Penyebaran nilai, kebiasaan, dan ide melalui diplomasi budaya mempermudah negara dalam mendefinisikan apa yang dianggap penting secara strategis dalam mewakili dirinya di luar negeri. Festival budaya dapat dijadikan sebagai media suatu negara dalam mencapai kepentingannya dalam bentuk diplomasi budaya. Negara melibatkan agen-agen budaya dalam diplomasi budaya, seperti kelompok, lembaga, maupun organisasi kreatif yang berkaitan di bidang seni dan budaya atau produk-produk nasional lainnya.

Diplomasi budaya dilakukan untuk memengaruhi *foreign audience* yang bertujuan, pertama memengaruhi mereka untuk memandang positif tentang budaya, masyarakat dan kebijakan negara tersebut. Kedua, meningkatkan kerja sama yang lebih antar negara tersebut, menjadi sebuah bantuan dalam memengaruhi situasi politik atau kebijakan negara sasaran. Terakhir bertujuan untuk mengurangi, mencegah dan mengelola konflik yang terjadi dengan negara sasaran. Diplomasi budaya memiliki tiga prinsip yang digunakan sebagai sebuah acuan keberhasilan diplomasi tersebut. Prinsip tersebut diantaranya adalah prinsip penyebaran (*transmission*), penerimaan (*acceptance*), dan koeksistensi (*coexistence*).

Pada literatur kedua milik Safira Devi Amorita (2021) dijelaskan bahwa diplomasi budaya juga dikenal sebagai “diplomasi publik baru” (*new public diplomacy*) yang melibatkan aktor-aktor, tujuan, dan strategi yang lebih variatif dalam melaksanakan praktik diplomasi publik. Dalam diplomasi publik baru, terdapat aktor yang dikategorikan sebagai aktor non negara, diantaranya adalah *Non Governmental Organization* (NGO), *Intergovernmental Organization* (IGO), *Multinational Corporation* dan *Transnational Corporation* (MNC & TNC), media, bahkan individu-individu tertentu. Diplomasi publik baru mengemban pendekatan dengan masyarakat dibanding

hanya sekedar pembentukan citra. Selain itu dalam pelaksanaannya memiliki tujuan untuk membentuk relasi yang stabil, membangun kesepahaman antara satu dengan yang lain, serta menjalin hubungan kerja sama jangka panjang. Dalam literatur tersebut, dijelaskan bahwa dalam diplomasi publik baru yang mengedepankan kebudayaan, prinsip *people-to-people* dimiliki oleh NGO dan dianggap memiliki peran penting dalam praktik diplomasi budaya.

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang menunjukkan pentingnya NGO sebagai sebuah aktor dalam diplomasi publik baru. Faktor yang pertama adalah NGO dinilai mampu mempertahankan dan meraih reputasi baik dalam pandangan masyarakat. Kedua adalah NGO mampu menjabarkan suatu isu dengan berdiskusi bersama para ahli. Selanjutnya, NGO mampu terlibat dalam dialog antara publik dan pemerintah. Keempat adalah NGO cenderung mempunyai hubungan dekat dengan masyarakat, sehingga mampu memahami dengan baik kebutuhan yang sesuai oleh masyarakat. Yang terakhir adalah kemampuan NGO dalam menjalin kerja sama dengan berbagai mitra dalam suatu jaringan dan mempertahankannya dengan baik. Namun, kedua literatur tersebut belum menunjukkan bagaimana NGO dapat berperan dalam diplomasi budaya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsep Diplomasi Budaya dan konsep NGO dalam menunjukkan NGO, khususnya KSBN sebagai aktor yang berperan penting dalam sebuah keberhasilan diplomasi budaya.

Berbeda dengan literatur tersebut, peneliti akan menggunakan konsep diplomasi budaya milik Simon Mark (2009) yang menjelaskan tentang empat elemen penting dalam diplomasi budaya, serta konsep NGO milik P.J Simmons (1998) dan Mark Leonard (2002) dalam menjelaskan bagaimana KSBN sebagai aktor non-pemerintah dapat berpartisipasi dalam diplomasi budaya Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dengan sumber data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, laporan pemerintah, dan laporan lembaga dengan data penunjang yang diperoleh dari media massa (berita) serta situs resmi yang didapat secara *online*. Penelitian ini menggunakan unit analisis *Non Governmental Organization* dalam penelitian ini adalah Komite Seni Budaya Nusantara, yang digunakan sebagai kunci pengembangan dalam penelitian ini yaitu konsep *Non Governmental Organization* (NGO).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai sebuah negara yang majemuk, Indonesia mempunyai sebuah semboyan negara untuk mempersatukan bangsa. Semboyan tersebut adalah Bhinneka Tunggal Ika yang ditemukan dalam kita Sutasoma dengan bermakna "berbeda-beda tetapi tetap satu jua". Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, bhineka memiliki makna ragam, sedangkan kebinekaan menunjukkan keragaman yang nampak sekali dan menjadi ciri kelebihan negara Indonesia. Semboyan ini hadir sejak awal kemerdekaan negara ini, tepatnya diusulkan oleh Mohammad Yamin dan ditetapkan oleh pemerintah pada 17 Oktober 1951 (Kumparan, 23/10/2020). Dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, semboyan ini memiliki prinsip dan fungsi yang penting untuk masyarakat Indonesia. Semboyan ini mengandung makna agar masyarakat Indonesia yang atas keberagaman suku, budaya, bahasa, dan agama hidup saling berdampingan dengan damai. Sedangkan fungsi dari semboyan ini tercantum pada Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Indonesia Nomor 24 tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, Serta Lagu Kebangsaan yang bermakna memiliki fungsi mendasar bagi dilaksanakannya kehidupan berbangsa dan bernegara, yaitu menciptakan persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia. Dalam penerapannya, semboyan ini memiliki fungsi yang lebih luas bagi kehidupan masyarakat maupun pemerintah dalam menciptakan kebijakan.

