

Peran Indonesia Youth Foundation dalam Mendukung Diplomasi Publik Indonesia (2020-2021)

¹Fauzi Wahyu Zamzami, ²Ciptadi Akbar Ahdiat

¹Hubungan Internasional, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia

²International Relations, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Ege University

Abstrak

Saat ini Hubungan Internasional tidak hanya fokus dalam isu *high politics*, tetapi juga *low politics* yang berhubungan dengan kehidupan sosial. Dalam memaksimalkan kepentingan nasionalnya, kerjasama dilakukan di berbagai sektor dengan *Multi Track Diplomacy* melalui *non-state actors* seperti *NGO*. Ini mendasari dibentuknya Indonesia Youth Foundation (IYF) untuk memberikan pemahaman lebih baik tentang Indonesia dan menjembatani persahabatan dengan komunitas internasional. Dalam membangun citra Indonesia, IYF memanfaatkan sektor pendidikan, pemberdayaan pemuda dan pariwisata sebagai alat komunikasi kepada publik. Penulis ingin mengetahui sejauh mana peran IYF mendukung diplomasi publik Indonesia tahun 2020-2021. Penelitian ini menggunakan teori Diplomasi Publik Mark Leonard, terdiri dari *News Management*, *Strategic Communication*, dan *Relationship Building*. Penelitiannya menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan teknik *Case Study* dan *Survey*. Penulis mendapatkan hasil bahwa IYF berperan mendukung diplomasi publik Indonesia dengan menciptakan persahabatan internasional sesuai pengaplikasian teori diplomasi publik Mark Leonard. IYF berhasil menciptakan manajemen acara yang ramah dan sempurna, sehingga menciptakan ketertarikan bergabung yang tinggi dengan acara IYF.

Kata kunci: Indonesia Youth Foundation, Diplomasi Publik, Mark Leonard, Indonesia.

Abstract

Currently International Relations not only focus on high political issues, but also low politics that are related to social life. To maximize its national interests, numerous cooperation is implemented in many sectors with Multi Track Diplomacy through non-state actors including NGOs. The objective of the formation of the IYF is to provide a better understanding of Indonesia and bridging friendships with the international community. To construct Indonesia's image, IYF uses the education, youth empowerment and tourism sector as communication tools to the public. The author wants to know to what extent IYF's role in assisting Indonesia's public diplomacy in 2020-2021. This study uses Mark Leonard's theory of Public Diplomacy, consisting of News Management, Strategic Communication, and Relationship Building. This research is using qualitative and quantitative methods with Case Study and Survey technique. The author finds that IYF plays a significant role in supporting Indonesian public diplomacy by constructing international friendships as an implementation of Mark Leonard's theory of Public Diplomacy. IYF succeeded in creating friendly and perfect event management, thus creating high interest in joining IYF events.

Keywords: Indonesia Youth Foundation, Public Diplomacy, Mark Leonard, Indonesia.

PENDAHULUAN

Diplomasi publik muncul sebagai satu hal yang sangat penting. Ia memainkan peran vital dalam menempatkan posisi dan mewujudkan misi kebijakan suatu negara dalam tatanan dunia. Pada abad ke 21, jalinan kemitraan tidak hanya menghubungkan antar aktor pemerintah (*State Actors*) melainkan juga dengan lembaga eksternal, baik dengan media, organisasi non-pemerintah (LSM) atau sektor swasta (Owens *et al*, 2008). Secara umum sejak tahun 1945, diplomasi Indonesia terus ditunjukkan dengan cara menerapkan politik luar negeri bebas aktif sesuai yang dicetuskan oleh Mohammad Hatta. Hal ini menggambarkan bahwa instrumen politik luar negeri Indonesia akan selalu dinamis dan bersifat bebas mengikuti perkembangan dalam negeri dan kemitraan eksternal dengan dunia luar (Susetyorini, 2014).

Sejak pertama kali ditemukan pada akhir tahun 2019 di Tiongkok, kini dunia dihadapkan dengan krisis pandemi Covid-19. Pada awal perkembangannya, negara-negara di dunia masih belum memiliki informasi yang cukup untuk menanggulangi pandemi ini. Sehingga mendorong mereka untuk bekerjasama dan melakukan pertemuan secara langsung maupun virtual untuk membahasnya. Di lingkup domestik Indonesia, beberapa langkah pencegahan terus dilakukan, antara lain penerapan protokol kesehatan 5M yaitu Mencuci Tangan, Memakai Masker, Menjaga Jarak, Menjauhi Kerumunan, dan Mengurangi Mobilitas (A A Majid, 2021). Disaat langkah preventif terus dilakukan, pemerintah juga secara aktif melakukan dan mendorong upaya diplomasi yang menjadi *Soft Power* bagi sebuah negara baik melalui lembaga resmi pemerintahan maupun melalui *NGO*. Korea Selatan menjadi salah satu negara yang sukses dalam menekan penyebaran Covid-19 dan membangkitkan negaranya. Pada awal Maret 2020, Korea Selatan menjadi negara dengan jumlah wabah terbesar kedua di dunia setelah Tiongkok. Tetapi mereka dengan sukses menekan angka penyebaran virus melalui ICT yang dilakukan pemerintah, pengujian massal, pelacakan dan penyediaan stok masker (Yeong, 2021). Selain Korea Selatan, negara lain juga menerapkan diplomasi publik sebagai kekuatan mereka di dalam menjalin kemitraan, antara lain Rusia mengirimkan bantuan ke Italia dengan slogan “From Russia with Love” (Mikhelidze, 2020). Negara timur jauh lainnya yang sukses menerapkan diplomasi publik dalam pandemi ini adalah Taiwan, dengan slogan “Taiwan Can Help”, mereka berhasil mengirimkan 10 juta masker untuk Amerika Serikat dan Uni Eropa (Hsu *et al.*, 2020).