Pemerintah Indonesia mempunyai perhatian khusus terhadap situasi ini dengan mengesahkan UU Nomor 5 tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan. Untuk pertama kalinya, Indonesia memiliki peraturan yang mengatur tentang kebudayaan nasional. UU Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan disahkan oleh DPR RI pada tanggal 27 April 2017 sebagai pedoman legal-formal pertama dalam mengelola kebudayaan di Indonesia (pemajuankebudayaan.id, n.d.). Untuk menjalankan peraturan ini, pemerintah memerlukan berbagai pihak yang dinilai dapat berpengaruh dalam mensukseskan kebijakan ini. Sesuai dengan yang terkandung dalam Undang-Undang ini, elemen penting dalam memajukan budaya Indonesia adalah masyarakat Indonesia itu sendiri. Dalam Pasal 41 Undang-Undang Nomor 5 tahun 2017, setiap orang berhak untuk berekspresi; mendapatkan perlindungan atas hasil ekspresi budayanya; berpartisipasi dalam Pemajuan Kebudayaan; mendapatkan akses informasi mengenai Kebudayaan; memanfaatkan sarana dan prasarana Kebudayaan; dan memperoleh manfaat dari Pemajuan Kebudayaan untuk meningkatkan kesejahteraan (BPK RI, 2017). Langkah strategis Pemajuan Kebudayaan harus dianggap sebagai suatu investasi yang bertujuan untuk membangun peradaban dan masa depan bangsa Indonesia, serta tidak dipandang sebagai beban biaya negara.

Indonesia memiliki dua aspek utama yang dikedepankan dalam politik luar negerinya, antara lain untuk mendukung pencapaian kepentingan nasional dan sebagai upaya dalam berkontribusi terhadap kemaslahatan dunia internasional (Kemenlu Indonesia, 2015, p. 1). Politik luar negeri Indonesia yang bebas-aktif masih dilaksanakan dengan pendekatan *all-directions foreign policy* dan mengimplementasikan semangat *a million friends, zero enemy* berdasarkan program kerja dalam ranah regional, bilateral, maupun multilateral yang tertuang pada Rencana Jangka Menengah Pembangunan Nasional (RPJMN) dan Rencana Strategis (Renstra) (Kemenlu Indonesia, 2015, p. 1). Salah satu

program yang dilakukan adalah dengan meningkatkan citra positif Indonesia di mata masyarakat domestik maupun internasional dengan melaksanakan kegiatan salah satunya dengan meningkatkan koordinasi antara kalangan pemangku kepentingan sebagai bentuk promosi citra Indonesia di luar negeri. (Kemenlu Indonesia, 2015, p. 8). Kehadiran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 menunjukkan bahwa pada saat ini pemerintah Indonesia memiliki perhatian terhadap budaya yang Indonesia sebagai jati diri bangsa. Dengan adanya peraturan ini, pemerintah Indonesia berharap agar bermanfaat bagi Indonesia baik di dalam negeri maupun posisinya di luar negeri. Untuk segi dalam negeri, peraturan ini dibentuk sebagai panduan masyarakat berbangsa dan bernegara untuk menjaga kebinekaan dan mengeksplorasi sumber-sumber kebudayaan lokal. Sedangkan bagi sisi luar, pemerintah berharap untuk mampu menjaga kebudayaan Indonesia dari klaim asing serta memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat luar dengan harapan membentuk citra baik Indonesia yang kaya akan kebudayaan.

Diplomasi budaya memiliki tujuan sebagai pengaruh pendapat umum dari masyarakat negara lain untuk mendukung suatu kebijaksanaan politik luar negeri tertentu. Pelaksanaannya menysasar pendapat umum suatu masyarakat di ranah nasional maupun internasional, sehingga para pengambil keputusan pada pemerintah maupun organisasi internasional akan terpengaruh atas pandangan masyarakat tersebut (Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya, 2018, p. 3). Untuk melakukan diplomasi budaya, diperlukan materi dan sarana dalam penyampaiannya. Adapun materi dalam diplomasi budaya dapat berupa berbagai hal yang sifatnya mikro maupun makro, yang dianggap mampu untuk memanfaatkan aspek budaya (dalam politik luar negeri) seperti olahraga, kesenian, tradisi, pariwisata, pertukaran ahli, teknologi, dan lain-lain yang dapat dilaksanakan menggunakan berbagai media komunikasi.

Untuk mencapai tujuan tersebut pemerintah melakukan beberapa kegiatan diplomasi budaya di luar negeri dalam bentuk pagelaran budaya, forum kebudayaan, dan pameran budaya. Adapun pengertian dari pagelaran budaya adalah suatu kegiatan dalam bentuk pementasan karya budaya kepada orang banyak pada tempat tertentu agar mendapatkan tanggapan atau penilaian. Kegiatan berikutnya dapat berupa forum kebudayaan, merupakan kegiatan kebudayaan di luar negeri dalam rangka diplomasi budaya yang dikemas dalam bentuk forum diskusi, *workshop*, pelatihan, dan sosialisasi tentang kebudayaan Nusantara yang unik dan beragam. Bentuk diplomasi budaya yang terakhir adalah pameran budaya yang merupakan kegiatan untuk memamerkan karya budaya kepada orang banyak pada tempat tertentu. Diplomasi budaya dapat dilaksanakan menggunakan berbagai alat komunikasi, baik cetak maupun elektronik yang dianggap mampu untuk menyampaikan isi atau misi dari suatu politik luar negeri tertentu (Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya, 2018, p. 3).

Upaya KSBN dalam Mempromosikan Budaya Indonesia sebagai Bentuk Diplomasi Budaya

Pemerintah Indonesia memiliki kebijakan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan diplomasi budaya. Hal ini dikarenakan pemerintah menganggap bahwa pendekatan *people-to-people* lebih efektif untuk mencapai tujuan dari diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah. Selain itu, pemerintah juga mengharapkan partisipasi masyarakat menjadi sebuah bagian dari Pemajuan Kebudayaan Indonesia. Setiap orang berhak untuk berpartisipasi dalam Pemajuan Kebudayaan Indonesia. Adapun yang dimaksud dengan “setiap orang” adalah orang secara individu, orang secara kelompok, organisasi masyarakat, dan/atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum (BPK RI, 2017).

Pemerintah Indonesia dapat dikatakan sebagai sebuah aktor negara yang berupaya

untuk melakukan diplomasi budaya melalui berbagai media dengan unsur kebudayaan. Seiring perkembangan zaman, pemerintah menyadari bahwa masyarakat perlu diberi ruang dan kesempatan menjadi aktor yang berpartisipasi dalam diplomasi budaya. Pemerintah Indonesia salah satunya menunjuk organisasi non profit berbasis kebudayaan, yaitu Komite Seni Budaya Nusantara (KSBN) untuk mempromosikan kebudayaan Indonesia di luar negeri guna mencapai kepentingan nasional negara Indonesia. Dalam melakukan upaya diplomasi budaya, negara berperan untuk memberi kesempatan dan ruang bagi aktor non-negara dalam mengekspresikan identitasnya kepada lingkungan internasional (Rachmawati, 2017, p. 66). Sehingga pemerintah dan KSBN bekerja sama dengan memiliki tujuan yang sama.

Komite Seni Budaya Nusantara, yang kemudian disebut KSBN merupakan organisasi sosial yang bergerak di bidang seni dan budaya tanpa memungut biaya apapun (Vivanews, 25/06/2018). Organisasi ini terbentuk secara independen sebagai jembatan masyarakat, yang tidak dibuat oleh pemerintah melainkan menjadi mitra bagi pemerintah. Organisasi ini secara resmi dibentuk di Taman Mini Indonesia Indah pada tanggal 10 Februari 2017, namun demikian organisasi ini telah aktif beroperasi sejak tahun 2010 dalam bentuk Sanggar Tari Panji Wiratama yang aktif berkegiatan di bidang seni tari (Sekretariat KSBN, September 2020).

Sebagai sebuah organisasi non pemerintah, KSBN memiliki berbagai elemen yang diperlukan oleh pemerintah Indonesia sebagai media perantara komunikasi pemerintah Indonesia dengan negara lain, untuk melakukan diplomasi budaya sebagai bentuk upaya pemerintah untuk meningkatkan citra positif negara Indonesia melalui *soft power* Indonesia dalam rangka peningkatan peran dan pengaruh Indonesia sebagai negara *middle power* di dunia internasional. Negara *middle power* disini merupakan negara yang memiliki posisi menengah dalam hierarki *power* (Ping, 2003). Menurut Ping, negara dapat dikatakan

memiliki kemampuan *middle power* berdasarkan beberapa indikator seperti: populasi; wilayah geografis; GDP; pertumbuhan riil GDP; persentase perdagangan dalam GDP; pengeluaran militer; nilai ekspor; *Gross National Income* (GNI) per kapita; dan angka harapan hidup. Ping (2003) mengatakan bahwa Indonesia termasuk sebagai salah satu negara *middle power* di wilayah Asia Pasifik. Kekuasaan *power* pada tingkatan menengah, membuat negara *middle power* memiliki ruang untuk membuat keputusan, alih-alih semata tunduk pada negara besar. Negara dengan status tersebut juga memiliki kemampuan untuk memengaruhi yang relatif moderat, yaitu lebih rendah dari negara-negara *great power* namun juga berada lebih tinggi dari negara-negara *small power* (Holbraad, 1984).

Berdasarkan analisis taksonomi identitas NGO yang dikemukakan oleh P.J Simmons (1998). NGO memiliki identitas yang membedakannya dengan organisasi lain, salah satunya adalah NGO merupakan entitas non profit yang beranggotakan masyarakat sipil dengan karakteristik formal, privat, non profit, *self governing*, dan sukarela. KSBN sebagai NGO memiliki tujuan, kepentingan, fungsi dan sumber pendanaan sebagai berikut:

1. Tujuan KSBN sebagai NGO

KSBN memiliki tujuan untuk menjaga warisan budaya tradisional Indonesia dari pengakuan negara lain dan melanjutkan industri seni budaya tradisional dengan melestarikan kesenian dan kebudayaan Nusantara. Hal ini selaras dengan kepentingan nasional pemerintah Indonesia, yaitu meningkatkan citra positif Indonesia melalui *soft power* yang didasari oleh *people to people contact* dalam rangka peningkatan peran dan pengaruh Indonesia sebagai negara *middle power* di dunia internasional. Dalam berbagai kegiatannya, KSBN menggunakan sumber daya manusia secara langsung, yaitu anggotanya dalam berinteraksi dengan masyarakat untuk

- memperkenalkan dan melestarikan budaya Indonesia.
2. Kepentingan KSBN sebagai NGO
KSBN merepresentasikan kepentingan dari berbagai pihak, antara lain adalah publik, institusi dan juga pihak yang tidak terepresentasi. Pengertian dari publik adalah masyarakat Indonesia yang memiliki kepentingan untuk meningkatkan perekonomiannya dan juga melestarikan kebudayaan Indonesia yang masih ada melalui upaya diplomasi budaya Indonesia yang dilakukan oleh KSBN dalam bentuk berbagai kegiatan yang memperkenalkan nilai-nilai dan kebudayaan bangsa Indonesia. Kepentingan institusi dalam hal ini adalah pemerintah Indonesia itu sendiri, yang mana pemerintah memiliki kepentingan untuk dicapai melalui KSBN sebagai NGO di bidang NGO. Kepentingan dari pemerintah Indonesia adalah untuk meningkatkan citra positif Indonesia melalui budaya yang didasari oleh *people to people contact*. Kepentingan yang terakhir adalah pihak yang tidak dapat terepresentasi, salah satunya adalah identitas bangsa Indonesia yang menjadi masa depan bangsa Indonesia. Hal ini berkaitan dengan nilai-nilai budaya yang ingin tetap terjaga dan diturunkan kepada generasi berikutnya.
 3. Fungsi KSBN sebagai NGO
Sebagai NGO yang bergerak di bidang budaya, KSBN memiliki beberapa fungsi. Fungsi pertama adalah advokasi, yaitu membela kebudayaan Indonesia agar lebih diperhatikan tidak hanya oleh masyarakat luas namun juga berbagai pihak pemangku kepentingan. Fungsi kedua adalah menganalisis dan menyebarkan informasi berkaitan kebudayaan yang ada di Indonesia, tidak hanya kebudayaan Indonesia saja namun juga kebudayaan asing yang berkembang di masyarakat Indonesia.