Disisi lain Indonesia sendiri dianggap belum memiliki keakuratan pengujian sampai dengan pemerintah yang dianggap menyembunyikan fakta dari masyarakat. Hal ini didukung oleh fakta bahwa Indonesia juga berdiri dalam top 15 negara dengan kasus Covid-9 tertinggi, dan menempati peringkat 7 terbesar dalam angka kematian dengan total 139.919 korban meninggal dunia (Worldometers, 2021). Menurut Direktur Eksekutif Charta Politika, Yunarto Wijaya, kepercayaan publik kepada pemerintah untuk mengatasi pandemi ini menurun, menurut survei yang dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2021 yang melibatkan 1200 responden

menyatakan bahwa 45,6% responden merasa kinerja pemerintah sangat buruk dalam penanganan pandemi di tanah air. Hal ini menjadikan citra dan opini negatif tentang Indonesia dari dunia luar terus bermunculan. Salah satu akibatnya, pelancong yang telah mengunjungi Indonesia dalam 14 hari terakhir dilarang memasuki wilayah beberapa negara, antara lain Singapura, Uni Emirates Arab, Hong Kong, Arab Saudi dan Oman.

Disaat seperti ini, mulai ramai *NGO* di Indonesia yang bergerak aktif untuk mendukung fungsi *State Actors* untuk membangkitkan kembali citra Indonesia dimata dunia. Salah satunya adalah Indonesia Youth Foundation yang berdiri pada 23 Juli 2020. Dengan visi “*Associating People, Spreading Insight dan Unlocking the World,*” Indonesia Youth Foundation bermisi untuk mendukung diplomasi publik Indonesia untuk menjalin hubungan dengan pemuda dari berbagai negara, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang Indonesia dalam bidang pendidikan, pemberdayaan pemuda dan pariwisata, menciptakan rasa saling pengertian antar negara dan jaringan yang bersifat global, serta berpartisipasi dalam perkembangan dunia (Indonesia Youth Foundation, 2020). Adapun penelitian ini ditujukan untuk mengetahui sejauh mana peran Indonesia Youth Foundation dalam mendukung Diplomasi Publik Indonesia pada tahun 2020-2021 serta mengetahui perubahan pandangan tentang Indonesia oleh partisipan asing Indonesia Youth Foundation.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan diplomasi publik untuk menjawab rumusan masalah. Pada dasarnya, diplomasi publik merupakan salah satu instrumen dari soft power (Nye, 2008). Menurut Joseph Samuel Nye, diplomasi publik merupakan suatu instrumen yang digunakan oleh seorang aktor baik pemerintah maupun non-pemerintah untuk memobilisasi sumber daya melalui komunikasi dengan tujuan untuk menarik perhatian publik dari negara lain (Ibid, 2008).

Hal ini sama dengan definisi yang dikemukakan oleh Hans N. Tuch, diplomasi publik merupakan komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk memberikan pemahaman ide, institusi, kebudayaan, serta tujuan nasional negara tersebut kepada publik dari negara lain (Tuch, 1990). Kemudian, dua definisi di atas didorong oleh Melissen yang menyatakan bahwa diplomasi publik merupakan kunci dari soft power karena menargetkan masyarakat asing secara umum ke arah yang lebih spesifik (Melissen, 2005).

Mark Leonard menjelaskan dalam bukunya yang berjudul “Public Diplomacy” bahwa diplomasi publik merupakan suatu cara untuk membangun hubungan dengan negara lain melalui pemahamannya terhadap kebutuhan, budaya, dan masyarakat, serta untuk memperbaiki mispersepsi dalam masyarakat internasional (Leonard, 2002). Dalam implementasinya, Mark Leonard menunjukkan tiga dimensi utama untuk mencapai keberhasilan diplomasi publik

yaitu manajemen berita (news management), komunikasi strategis (strategic communication), dan pembangunan hubungan (relationship building) (Ibid, 2002).

Pertama, manajemen berita merupakan hal yang sangat penting untuk menjalankan diplomasi melalui media. Media menjadi alat bagaimana suatu negara atau NGO menyebarkan informasi dengan cepat dan tanpa batas (Ibid, 2002). Manajemen berita ini akan dilakukan baik secara online maupun offline yang sesuai dengan kepentingan nasional.

Kedua, komunikasi strategis yang dibuat seperti kampanye politik dengan menyebarkan nilai-nilai positif suatu negara dengan tujuan untuk mempengaruhi persepsi publik (Ibid, 2002). Aktivitas ini lebih ditujukan kepada publik secara umum mulai dari individu, organisasi, perusahaan, dan lain sebagainya.

Ketiga, pembangunan hubungan dengan tujuan untuk menciptakan hubungan tidak hanya dalam aspek domestik melainkan internasional (Ibid, 2002). Hal yang menarik dalam pembangunan hubungan yaitu tidak dikemas hanya untuk membangun hubungan saja, melainkan adanya tindak lanjut untuk bagaimana tujuan diplomasi publiknya dapat tercapai (Ibid, 2002). Pembangunan hubungan antar aktor ini bisa melalui beasiswa, pertukaran pelajar, pelatihan, seminar, konferensi, dan aktivitas – aktivitas lainnya.

Penelitian ini mengambil tiga dimensi utama diplomasi publik dari Mark Leonard. Pertama, manajemen berita menganalisis bagaimana Indonesia Youth Foundation memanfaatkan media untuk mendukung diplomasi publik Indonesia serta menggiring opini dan meningkatkan kesadaran masyarakat asing mengenai isu-isu di Indonesia. Seperti yang penulis sebutkan di pendahuluan bahwa minat masyarakat asing terhadap budaya Indonesia semakin tinggi. Sehingga hal ini dimanfaatkan oleh Indonesia Youth Foundation yang dikemas melalui media. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melihat bagaimana strategi Indonesia Youth Foundation dalam memanfaatkan media dan teknologi untuk menyebarkan berita tentang Indonesia. Sampai saat ini, penulis menemukan bahwa ada 3 media sosial yang dipakai oleh Indonesia Youth Foundation yaitu Instagram, Website, dan Youtube.

Kedua, komunikasi strategis menjelaskan bagaimana aktivitas-aktivitas yang ada di Indonesia Youth Foundation dikemas seperti kampanye politik. Aktivitas-aktivitas tersebut melibatkan masyarakat asing dengan tujuan untuk mempromosikan budaya Indonesia. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana Indonesia Youth Foundation menerapkan strateginya dalam mengemas setiap program. Salah satu program yang terlihat dikemas seperti kampanye politik ini adalah dialog dan forum.