Kemampuan ini didukung oleh adanya cabang-cabang KSBN yang tersebar di berbagai daerah, yaitu di Jakarta, Jawa Tengah, Maluku, dan Papua. Keanggotaan KSBN juga berasal dari berbagai kalangan masyarakat yang memiliki kemampuan di bidang budaya, sehingga organisasi ini memiliki wawasan yang luas mengenai kebudayaan yang ada dan berkembang di Indonesia, baik budaya lokal maupun asing.

4. Sumber Dana KSBN sebagai NGO
Hendardji Soepandji selaku Ketua Umum KSBN, telah menyatakan secara langsung bahwa organisasi ini memiliki pendanaan yang berasal berbagai sumber, antara lain adalah iuran dari anggota KSBN yang kemudian menjadi keringanan bagi anggotanya dalam melakukan berbagai kegiatan. Tidak hanya itu, KSBN juga melakukan negosiasi dengan para pemangku kepentingan saat melakukan kegiatan, baik melalui kedutaan besar setempat maupun NGO yang berada di wilayah tersebut. Pemerintah Indonesia juga memberikan dana bantuan untuk para pelaku Pemajuan Kebudayaan, dalam hal ini adalah KSBN dan pihak yang terlibat dalam kegiatannya sesuai dalam kategori yang telah dirumuskan pada kebijakan UU No.5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan.

Simmon Mark (2009) menjelaskan bahwa suatu kegiatan dapat dikategorikan sebagai upaya diplomasi budaya apabila memenuhi empat elemen dasar dalam diplomasi budaya, adapun elemen tersebut adalah adanya keterlibatan aktor dan pemerintah, tujuan, kegiatan, dan sasaran. Mendukung pernyataan dari Simmon Mark, Mark Leonard (2002) memiliki pendapat bahwa keterlibatan aktor NGO dianggap sebagai suatu hal yang efektif dalam melakukan diplomasi budaya, hal ini dikarenakan

NGO memiliki beberapa kelebihan yang tidak dimiliki oleh aktor lain dalam diplomasi budaya. Adapun kelebihan dari NGO sebagai sebuah aktor diplomasi budaya adalah memiliki kredibilitas, keahlian dan jaringan yang luas. Kredibilitas NGO berkaitan dengan spesialisasi khusus yang dimiliki oleh sebuah NGO dan membuat masyarakat percaya terhadapnya. Keahlian adalah kemampuan dari NGO dalam mempersempitkan sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat. Sedangkan jaringan luas yang dimiliki oleh NGO berkaitan dengan relasi baik yang terjalin antara NGO tersebut dengan pemerintah maupun pihak lain.

KSBN memiliki kredibilitas sebagai NGO yang dipercaya oleh masyarakat. Hal ini berkaitan dengan kepercayaan masyarakat terhadap KSBN yang mempunyai visi dan misi untuk menjaga dan melestarikan kebudayaan Indonesia, tidak hanya untuk kepentingan bangsa Indonesia saat ini namun juga untuk kepentingan bangsa di masa depan. KSBN sebagai NGO di bidang kebudayaan mempunyai kemampuan yang terfokus. Baik masyarakat maupun pemerintah Indonesia, mempercayai organisasi ini untuk bisa menjadi aktor yang berperan penting dalam mempromosikan dan melestarikan budaya Indonesia di level internasional. KSBN juga memiliki kelebihan berupa jaringan luas yang dimiliki. Hal tersebut dibuktikan dengan *track record* dan jaringan kuat yang dimiliki oleh Ketua Umum KSBN itu sendiri, yaitu Mantan Komandan Pusat Polisi Militer (Danpuspom) TNI Mayor Jenderal (Purn) Hendarji Soepandji yang sebelumnya telah bergabung dengan jaringan internasional selama 20 tahun (Vivanews, 25/6/2018). Beliau memiliki *track record* sebagai mantan Ketua

Umum Pengurus Besar Federasi Olahraga Karate-Do Indonesia (Forki), mantan Presiden Karate Asia Tenggara (SEAKF), mantan Asisten Pengamanan Kepala Staf Angkatan Darat (Aspam Kasad) dan pernah masuk di Badan Intelijen Dunia, Amerika, Jerman, Prancis, Chile, sehingga memiliki jaringan yang kuat di berbagai negara (Vivanews, 25/6/2018)

Kegiatan pertama yang dilakukan oleh KSBN sejak dibentuknya organisasi ini dan diresmikannya landasan hukum terkait Pemajuan Kebudayaan adalah festival kebudayaan yang diadakan di Rumania pada tanggal 9 hingga 15 Mei 2017. Festival ini bernama Piata Indonezia yang digelar di halaman KBRI Bucharest, Rumania dengan "*Enjoy the Flavour of Java*" sebagai tema yang dipilih. Piata Indonezia sendiri memiliki makna Pasar Indonesia dengan penyelenggaraan berupa festival budaya dan kuliner Nusantara. Festival yang diadakan pada tahun 2017 ini menjadi Piata Indonezia ke-3 yang diprogramkan sejak Diar Nurbintoro mulai menjabat sebagai Dubes RI untuk Rumania dan Republik Moldova. Berbagai kegiatan yang dilakukan dalam Piata Indonezia III untuk mempromosikan budaya Indonesia, tidak hanya dilakukan oleh KSBN dan pemerintah melalui KBRI Bucharest saja, namun masyarakat lokal Rumania, diaspora Indonesia, seniman, dan tokoh Indonesianis juga ikut berpartisipasi dalam acara festival budaya ini. Ada pun kegiatan yang diselenggarakan antara lain adalah Pagelaran Seni Tari, Peragaan Busana Batik, Presentasi Tata Ruang Ibu Kota Jakarta, dan Penampilan Musik Tradisional Gamelan (Sekretariat KSBN, Mei 2017).

KSBN dalam Piata Indonezia III melibatkan berbagai aktor di dalamnya, baik aktor lokal maupun mancanegara. Dalam kegoatan ini, KSBN memiliki wewenang sebagai pelaksana kegiatan dalam upaya diplomasi budaya Indonesia melalui *soft power* yang dilakukan di Rumania. Sedangkan pemerintah Indonesia, memiliki wewenang sebagai perumus kebijakan terkait diplomasi

budaya, memberi bantuan pendanaan terhadap KSBN, dan juga berpartisipasi secara langsung dalam mempromosikan kebudayaan Indonesia kepada masyarakat Rumania. Selain itu, aktor lain yang terlibat dalam kegiatan ini adalah KBRI Bucharest, Institut Seni Indonesia, Lindy Ann Pieters, Angklung Web Institute, masyindo Rumania, masyarakat Rumania, dan salah seorang tokoh Indonesianis bernama Lucian Zbarcea.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk mempromosikan kebudayaan, menjaga dan melestarikan budaya Indonesia. Hal tersebut dilaksanakan sebagai bentuk pelaksanaan amanat UU No.5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan. Selain itu, tujuan ini juga selaras dengan kepentingan pemerintah Indonesia sebagai upaya untuk meningkatkan peran dan pengaruh Indonesia sebagai negara *middle power* di dunia internasional yang didasari oleh *people to people contact*.

Berbagai macam kegiatan dilakukan oleh KSBN dalam acara ini. Adapun kegiatan yang ditampilkan oleh KSBN dan pemerintah Indonesia dalam Piata Indonezia III di Buharest adalah berbagai pagelaran seni tradisional Jawa, peragaan busana Batik, presentasi tata ruang ibu kota Jakarta, pagelaran musik tradisional gamelan dan angklung, serta *flashmob* tari tradisional gemu fa mi re dan poco-poco. Kegiatan tersebut dilakukan sebagai bentuk promosi kebudayaan Indonesia kepada masyarakat Rumania, dengan merepresentasikan kebudayaan Indonesia yang berasal dari Jawa.

Sasaran audiens dalam Piata Indonezia III adalah masyarakat asli Rumania dan diaspora Indonesia. Tidak hanya itu, masyarakat asing yang memiliki ketertarikan terhadap budaya Indonesia dan mampu memberikan pengaruh baik bagi negara Indonesia (Indonesianis) juga menjadi sasaran dalam pelaksanaan kegiatan ini. Audiens terakhir yang tidak kalah penting adalah pejabat, pemerintah, maupun pemangku kepentingan di Rumania, yang diharapkan

mampu untuk memengaruhi kebijakan luar negeri mereka terhadap Indonesia.

Kegiatan kedua yang dilakukan oleh KSBN dalam rangka upaya diplomasi budaya pada tahun 2017 adalah lawatan budaya yang dilakukan di Utah, Amerika Serikat bernama *Springville World Folkfest*. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 30 Juli hingga 4 Agustus 2017. Dalam festival ini, KSBN mendapatkan undangan dari Wali Kota Springville Wilford W. Clyde. Acara ini memberikan kesempatan bagi yang hadir untuk mengenal, memahami dan bahkan saling mencintai. Acara ini tidak hanya dihadiri oleh perwakilan Indonesia saja, melainkan juga perwakilan dari Austria, Belarus, Chile, Ekuador, Georgia, Polynesia, Rumania dan USA (*worldfolkfest*, n.d.).

KSBN dalam *Springville World Folkfest* berperan sebagai delegasi Indonesia yang memperkenalkan dan mempromosikan budaya Indonesia melalui *Springville World Folkfest*. KSBN bertugas untuk menyiapkan segala materi penampilan yang akan disuguhkan dalam acara tersebut dengan tujuan untuk memperkenalkan, menjaga dan melestarikan budaya Indonesia. Berdasarkan sisi keterlibatan aktor dan pemerintah menurut Simmon Mark (2002), masyarakat yang memiliki kemampuan dan minat di bidang kebudayaan turut mendukung KSBN dengan berpartisipasi dalam kegiatan ini melalui seleksi yang diadakan oleh KSBN. Sedangkan pemerintah Indonesia, memiliki peran dalam mendukung KSBN agar bisa hadir dalam festival ini dengan memberikan bantuan pendanaan kepada KSBN dan delegasi yang terlibat pada acara ini.

Dalam *Springville World Folkfest* ini, KSBN memiliki tujuan untuk mempromosikan kebudayaan Indonesia dengan menunjukkan sisi keramahan masyarakat Indonesia melalui seni budaya. Untuk mencapai tujuan tersebut, KSBN berupaya dengan menghadirkan kegiatan kebudayaan yang mewakili sikap ramah tamah dari negara Indonesia. Pemilihan budaya dalam acara ini ditujukan untuk menyamakan nilai-nilai yang ingin diperkenalkan dalam acara ini, yaitu rasa kasih

sayang antar masyarakat yang hadir dalam *folkfest* ini. Oleh karena itu, KSBN menyiapkan budaya-budaya yang menjadi representasi Indonesia dengan tujuan yang selaras dengan pelaksanaan acara ini.

Oleh karena itu, KSBN dalam acara ini memiliki kegiatan berupa penampilan tari tradisional yang memiliki nilai-nilai kehidupan bermasyarakat yang merepresentasikan beberapa wilayah nusantara. Adapun tarian yang ditampilkan adalah Tari Lenso Sipatokaan yang berasal dari Sulawesi Utara, Tari Gemu Fa Mi Re dari Nusa Tenggara Timur, Tari Piring dari Sumatera Barat, dan Tari Enggang dari Kalimantan Timur. Tidak hanya itu, KSBN dan delegasi Indonesia lainnya juga menampilkan tari modifikasi nusantara yang dipadukan dengan alat musik tradisional Angklung dengan mengajak para pengunjung yang hadir dalam festival ini untuk ikut berpartisipasi. Sehingga para pengunjung tidak hanya menyaksikan, namun juga merasakan dan memahami budaya yang ditampilkan.

Sasaran audiens dari kegiatan *Springville World Folkfest* yang dilakukan oleh KSBN pada tahun 2017 adalah masyarakat lokal yang berada di kawasan Utah, Amerika Serikat. Audiens tersebut dipilih untuk mencapai tujuan KSBN sebagai representasi pemerintah Indonesia dalam memperkenalkan dan melestarikan budaya Indonesia melalui nilai-nilai yang terkandung dalam kebudayaan tersebut, serta sikap keramah-tamahan masyarakat Indonesia dalam budaya yang diperkenalkan. Melalui festival ini, diharapkan pengunjung yang hadir mampu mengenali budaya Indonesia dan tertarik untuk mempelajarinya melalui nilai-nilai dan sikap ramah tamah yang diperkenalkan melalui budaya Indonesia yang telah ditampilkan. Selain masyarakat lokal, sasaran audiens dari kegiatan ini adalah Wali Kota Springville Wilford W. Clyde sebagai representasi pemerintah Utah itu sendiri, dan juga berbagai delegasi yang hadir dalam festival ini diantaranya berasal dari Austria, Belarus, Chile, Ekuador, Georgia, Polynesia, Rumania dan USA (*worldfolkfest*, n.d.).