Ketiga, pembangunan hubungan menunjukkan bagaimana Indonesia Youth Foundation bisa menjadi sarana untuk membangun relasi dengan masyarakat asing secara tetap dan berkelanjutan. Pada dasarnya, melalui pembangunan hubungan yang tetap dan berkelanjutan ini akan memberikan dampak yang signifikan

terhadap Indonesia. Oleh karena itu, penulis mencoba menganalisis bagaimana program-program Indonesia Youth Foundation ditujukan untuk pembangunan hubungan antara Indonesia dan negara lain baik dalam jangka pendek maupun panjang. Berbagai program yang dijalankan seperti festival, lomba, belajar bahasa, dan sebagainya.

Dengan demikian, tiga dimensi di atas mencoba menjawab rumusan masalah yang telah disebutkan oleh penulis untuk melihat peran dan keberhasilan diplomasi publik Indonesia melalui Indonesia Youth Foundation. Penulis juga mengklasifikasikan apakah peran diplomasi publik Indonesia melalui Indonesia Youth Foundation sudah sesuai dengan tiga dimensi di atas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode gabungan (*mixed methods*) antara metode kualitatif dan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode *Case Study* (Bhattacharjee, 2012) dan *Survey Research*. Objek kajian dari penelitian ini adalah program Indonesia Youth Foundation selama tahun 2020-2021 yang programnya telah diikuti oleh lebih 4000 peserta internasional dari 60 negara. Subjek kajian penelitian ini adalah partisipan asing (*Non-Indonesian Citizenship*). Penulis menggunakan campuran antara data primer melalui survei yang dilakukan secara daring (*Internet Based Survey Method*) (Evans & Mathur, 2005) serta data sekunder melalui jurnal, website, dan laporan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Proses analisis data dimulai dengan cara menelaah data primer dari hasil survei kepada partisipan asing lalu dikorelasikan dengan data sekunder melalui jurnal dan media Indonesia Youth Foundation untuk mengetahui sejauh mana peran Indonesia Youth Foundation dalam upaya mendukung diplomasi publik Indonesia tahun 2020-2021, mengetahui respon dan pandangan partisipan asing tentang Indonesia serta mengetahui sejauh mana persahabatan internasional yang diinisiasi oleh Indonesia Youth Foundation. Diharapkan program yang dijalankan oleh Indonesia Youth Foundation ini berhasil untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan yang lebih baik tentang Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Profil Indonesia Youth Foundation

Indonesia Youth Foundation merupakan sebuah *Non-Government Organization* yang bergerak dalam bidang Diplomasi Publik. Berdiri pada 23 Juli 2020, komunitas ini berfokus untuk memberikan pemahaman tentang Indonesia yang lebih baik dan menjembatani persahabatan dengan berbagai komunitas internasional. Tiga latar belakang organisasi kami berfokus pada bidang pendidikan, pemberdayaan pemuda dan pariwisata. Nilai-nilai utama yang dijunjung pengurus Indonesia Youth Foundation yaitu kepercayaan, pemberdayaan, kolaborasi, persahabatan, persatuan dan profesionalisme (Indonesia Youth Foundation, 2020). Hal ini menjadi semangat gerak IYF dalam rangka memberikan citra positif Indonesia ke dunia luar. Walaupun baru berusia satu tahun, Indonesia

Youth Foundation telah berhasil melakukan kerjasama dengan Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Peace and Public Diplomacy Corps dari Korea Selatan, Persatuan Belia Islam Nasional Universiti Kebangsaan Malaysia, African Youth Architects dan komunitas lainnya.

Indonesia Youth Foundation dirancang dan didirikan selama badai pandemi Covid-19, tepatnya pada bulan Juli 2020. Komunitas ini didirikan oleh tiga orang pemuda yang memiliki fokus masing-masing dalam bidang pendidikan, pemberdayaan pemuda dan pariwisata. Sesuai dengan salah satu poin dari misi Indonesia Youth Foundation itu sendiri, komunitas ini didirikan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang Indonesia, dimana pada saat itu akibat pandemi Covid-19, citra banyak negara di dunia menurun, kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah juga berkurang, tak terkecuali di Indonesia. Didasari hal tersebut, tergeraklah para pemuda tersebut untuk berpartisipasi mendukung dan membangkitkan kembali citra Indonesia di dunia internasional. Dalam usianya yang masih sangat muda ini, Indonesia Youth Foundation telah berhasil bekerja sama dan membuat berbagai program dengan komunitas pemuda dari berbagai negara.

2) Analisis Dimensi Diplomasi Publik Mark Leonard

Dalam penelitian ini, penulis mengambil tiga dimensi diplomasi publik dari Mark Leonard untuk melihat bagaimana peran Indonesia Youth Foundation (IYF) dalam mendukung diplomasi publik Indonesia. Tiga dimensi yang dimaksud adalah manajemen berita (news management), komunikasi strategis (strategic communication), dan pembangunan hubungan (relationship building). Dengan demikian, bagian ini menjelaskan tentang tiga dimensi di atas sekaligus menjawab rumusan masalah yang dibuat penulis.

• News Management

Perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan banyak negara dan aktor-aktor tertentu memanfaatkannya untuk berdiplomasi. Tidak terkecuali IYF yang memanfaatkan momentum Covid-19 untuk mendukung diplomasi publik Indonesia. Pada dasarnya, dimensi News Management sering dilakukan karena berdasarkan tempo waktu hari, minggu, bulan, hingga tahun. Diplomasi publik yang dijalankan oleh Indonesia Youth Foundation melalui dimensi ini dapat dilihat dari dua media utama yang dimiliki olehnya, yaitu Website dan Instagram.

Website yang dikelola oleh IYF, <https://indonesiayouthfoundation.org/>, terlihat berbagai aktivitas yang mendukung diplomasi publik Indonesia dan melibatkan mahasiswa asing. Website ini dikemas khususnya untuk menunjukkan agenda-agenda yang dapat diikuti oleh orang Indonesia dan asing, seperti pertukaran budaya, pembelajaran bahasa, penulisan artikel opini, dan informasi-informasi seputar Indonesia. Seperti visi IYF sendiri yaitu untuk mempromosikan Indonesia, maka melalui media ini dapat dilihat bagaimana IYF berusaha untuk meningkatkan citra Indonesia di mata orang asing. Dalam websitenya, terdapat

beberapa artikel opini yang ditulis dalam bahasa Inggris untuk meningkatkan citra Indonesia, seperti “Nasi Tumpeng Diplomacy From Indonesia,” “The King of Noodles in Turkey: Indomie,” “Halal Food: Indonesia’s Potential Commodity to Strengthen the Country Globally,” dan sebagainya (Indonesia Youth Foundation, 2021). Beberapa artikel tersebut menjelaskan potensi makanan Indonesia yang disukai oleh orang asing dan dapat menjadi alat diplomasi untuk meningkatkan citra dan perekonomian Indonesia. Selain itu, artikel ini juga dikemas untuk menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat baik dalam makanan. Oleh karena itu, penulis percaya bahwa ini merupakan bagian dari *soft power* yang dilakukan oleh IYF dan mampu menarik perhatian orang asing untuk lebih memiliki pemahaman baik tentang Indonesia dan IYF.