Berdasarkan analisis tersebut, kedua kegiatan yang dilakukan oleh KSBN pada tahun 2017 merupakan beberapa upaya diplomasi Indonesia yang mengandung elemen-elemen penting dalam diplomasi budaya yang dikemukakan oleh Simmon Mark (2009), yaitu adanya keterlibatan aktor dan pemerintah, tujuan, kegiatan, dan juga sasaran audiens. Upaya diplomasi ini dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui KSBN sebagai bentuk upayanya untuk meningkatkan citra positif Indonesia dalam rangka peningkatan peran dan pengaruh Indonesia sebagai negara *middle power* di dunia internasional yang didasari dengan *people to people contact*.

KSBN sebagai Aktor Diplomasi Budaya

Prinsip utama dalam politik luar negeri Indonesia sejak negara tersebut merdeka adalah politik “bebas dan aktif”, yang mana hal ini menjadi sikap dari pemimpin negara dalam berinteraksi baik di tingkat regional maupun global. Hal tersebut menjadi dasar bagi Indonesia untuk bebas dari blok atau aliansi politik yang ada di panggung global dan juga menjadi isyarat kesediaan negara Indonesia untuk meningkatkan perannya dalam masyarakat Internasional. Pemerintah Indonesia pada periode 2015-2019 memiliki arah kebijakan salah satunya adalah “Peningkatan peran dan pengaruh Indonesia sebagai negara *middle power* di dunia internasional” (Kemenlu Indonesia, 2015, p. 48). Melalui Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, pemerintah Indonesia memiliki strategi dalam mencapai hal tersebut yaitu dengan menggunakan diplomasi publik yang berkarakter *softpower* Indonesia, melalui kerja sama kebudayaan, pemberian beasiswa, *people to people contact*, jejaring diaspora Indonesia (Kemenlu Indonesia, 2015, p. 50).

Sebagai negara *middle power* di kawasan Asia Pasifik, Indonesia dapat meningkatkan pengaruh dan memastikan sistem internasional agar tetap stabil. Negara *middle power*, menurut Krasner (1985) akan berupaya untuk menghindari ancaman-ancaman yang terjadi akibat ketidakstabilan sistem internasional, melalui keterlibatannya dalam melibatkan diri

dalam bentuk kerja sama multilateral sebagai upaya untuk mewujudkan nilai dari *good international citizenship*. Sebagai negara *middle power* negara Indonesia memiliki kemampuan untuk menentang kehendak negara lain yang dipaksakan kepadanya, selain itu Indonesia juga menawarkan *cooperation building, entrepreneurial leadership* dan juga *role of facilitator* bagi negara lain sebagai sebuah usaha dalam mengatasi permasalahan global yang berupa pelucutan senjata, penyebaran epidemi, hingga perlindungan Hak Asasi Manusia (HAM) (Rizky Alif Alvian, 2018).

Budaya dipandang sebagai suatu cara yang ampuh untuk meneruskan misi perdamaian atau menyampaikan ideologi sebuah negara ke negara lain (Ardiyanti, 2016, p. 39). Budaya dalam diplomasi dapat digunakan sebagai alat dalam kebijakan luar negeri dengan menggabungkan aspek dari sastra, film, musik dan produk kebudayaan lainnya. Dalam hal ini, keputusan untuk menerima atau menolak suatu budaya asing sendiri tidak hanya ditentukan secara sepihak atau dari masyarakat saja. Para pembuat kebijakan menjadi agen yang penting dalam melaksanakan *soft diplomacy* dengan menggunakan media budaya sebagai alat diplomasi.

Kepentingan Indonesia dalam meningkatkan citra positif Indonesia melalui *soft power* Indonesia dalam rangka peningkatan peran dan pengaruh Indonesia sebagai negara *middle power* di dunia internasional dapat dikatakan berhasil dengan mempertimbangkan indikator berikut (Kemenlu Indonesia, 2015, p. 55):

1. Persentase pemberitaan positif oleh media massa dan kehumasan badan publik terhadap kebijakan politik luar negeri Indonesia
2. Persentase dukungan konstituen domestik/internasional dan negara sahabat terhadap aset-aset diplomasi publik Indonesia

3. Persentase respon positif terhadap bantuan kerja sama teknik melalui mekanisme bilateral dan triangular
4. Persentase respon positif terhadap pengamanan perwakilan asing dan kegiatan internasional di Indonesia

Penelitian ini melihat bahwa kehadiran KSBN sebagai aktor diplomasi budaya Indonesia, merupakan sebuah langkah yang tepat untuk melakukan pendekatan budaya secara langsung dengan masyarakat (individu) di negara lain. KSBN menjadi sebuah aktor dalam diplomasi budaya dengan melakukan pendekatan budaya terhadap individu di negara lain melalui upaya yang telah dilakukan dalam bentuk Piata Indonesia III dan *Springville World Folkfest*. Penyebaran budaya suatu negara kepada negara lain melalui kebudayaan, merupakan cara yang paling efektif pada masa sekarang. Mengingat, demokratisasi dalam segala bidang merupakan hal mutlak yang dilakukan oleh negara yang ingin menjadi modern. Keterbukaan yang diperlukan dalam penyebaran budaya dan pendidikan ini, kemudian menjadi media diplomasi yang paling efektif (Ardiyanti, 2016, p. 43). Interaksi langsung yang terjadi antara KSBN dan masyarakat negara lain, menyebabkan proses penyerapan budaya dan pengetahuan dapat terlaksana dengan baik. Pendekatan budaya tersebut kemudian memengaruhi kognitif masyarakat di negara lain dengan meresponnya sebagai penerimaan budaya, dan menganggap bahwa budaya Indonesia merupakan budaya yang dapat diterima oleh mereka. Hal ini yang dapat meningkatkan citra positif negara Indonesia di level internasional, sebagai bentuk kepentingan nasionalnya melalui kebijakan luar negeri yang telah dibentuk.