Selain website, akun Instagram @indonesiayouthfoundation dengan pengikut 11.600 pengikut dan 226 kiriman per 4 Oktober 2020 memiliki peran yang sangat strategis. Melalui Instagram, IYF mengemasnya dengan design yang sangat unik dan menarik sehingga dapat menarik perhatian orang asing untuk melihat kontennya dan bahkan mengikutinya. Konten-konten yang dikemas dalam Instagram sangat beragam, mulai dari budaya Indonesia, testimoni orang asing terhadap program IYF, video seputar Indonesia, pembelajaran bahasa, program-program IYF, dan masih banyak lagi. Berdasarkan data yang didapatkan dari kuesioner Bali International Student Festival 2021, menunjukkan bahwa ketertarikan orang asing sangat tinggi terhadap desain dan konten yang dikemas oleh IYF.

Dari pemaparan kedua media di atas, penulis melihat bahwa IYF memiliki perhatian yang tinggi dalam bagaimana mengemas media untuk menarik perhatian orang asing. Dalam hal ini juga, *soft power* yang digunakan oleh IYF untuk menarik banyak perhatian orang asing sangat signifikan melalui medianya. Akan tetapi, penulis juga melihat masih ada beberapa kekurangan yang perlu ditingkatkan oleh IYF, seperti pengikut orang asing masih lebih sedikit dibandingkan Indonesia dan pengemasan bahasa yang dicampur. Pertama, pada dasarnya ada beberapa faktor yang menyebabkan pengikut orang asing masih belum sebanyak pengikut orang Indonesia, diantaranya demand orang asing yang memiliki Instagram tidak sebanyak Indonesia dan jangkauan IYF masih berkembang. Saat ini, IYF telah menjalin beberapa kerja sama dengan negara-negara di Asia dan Afrika, seperti Korea Selatan, Malaysia, dan beberapa negara Afrika. Walaupun demikian, tidak semua dari anggota organisasi negara-negara di atas aktif menggunakan Instagram sehingga ini menjadi tantangan sendiri bagi IYF untuk bisa menjangkau publik lebih luas. Kedua, pengemasan bahasa yang dicampur merupakan kekurangan tersendiri karena menyebabkan orang asing tidak tertarik untuk membaca kontennya. Walaupun demikian, IYF tidak hanya fokus kepada orang asing melainkan juga pengembangan SDM orang Indonesia khususnya mahasiswa. Dengan demikian, penulis melihat bahwa seharusnya porsi konten untuk orang asing diperbanyak dibandingkan untuk orang Indonesia. Hal ini mengingat bahwa tujuan utama IYF adalah untuk mempromosikan Indonesia kepada orang asing.

- **Strategic Communication**

Strategic Communication merupakan dimensi yang seakan-akan dikemas seperti kampanye politik. Karenanya, dimensi ini pasti selalu melibatkan publik dalam setiap aktivitas utamanya dengan tujuan untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu negara. Oleh karena itu, bagian ini menjelaskan tentang aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh IYF dalam mendukung diplomasi publik Indonesia melalui dimensi Strategic Communication.

Singing Contest by Indonesia Youth Foundation

Singing Contest by Indonesia Youth Foundation merupakan sebuah lomba menyanyi khusus untuk orang asing yang dapat dilakukan secara langsung atau melalui rekaman (Indonesia Youth Foundation, 2020). Acara ini telah diselenggarakan pada tanggal 2 Januari 2021 yang tujuan utamanya adalah menarik perhatian orang asing untuk belajar bahasa Indonesia dan mencintai budayanya. Acara ini diikuti oleh lebih dari 10 orang asing dari Turki, India, Malaysia, Bangladesh, dan beberapa negara lainnya (Indonesia Youth Foundation, 2020). Pada dasarnya, penulis melihat bahwa strategi ini sangat baik untuk membuat orang asing mencintai budaya Indonesia dan menggunakannya. Ini juga merupakan bagian dari *soft power* IYF melalui perlombaan ini. Beberapa peserta yang berpartisipasi juga memberikan penampilan yang sangat baik melalui rekamannya. Akan tetapi, kekurangan yang dimiliki dalam acara ini adalah kurang menjangkau banyak orang asing. Hal ini tentunya karena lumayan sulit untuk orang asing menyanyikan lagu-lagu berbahasa Indonesia. Disisi lain, penulis juga melihat bahwa diplomasi publik Indonesia melalui IYF dengan dimensi komunikasi strategis memiliki sasaran yang sangat tepat.

Indonesian Poetry Musical Competition by Indonesia Youth Foundation

Indonesian Poetry Musical Competition by Indonesia Youth Foundation merupakan sebuah lomba musikalisasi puisi untuk orang asing yang dapat dilakukan secara langsung atau melalui rekaman (Indonesia Youth Foundation, 2021). Secara konsep, lomba ini hampir sama dengan Singing Contest by Indonesia Youth Foundation. Hanya saja, perbedaannya terletak pada lomba yang dibawakan. Selain itu, pesertanya jauh lebih sedikit dari Singing Contest yaitu hanya 6 orang dari Turki, Iran, dan India (Indonesia Youth Foundation, 2021). Pada dasarnya, para peserta memberikan penampilan yang sangat baik melalui rekamannya. *Soft power* dalam perlombaan ini sebenarnya sangat terlihat yaitu menarik orang asing untuk membacakan puisi bahasa Indonesia. Sehingga mereka akan belajar dan mengenal bahasa Indonesia lebih dalam. Akan tetapi, lomba ini tetap memiliki kekurangan yang sama dengan Singing Contest yaitu kurang menjangkau banyak orang asing sehingga perlu ditingkatkan lagi dari segi marketingnya. Disisi lain, penulis juga melihat bahwa diplomasi publik Indonesia melalui IYF dengan dimensi komunikasi strategis ini memiliki sasaran dan konsep yang sangat tepat.

- **Relationship Building**

Pada dasarnya, relationship building merupakan sebuah dimensi yang bertujuan untuk membangun relasi dengan masyarakat di berbagai negara. Dimensi ini juga didesain untuk menciptakan program yang tetap dan berkelanjutan. Beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu konferensi, beasiswa, pertukaran pelajar, pelatihan, seminar, dan lain-lain. Oleh karena itu, di bagian ini menjelaskan tentang bagaimana Indonesia Youth Foundation melakukan berbagai kegiatan untuk membangun hubungan dengan orang asing yang nantinya akan bermanfaat untuk diplomasi publik Indonesia.

Indonesian Language Learning Program

Indonesian Language Learning Program merupakan sebuah program yang diinisiasi oleh IYF untuk mengajarkan bahasa Indonesia kepada orang asing. Sistem pembelajarannya yaitu melalui online dengan zoom atau google meet selama 5 bulan setiap hari sabtu dan minggu. Dalam kurun waktu satu tahun, IYF berhasil menyelenggarakan dua batch kursus bahasa Indonesia yang telah diikuti oleh lebih dari 150 siswa dari 30 negara, termasuk Amerika Serikat, India, Turki, Singapura, Inggris, Filipina, Maroko, Fiji, Australia, Kanada, Taiwan, Meksiko, Vietnam, Jordan, Thailand, Hongkong, Italia, Malaysia, Polandia, Pakistan Perancis, Rusia, dan beberapa negara lainnya di kawasan Eropa dan Asia (Indonesia Youth Foundation, 2020). Dari jangkauan di atas, penulis melihat bahwa program ini sangat berhasil menarik perhatian orang asing untuk mempelajari budaya dan bahasa Indonesia. Program ini menjadi bagian inti dari *soft power* IYF karena ini merupakan sebuah program unggulan dengan pengikut yang lumayan banyak dari berbagai negara.

Intakhab Alam, salah satu siswa Indonesian Language Learning Program dari India, menyebutkan bahwa Alam telah mengikuti beberapa kursus bahasa Indonesia di berbagai tempat. Alam menjelaskan bahwa kursus yang diinisiasi oleh IYF sangat baik dari materi, pengajaran, dan sistem yang digunakan. Selain itu, waktu juga menjadi apresiasi khusus dari Alam untuk IYF karena dapat memberikan banyak opsi sehingga siswa dapat memilih waktu sesuai kebutuhan dan kesediaan mereka. Dari salah satu testimoni tersebut, penulis memahami bahwa program ini sangat bermanfaat untuk diplomasi publik Indonesia melalui sektor NGO. Strategi yang digunakan IYF secara profesional membuat banyak siswa tertarik terhadap programnya, termasuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang Indonesia kepada orang asing.

Meningkatnya minat orang asing untuk mempelajari Indonesia menjadi sasaran yang sangat tepat bagi IYF untuk menjalin relasi dengan orang-orang tersebut, salah satunya melalui program kursus ini yang dapat berkelanjutan. Akan tetapi, meskipun program ini terbilang sangat baik tetap ada kekurangan di dalamnya, salah satunya adalah kurangnya peserta dari Timur Tengah termasuk Arab Saudi, Qatar, Uni Emirat Arab, Mesir, dan beberapa negara lainnya. Oleh karena itu, akan lebih baik apabila IYF dapat menjangkau siswa dari negara-negara

Timur Tengah karena pada dasarnya negara-negara Timur Tengah memiliki hubungan diplomatik yang baik dengan Indonesia. Sehingga momentum tersebut bisa dimanfaatkan sebagai peluang untuk mengenalkan Indonesia lebih dalam.

Indonesia - Korea Youth Friendship Forum

Indonesia - Korea Youth Friendship Forum (IKYFF) merupakan sebuah forum yang diinisiasi atas kerja sama Indonesia Youth Foundation dengan Peace and Public Diplomacy Corps yang didukung oleh Korea Democracy Foundation dan Hanshin University. Di tahun 2020, forum ini berhasil diselenggarakan dengan mengangkat tema “How to Brand Your Country in the Middle of Global Crisis” yang dihadiri oleh lebih dari 120 pemuda Indonesia dan Korea Selatan dan Duta Besar Korea Selatan untuk Indonesia, Kim Chang Beom, Ekonom di Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Adelia Surya Pratiwi, serta Direktur Eksekutif di Center of Peace and Public Integrity Hanshin University, Prof. Yi Kiho (Indonesia Youth Foundation, 2020).

Melalui forum ini, terlihat bahwa sebenarnya isu Covid-19 membawa banyak dampak terhadap berbagai sektor, termasuk pariwisata, ekonomi, pendidikan, dan sebagainya. Forum ini memberikan kesempatan bagi pemuda dari kedua negara untuk berdiskusi dan memberikan solusi terbaik. Kim Chang Beom dalam sambutannya berkata “*Youth is the main backbone of society in providing a middle ground for all opinion-making processes and leading the nation in a coherent direction*” (Indonesia Youth Foundation, 2020). Dari pernyataannya, terlihat bahwa pemuda memang memiliki peran yang sangat penting di tengah pandemi ini. Selain itu, Kim juga menyebutkan bahwa di tengah pandemi ini Indonesia dapat meningkatkan imagenya dengan membuat identitas yang unik sama halnya Korea Selatan yang terkenal dengan K-Pop dan K-Drama.

Selain dalam meningkatkan image, Prof. Yi Kiho juga menyebutkan bahwa saat ini Korea Selatan sedang menghadapi badai pandemi sehingga masyarakat terbagi ke dalam empat kategori, diantaranya the Remotes (orang yang harus bekerja secara online di tengah pandemi), the Essentials (orang yang harus bekerja lebih keras dari sebelumnya), the Unpaid (orang yang kehilangan pekerjaannya), dan the Forgotten (menolong individu seperti anak yatim, imigran, dan sebagainya) (Indonesia Youth Foundation, 2020). Dari penjelasannya, terlihat bahwa Korea Selatan memiliki permasalahan yang tidak hanya bisa diselesaikan oleh sebagian pihak, melainkan kerja sama termasuk dengan Indonesia melalui forum ini.