Budaya dalam politik menempatkan budaya itu sendiri ke dalam sebuah kebijakan luar negeri sebagai sebuah ungkapan kepentingan nasional, yang memiliki kontribusi terhadap sistem kepercayaan, budaya strategis, identitas nasional, maupun pembentukan karakter nasional. Budaya tersebut mewariskan

peningkatan sekaligus memperkenalkan budaya yang sudah ada ke level internasional, dengan turut melibatkan peran aktif yang lebih penting untuk melindungi dan mengembangkan budaya nasional (Belanger, 1999). Oleh karena itu, praktik diplomasi melalui *soft power* dan penggunaan budaya sebagai media dalam penyebaran kebudayaan, merupakan salah satu sarana politik ke luar negeri. Melalui budaya, media seperti organisasi non pemerintah mampu menghubungkan akses ke luar negeri dan mampu melakukan transfer informasi kebudayaan. Budaya dalam diplomasi budaya merupakan aktor internasional yang berusaha untuk mempromosikan budaya nasional, dengan memberi dampak dalam opini publik dan membangun integritas serta kredibilitas melalui pertukaran budaya (Hong, 2011).

Dalam diplomasi budaya, negara memiliki peran dalam proses pembentukan moral melalui pendidikan dan kebudayaan melalui peraturan dan kebijakan yang dibuat. Sedangkan aktor non negara berperan dalam memengaruhi proses pembuatan kebijakan hingga melakukan penyebaran budaya secara langsung ke negara lain. Praktik diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah maupun organisasi non negara merupakan akses utama terhadap proses pembentukan moral masyarakat (Ardiyanti, 2016, p. 48). Diplomasi budaya yang dilakukan oleh kedua aktor tersebut berpengaruh besar terhadap perubahan atau pergeseran budaya, aturan sosial, adat istiadat, hingga moral masyarakat. Peran pemerintah disini merupakan penyedia akses terhadap globalisasi, yaitu memberikan akses terhadap media informasi yang cukup luas. Sedangkan organisasi non negara dalam diplomasi budaya, menjadi aktor yang berinteraksi secara langsung kepada masyarakat asing dan membentuk nilai-nilai moral kebudayaan (*soft power* dalam praktik diplomasi budaya).

Sebagai NGO, KSBN memiliki kelebihan dalam menjadi aktor diplomasi budaya Indonesia. Peneliti menganalisis KSBN

sebagai NGO menggunakan konsep milik Mark Leonard yang menunjukkan peran efektif NGO sebagai media komunikasi dengan kelompok masyarakat ataupun pihak-pihak di negara lain karena memiliki tiga kelebihan utama, yaitu kredibilitas NGO, keahlian NGO dan juga jaringan informasi luas yang dimiliki oleh NGO (Leonard, Stead, & Smewing, 2002, pp. 55). Berikut adalah analisis faktor-faktor yang menjadikan NGO sebagai aktor diplomasi yang efektif dan efisien:

1. Kredibilitas NGO

Kredibilitas bagi NGO merupakan sebuah kemampuan yang dapat memengaruhi masyarakat maupun pihak-pihak tertentu untuk bisa percaya terhadap NGO tersebut. KSBN merupakan organisasi non profit resmi dan memiliki keanggotaan yang sepenuhnya terbuka terhadap masyarakat umum yang memiliki ketertarikan serta kepedulian untuk melindungi dan melestarikan kebudayaan Indonesia

2. Keahlian NGO

Keahlian yang dimaksud adalah bagaimana sebuah NGO mampu mempersembahkan sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat khususnya. KSBN memiliki keahlian di bidang kesenian yang bermanfaat bagi masyarakat maupun pihak lain. Hal ini dibuktikan dengan keanggotaannya yang terdiri dari berbagai ahli dan pakar di bidang seni yang tersebar di berbagai cabang KSBN di beberapa daerah seperti Jakarta, Jawa Tengah, Maluku dan Papua (Vivanews, 25/06/2018).

3. Jaringan luas NGO

NGO memiliki hubungan yang sangat kuat antara lembaga-lembaga non pemerintah, maupun dengan pihak pemerintah itu sendiri. Mantan Komandan Pusat Polisi Militer (Danpuspom) TNI Mayor Jenderal (Purn) Hendarji Soepandji selaku Ketua Umum organisasi ini memiliki

jaringan yang kuat karena telah bergabung dengan jaringan internasional selama 20 tahun (Vivanews, 25/6/2018). Beliau juga memiliki *track record* sebagai mantan Ketua Umum Pengurus Besar Federasi Olahraga Karate-Do Indonesia (Forki), mantan Presiden Karate Asia Tenggara (SEAKF), mantan Asisten Pengamanan Kepala Staf Angkatan Darat (Aspam Kasad) dan pernah masuk di Badan Intelijen Dunia, Amerika, Jerman, Prancis, Chile, sehingga memiliki jaringan yang kuat di berbagai negara (Vivanews, 25/6/2018)

Berdasarkan analisis faktor-faktor yang menjadikan NGO sebagai aktor diplomasi yang efektif dan efisien pada penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa KSBN sebagai NGO di bidang kebudayaan memiliki kekuatan untuk memaksimalkan perannya sebagai media komunikasi dengan kelompok masyarakat ataupun pihak-pihak di negara lain. Sehingga tujuan dan sasaran yang dimiliki oleh KSBN mampu tercapai sesuai dengan kepentingan masing-masing pihak yang terlibat, yaitu pemerintah Indonesia dan KSBN dalam melaksanakan upaya diplomasi budaya untuk menjaga, mengembangkan dan melestarikan kebudayaan Indonesia.

PENUTUP

Penelitian ini melihat bahwa negara tidak hanya menjadi aktor utama dalam struktur hubungan internasional. NGO menjadi salah satu aktor dalam diplomasi yaitu diplomasi budaya. Meski demikian, negara tidak tinggal diam dalam proses diplomasi budaya. Negara memiliki kepentingannya sendiri, sehingga secara langsung maupun tidak langsung pemerintah turut berpartisipasi dalam proses diplomasi budaya yang dilakukan oleh NGO. Hal tersebut dapat dilakukan apabila upaya yang dilakukan memenuhi elemen-elemen dalam diplomasi

budaya, yaitu adanya keterlibatan aktor dan pemerintah, tujuan, kegiatan, dan sasaran audiens.