Disisi lain, Adelia Surya Pratiwi memberikan penjelasan bagaimana perekonomian Indonesia ditengah Covid-19. Pratiwi berkata “*Pandemic creates a recession. We have to utilize the potential and have to address that. That is the policy for 2021. Everybody should look into and ask people for being the buyers and innovators*” (Indonesia Youth Foundation, 2020). Dari pernyataannya menunjukkan bahwa Indonesia sedang mempersiapkan strategi untuk tahun 2021 dan membawa banyak innovator untuk meningkatkan perekonomiannya.

Dari berbagai diskusi di forum ini, penulis melihat bahwa *soft power* dalam acara ini sangat signifikan karena hubungan antara negara dapat terjalin dengan baik melalui diskusi ini. Peserta dapat memberikan saran dan masukan terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah kedua negara untuk dapat menyelesaikan masalahnya. Melalui forum ini, IYF terlihat ingin menjadi jembatan persahabatan antara kedua negara untuk bekerja sama membangun dunia menjadi lebih baik dan menyelesaikan masalah-masalah yang ada. Jung Hyemin, salah satu Presenter di IKYFF, berkata *“We have to move forward together towards a common future without leaving anyone behind. Korea and Indonesia must take the lead in sharing ideas about a common future and strive to create a cooperative economic community in Asia”* (Indonesia Youth Foundation, 2020). Dengan demikian, penulis menyadari bahwa dimensi relationship building berhasil diterapkan dalam program ini dan peran IYF sangat krusial untuk hubungan kedua negara.

Indonesian - African Youth Empowerment Forum

Indonesian - African Youth Empowerment Forum (IAYEF) merupakan sebuah platform atau forum untuk individu, pemerintah, dan pemangku kebijakan untuk bertukar pikiran dan mencari solusi potensial untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Afrika dan Indonesia, khususnya dalam sistem pendidikan. Di tahun 2021, IAYEF mengangkat tema tentang *“Remote Learning in Indonesia and Africa: Improvement and Implementation Strategies”* yang dihadiri oleh lebih dari 146 pemuda dari Indonesia dan kawasan Afrika, termasuk negara Maroko, Mesir, Gambia, Afrika Selatan, dan sebagainya. Forum ini juga diisi oleh pembicara-pembicara luar biasa, diantaranya Theresia Ebenna Ezeria (Anggota DPR RI 2009-2014 Komisi X), Kaddy Momoh (Direktur Pendidikan dan Riset African Youth Architects), Maman Fathurrohman (Kepala Pusat Kurikulum dan Perbukuan Balitbang dan Perbukuan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia), dan Heba Assem Adel (Pendiri Guardians of AfroArab Leadership Initiative) (Indonesia Youth Foundation, 2021).

Melalui forum ini, kedua negara berdiskusi untuk mencari solusi dan melakukan kerja sama untuk menghadapi permasalahan pendidikan. Salah satu permasalahan pendidikan yang utama dibahas dalam forum ini adalah keterbatasan akses dan internet untuk orang-orang yang berada di daerah 3T. Oleh karena itu, Theresia Ebenna Ezeria berkata *“Coronavirus Outbreaks make all of people must take action more in education.”* Selain itu, Maman Fathurrohman juga menyebutkan bahwa banyak sekali kendala yang dihadapi oleh guru, orang tua, dan anak-anak selama pembelajaran jarak jauh ini, salah satunya adalah tidak semua orang tua dapat menemani anaknya untuk belajar di rumah. Fathurrohman menyadari bahwa E-Learning telah menurunkan interaksi antara guru dan siswa. Begitupun yang dialami oleh Afrika, Kaddy Momoh dan Heba Assem menyebutkan bahwa internet merupakan masalah utama di Afrika.

Dari diskusi di atas, selain untuk meningkatkan pemahaman terhadap kedua negara, penulis juga melihat adanya dimensi *relationship building* yang muncul di dalamnya yaitu untuk mendorong kerja sama antar negara di berbagai sektor, dan ini merupakan bagian dari *soft power*. Maka dari itu, dari diskusi tersebut akan muncul langkah berikutnya yang akan dilakukan kedua negara dan apabila memungkinkan akan terjadi kerja sama yang sangat intensif. Dengan demikian, penulis menyadari bahwa upaya yang dilakukan IYF untuk mendukung diplomasi publik Indonesia melalui diskusi ini sangat luar biasa. Hal ini karena akan mendorong para pemuda dan pemangku kebijakan untuk membuat strategi dalam menangani masalah-masalah yang ada.

International Youth Forum on Public Diplomacy Issues

International Youth Forum on Public Diplomacy Issues merupakan sebuah forum yang dirancang untuk menunjukkan bagaimana progres diplomasi suatu negara di tengah pandemi. Ini tentunya merupakan hal yang menarik karena di tengah pandemi semua akses dituntut untuk transformasi ke digital. Di tahun 2021, forum ini mengangkat tema tentang “The Impact of Covid-19 on the Progress of Public Diplomacy Between Nations” yang dihadiri oleh lebih dari 80 pemuda dari berbagai negara dan 3 pembicara, diantaranya Vanessa Boi (Presiden Global Action Italy), Anak Agung Mia (Kepala Asean and International Studies Centre), serta Radityo Dharmaputra (Mantan Presiden PPI Estonia) (Indonesia Youth Foundation, 2021).

Pada dasarnya, forum ini mengajak pemuda dari berbagai negara untuk membagikan pengalamannya dalam melakukan diplomasi di tengah pandemi. Vanessa Boi berkata “*The major and minor impact of Covid-19 on developed and developing countries.*” Selain itu, Anak Agung Mia juga menunjukkan bahwa digital diplomasi merupakan hal yang penting untuk menjalin interaksi dan kolaborasi satu arah maupun dua arah. Interaksi hal kecil dari media sosial juga dapat menjadi ruang untuk bertukar pikiran dan gagasan sehingga diplomasi dapat mendapatkan keterlibatan publik yang sangat masif. Hal ini ditambahkan oleh Radityo Dharmaputra yang menjelaskan bahwa konsep interlink diplomacy sangat penting untuk dilakukan melalui tiga langkah yaitu *soft power* (sumber daya apa yang dimiliki), *nation branding* (bagaimana suatu aktor ingin dilihat atau dipersepsikan), dan diplomasi publik itu sendiri (bagaimana mencapai citra atau merek tersebut).

Dari diskusi forum ini, IYF berperan sangat penting dalam menyediakan platform untuk berbagi pengalaman mengenai diplomasi di tengah pandemi. Sehingga banyak aktor dari berbagai negara dapat mencoba untuk mengimplementasikannya. Penulis melihat bahwa konsep *relationship building* sangat terbangun dalam forum ini untuk kerja sama dalam waktu yang panjang. Selain itu, penulis juga melihat bahwa acara ini merupakan bagian dari *soft power*

IYF untuk menarik perhatian orang asing untuk lebih memiliki pemahaman yang baik tentang Indonesia

Bali International Student Festival

Bali International Student Festival (BISF) merupakan sebuah festival khusus untuk mahasiswa internasional dalam rangka berdiskusi mengenai solusi terbaik pasca pandemi dari berbagai sektor. Forum ini terdiri dari beberapa panel diantaranya Digital Economy, Technology, Education, Mental Health, Tourism, dan Youth Empowerment. Hal yang menarik dari forum ini adalah pesertanya yang banyak dengan jumlah 534 dari 56 negara (Indonesia Youth Foundation, 2020). Dari angka, penulis dapat menyatakan bahwa IYF berhasil membangun hubungan dengan berbagai negara dan menarik perhatian mereka untuk mengikuti festival ini.

Dalam festival ini, IYF mengangkat Bali sebagai ikon untuk meningkatkan citra Indonesia di mata dunia. Beberapa orang asing dan Indonesia menyadari bahwa Bali lebih dikenal dibandingkan Indonesia. Sehingga IYF memakai momentum tersebut sebagai strategi untuk branding Indonesia. Hasilnya, para peserta yang mengikuti acara ini lebih mengenal Indonesia dan bahkan menyukai Indonesia hingga ingin mempelajari bahasa dan budayanya. Aisylu Garaeva, salah satu peserta dari Rusia, berkata “the Bali International Student Festival allows not only to find possible ways to solve a particular problem, but most importantly, it involves young people from different countries in this process. This allows you to build mutually beneficial relationships at an earlier stage. I was also glad that both the participants (delegates_ and the distinguished speakers were open to a personal dialogue. This year we faced only one obstacle, namely the inability to communicate offline. In this regard, the couple did not have enough time and opportunities for better communication. I hope next year we will be able to continue cooperation with Indonesia and participate in an offline format.” Selain itu, Zoya Sarsenbaeva dari Uzbekistan berkata “I assume that organization of international events such as festivals and forums require much time, strengths, preparation, and dedication from the event organizers, and from my own perspective the BISF 2021 organizers did their best. I would like to say huge thanks to all of you and respects to you. I think that all of you the students got useful information during this event and made friends via online platform. I really hope to take part in another BISF Festival in the next year and gather together in face-to-face meetings with such ambitious young friends in Indonesia.”

Dari dua testimoni di atas, penulis memahami bahwa IYF melalui BISF memiliki peran yang sangat krusial dalam diplomasi publik Indonesia dan meningkatkan citranya. Bali dijadikan sebagai ikon *soft power* Indonesia dalam acara ini sehingga akan banyak orang asing yang semakin tertarik untuk mengunjungi dan mengetahui Bali lebih dalam. Hal ini tentunya bukan merupakan hal yang mudah bagi suatu organisasi untuk adaptasi di masa pandemi, akan tetapi IYF dapat beradaptasi dengan baik dan berkontribusi lebih.

3) Pandangan Orang Asing terhadap Indonesia dan Indonesia Youth Foundation

Dalam tahun pertamanya, Indonesia Youth Foundation berhasil menyelenggarakan acara berskala internasional dan mengumpulkan berbagai pemuda dari berbagai negara. Seperti yang dikemukakan oleh seorang Kazi Tazwar Islam peserta *Bali International Student Festival* dari Bangladesh bahwa dia berhasil membangun hubungan pertemanan secara internasional melalui acara tersebut. Hal serupa juga dikemukakan oleh Subhajyoti Mohanty dari India, mengatakan bahwa dengan mengikuti acara yang diselenggarakan oleh Indonesia Youth Foundation. Selain itu, Mohanty juga bisa berinteraksi dengan orang-orang dan profesional dari berbagai negara, sehingga bisa menambah relasi dan ilmu. Hal tersebut merupakan salah satu dimensi dari teori yang dikemukakan oleh Mark Leonard tentang pembangunan hubungan (*relationship building*) yang diaplikasikan oleh Indonesia Youth Foundation. Selain itu, Indonesia Youth Foundation juga berhasil menciptakan komunikasi strategis (*strategic communication*) dengan peserta internasional, seperti yang dikemukakan oleh Abdul Rehman dari Pakistan, berkata bahwa salah satu acara Indonesia Youth Foundation yakni Bali International Student Festival berhasil melakukan manajemen acara dengan ramah dan sempurna sehingga memberikan lingkungan yang damai dan tenang bagi peserta. Abdul Rehman begitu antusias untuk mengunjungi Bali secara langsung untuk mengikuti acara BISF tahun 2022. Intakhab Alam dari India yang merupakan salah seorang peserta kursus bahasa Indonesia untuk orang asing tahun 2020-2021 juga memberikan pandangannya tentang pelatihan bahasa Indonesia yang diselenggarakan oleh Indonesia Youth Foundation yang mengatakan bahwa Alam telah mencoba memasuki kursus bahasa Indonesia selain yang diselenggarakan oleh IYF, tetapi kursus yang IYF selenggarakan memiliki banyak kelebihan dibandingkan kursus lainnya. Beberapa hal diantaranya antara lain karena kursus yang telah tersistematis dengan baik, materi komunikatif dan mudah dipahami, serta tersedianya pilihan jam kursus untuk mengatasi perbedaan waktu dengan peserta diberbagai negara, sehingga ini menjadikan kemudahan tersendiri bagi peserta. Hal ini menjadikannya terkesan oleh kursus bahasa Indonesia yang diselenggarakan oleh Indonesia Youth Foundation dan dia akan dengan senang hati mendorong rekan dia di negaranya untuk mengikuti kursus maupun acara yang diselenggarakan oleh Indonesia Youth Foundation.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas, penulis melihat bahwa peran Indonesia Youth Foundation (IYF) dalam mendukung diplomasi publik Indonesia yang dianalisis menggunakan tiga dimensi diplomasi publik Mark Leonard telah sesuai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pertama, dimensi news management, terlihat bagaimana IYF memanfaatkan medianya berupa website dan Instagram untuk promosi Indonesia melalui berbagai konten dan program yang dibuat. Pengikutnya yang sudah lebih dari 11.000 menunjukkan bahwa ketertarikan para pengikut terhadap IYF sangat tinggi. Penulis juga melihat bagaimana pengemasan konten yang dilakukan oleh IYF sangat menarik dan mencuri perhatian orang asing. Dengan demikian, IYF sangat pandai dalam memanfaatkan momentum ini mengingat tingginya minat orang asing terhadap budaya Indonesia.