NGO menjadi media komunikasi dengan kelompok masyarakat ataupun pihak-pihak di negara lain dengan mengelola berbagai potensi yang dimiliki dalam melaksanakan berbagai kegiatan kebudayaan. NGO menjadi aktor yang efektif dalam berhubungan dengan masyarakat karena memiliki tiga kelebihan, yaitu memiliki kredibilitas, keahlian dan juga jaringan yang luas sebagai NGO. Sehingga sebagai aktor non negara, NGO juga dapat berpartisipasi dalam dunia internasional, salah satunya adalah menjadi aktor dalam diplomasi budaya.

Saran ditujukan kepada NGO dan aktor non negara lainnya agar dapat menggali serta mengelola potensi sumber daya yang dimiliki agar dapat memaksimalkan partisipasinya dalam dunia internasional. Selain itu, pemerintah selaku aktor negara dalam hubungan internasional juga harus memiliki kesadaran atas potensi yang dimiliki oleh aktor non negara melalui pendekatan *people to people*, sehingga mereka memiliki ruang dan kesempatan yang lebih besar untuk bisa berpartisipasi dalam ranah hubungan internasional.

Daftar Pustaka

BUKU

- Aksoy, M., & Cicek, A. (2018). Redefining Diplomacy in The 21st Century & Examining the Characteristics of an Idea Diplomat. *MANAS Journal of Social Studies*
- Amorita, S. D. (2021). *PERAN NON GOVERNMENTAL ORGANIZATION SEBAGAI AKTOR DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA (STUDI KASUS: PROGRAM KEBUDAYAAN RUMATA' ARTSPACE*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Holbraad, C. (1984). *Middle Powers in International Politics*. London: Macmillan.

- Hong, K. W. (2011). *Cultural Diplomacy from a Cultural Politic Perspective- Some Contestable Issues*. Korea: Korea Association of Arts Management.
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.
- Mark, S. (2009). *A Greater Role for Cultural Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.
- Ping, J. (2003). *Middle power statecraft: Indonesia and Malaysia*. University of Adelaide.
- Simmons, P. J. (1998). *Learning to Live with NGOs*. Fall: Foreign Policy.
- JURNAL**
- Alfian, R.A., Ganesh C.P., Irfan A. (2017). Haluan Baru Politik Luar Negeri Indonesia: Perbandingan Diplomasi 'Middle Power' Susilo Bambang Yudhoyono dan Joko Widodo. *Jurnal Hubungan Internasional Vol.6 No.2 2018*, 152-155.
- Ardiyanti, D. (2016). Kebudayaan Dan Perannya Dalam Pembentukan Moral Menurut Perspektif Konstruktivis. *Jurnal PIR Vol.1 No.1 Agustus 2016*, 38-49.
- Belanger, L. (1999). Redefining Cultural Diplomacy; Cultural Security and Foreign Policy in Canada. *Politica Psychology, Vol. 20, No.4*, 677-699.
- Rachmawati, I. (2017). Indonesian Public Diplomacy: Preserving State Existence through Sharing of Identities to Gain Mutual Understanding. *Jurnal Global & Strategis Vol.11 No.1*, 66.
- TERBITAN RESMI**
- Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya. (2018). *Pedoman Kegiatan Diplomasi Budaya Antar Bangsa*. Jakarta: Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- BPK RI. (2017, Mei 29). *Undang-Undang (UU) No.5 Tahun 2017 Pemajuan Kebudayaan*. From JDIH BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37642/uu-no-5-tahun-2017>, diakses tanggal 17 Juni 2022
- Kemenlu Indonesia. (2015). *Rencana Strategis 2015-2019*. Jakarta: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.
- Khatrunada, S. A., & Alam, G. N. (2019). Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo. *Padjajaran Journal of International Relations (PADJIR) Vol.1 No.2*, 104-119. pemajuankebudayaan.id. (n.d.). *UU Pemajuan Kebudayaan adalah jalan untuk mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia: menjadi masyarakat berkepribadian dalam kebudayaan, berdikari secara ekonomi, dan berdaulat secara politik*. From pemajuankebudayaan.id: <https://pemajuankebudayaan.id/undang-undang/>, diakses tanggal 12 Juni 2022
- Sekretariat KSBN. (2019, Mei 14). *KSBN Indonesia*. From ksbnindonesia.org: <https://www.ksbnindonesia.org/2019/05/14/24-27-juli-ri-tuan-rumahpertemuan-jaringan-global-gmnc/>, diakses tanggal 4 Juni 2022
- Sekretariat KSBN. (2020, September 14). *Wagub DKI Resmikan Rumah Budaya KSBN*. From: ksbnindonesia.org: <https://www.ksbnindonesia.org/2020/09/14/wagub-dki-resmikan-rumahbudaya-ksbn/>, diakses tanggal 6 Juni 2022
- Sommer, Christoph (2019). *Social Cohesion and Economic Development: Unpacking the Relationship*. German Development Institute.
- worldfolkfest. (n.d.). *Our Story*. From World Folkfest: <https://www.worldfolkfest.org/our-story>, diakses tanggal 14 Agustus 2022
- MEDIA MASSA**
- Ernawati, J., & Berlian, I. (2018, Juni 25). *Vivanews*. From [Viva.co.id](http://viva.co.id): <https://www.viva.co.id/arsip/1047549-seni-dan-budaya-harus-bersih-dari->

politik?page=2&utm_medium=page-2,
diakses tanggal 1 Juni 2022

Kumparan. (2020, Oktober 23). *Sejarah Bhinneka Tunggal Ika, Semboyan Negara Indonesia*. From kumparan.com: <https://kumparan.com/beritahari-ini/sejarah-bhinneka-tunggal-ika-semboyan-negara-indonesia-1uRkzCx6GLo/full>, diakses tanggal 8 Agustus 2022

Parwanto, D. (2020, Maret 9). *Rakernas II Komite Seni Budaya Nusantara (KSBN) 2020*. From rri.co.id:<https://rri.co.id/yogyakarta/sosial/senibudaya/798111/rakernas-ii-komite-seni-budaya-nusantara-ksbn-2020>, diakses tanggal 15 Juni 2022