Kedua, dimensi strategic communication, terlihat bagaimana IYF menarik perhatian orang asing melalui kompetisi yang diselenggarakannya. Pada dasarnya, penulis melihat bahwa ini strategi untuk memaksa secara tidak langsung kepada orang asing untuk menggunakan bahasa dan budaya Indonesia. Upaya-upaya yang dilakukan melalui kompetisi tersebut sangat efektif dan tentunya dapat meningkatkan citra Indonesia di mata dunia.

Ketiga, dimensi relationship building, terlihat bagaimana IYF membuat program-program menarik untuk menjalin persahabatan dengan orang asing. Hal ini tentunya sangat menarik karena terdapat ratusan peserta dari puluhan negara yang telah mengikuti berbagai program dari IYF. Secara langsung maupun tidak, IYF berkontribusi penuh dalam mempromosikan dan meningkatkan citra Indonesia melalui program-program ini. Penulis juga melihat bahwa program-program yang dibuat tidak hanya dilakukan untuk kerjasama jangka pendek, melainkan juga jangka panjang. Selain itu, testimoni orang asing terhadap IYF memberikan kesan positif tidak hanya terhadap organisasinya, melainkan juga Indonesia.

Dengan demikian, penulis juga memahami bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini sehingga perlu adanya pengembangan untuk memperbanyak lagi pengetahuan. Penelitian ini terbatas pada bagaimana peran IYF dalam mendukung diplomasi publik Indonesia di tahun 2020-2021. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya akan lebih baik apabila melihat dari sudut pandang lain, termasuk teorinya yang berbeda atau objek penelitiannya. Penulis juga berharap melalui tulisan ini dapat memberikan referensi bagi IYF untuk terus melakukan pengembangan terhadap program-program yang dirancang untuk mendukung diplomasi publik Indonesia. Selain itu, penulis juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat secara luas.

Referensi

A.A Majid. (2021, June 24). *Protokol Kesehatan 5M dan Kesehatan Imun untuk Hadapi Varian Baru Covid-19*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jateng/baca-artikel/13981/Protokol-Kesehatan-5M-dan-Kesehatan-Imun-untuk-Hadapi-Varian-Baru-Covid-19.html>

- Baylis, J.; Owens, P.; Smith, S. (2008). *The Globalization of World Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Social Science Research : Principles, Methods, and Practices*. Florida: Global Text Project.
- Evans, J.R.; Mathur, A. (2005). *The value of online surveys*. New York: Emerald Group Publishing Limited.
- Hsu, C.H.; Lin, H.H.; Wang, C.C.; Jhang, S. (2020). *How to Defend COVID-19 in Taiwan? Talk about People's Disease Awareness, Attitudes, Behaviors and the Impact of Physical and Mental Health*. Basel: Multidisciplinary Digital Publishing Institute.
- Indonesia Youth Foundation. (2020, 12 16). *Indonesia-Korea Youth Friendship Forum 2020*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/indonesia-korea-youth-friendship-forum-youths-solution-through-the-global-crisis-during-pandemic-era/>
- Indonesia Youth Foundation. (2020, December 22). *Singing Contest by Indonesia Youth Foundation*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/singing-contest-by-indonesia-youth-foundation/>
- Indonesia Youth Foundation. (2020, July 23). *About IYF*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/about-us/>
- Indonesia Youth Foundation. (2020, July 23). *Bali International Student Festival 2020*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/bali-international-student-festival-2020-a-better-solution-for-a-better-post-pandemic-world/>
- Indonesia Youth Foundation. (2020, July 23). *Core Values*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/about-us/>
- Indonesia Youth Foundation. (2020, October 25). *Indonesian Language Learning Program*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/indonesian-language-learning-program-by-iyf/>
- Indonesia Youth Foundation. (2021, 02 03). *Indonesian Poetry Musical Competition by Indonesia Youth Foundation*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/musical-poetry-competition/>

- Indonesia Youth Foundation. (2021, March 01). *Opinion Article*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/category/opinian-article/>
- Indonesia Youth Foundation. (2021, March 30). *Indonesian - African Youth Empowerment Forum 2021*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/remote-learning-in-indonesia-and-africa-improvement-and-implementation-strategies/>
- Indonesia Youth Foundation. (2021, May 27). *International Youth Forum On Public Diplomacy*. Retrieved from Indonesia Youth Foundation: <https://indonesiayouthfoundation.org/the-impacts-of-covid-19-pandemic-on-the-progress-of-public-diplomacy-between-countries-27-march-2021/>
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. In J. Melissen, *The New Public Diplomacy: Soft Power and International* (p. 5). New York: Plagrave Macmillan.
- Mikhelidze, N.(2020).*Russia and the COVID-19 Crisis : Hardship at Home, Soft Power Flexing Abroad*.Roma:Istituto Affari Internazionali.
- Nye, J. S. (2008). *Public Diplomacy and Soft Power*. New York: Sage Publications.
- Susetyorini, P.(2014).*Politik Luar Negeri Indonesia*.Semarang:Gema Keadilan.
- Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the world: U.S Public Diplomacy Overseas*. New York: St. Martin's Press.
- Worldometers. (2021, September 25).*Coronavirus Cases*. Retrieved from Worldometer : <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- Yeong, S.K.(2021).*The Pandemic of the Covid-19 and its Impacts on Work and Life in South Korea*.Seoul:Friedrich-Ebert-Stiftung.