

**STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DALAM *ITAEWON*
GLOBAL VILLAGE FESTIVAL TAHUN 2022 DI KOREA SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
dalam bidang Hubungan Internasional**



Oleh:

Apri Lianasari Putri

NIM I92219059

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

APRIL 2023

PERNYATAAN ORISINILITAS

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Apri Lianasari Putri

NIM : I92219059

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : **"Strategi Diplomasi Budaya Indonesia dalam *Itaewon Global Village Festival* Tahun 2022 di Korea Selatan"**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi

Surabaya, 30 Maret 2022

Yang Menyatakan,



Apri Lianasari Putri

NIM: 192219059

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi

yang ditulis oleh:

Nama : Apri Lianasari Putri

Nim : I92219059

Program Studi : Hubungan Internasional

Yang berjudul: “**Strategi Diplomasi Budaya Indonesia Dalam Itaewon Global Village Festival Tahun 2022 Di Korea Selatan**”, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Sosial dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 28 Maret 2023

Pembimbing



Dr. Abid Rohman, S.Ag, M.Pd.I.

NIP 197706232007101006

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Apri Liansari Putri dengan judul: “**Strategi Diplomasi Budaya Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival Tahun 2022 di Korea Selatan**” telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 13 April 2023.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



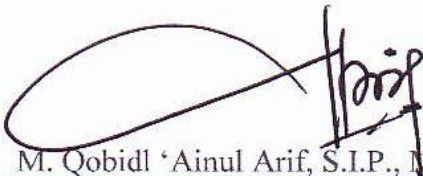
Dr. Abid Rohman, S.Ag, M.Pd.I.
NIP 197706232007101006

Penguji II



Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A.
NIP 199003252018012001

Penguji III



M. Qobidl 'Ainul Arif, S.I.P., M.A., CIQnR.
NIP 198408232015031002

Penguji IV



Zaky Ismail, M.S.I.
NIP 198212302011011007

Surabaya, 27 April 2023

Mengesahkan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan



Dr. Abd. Chalik, M.Ag.
NIP 197306272000031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Apri Lianasari Putri
NIM : 192219059
Fakultas/Jurusan : Fisip / Hubungan Internasional
E-mail address : aprilianaspw20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Diplomasi Budaya Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival Tahun 2022 di
Korea Selatan

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Mei 2023

Penulis

(Apri Lianasari Putri)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRACT

Apri Lianasari Putri, 2023. *“Indonesian Cultural Diplomacy Strategy in the 2022 Itaewon Global Village Festival in South Korea”.*

This research discusses Indonesia's cultural diplomacy strategy in the 2022 Itaewon Global Village Festival in South Korea. The purpose of this study is to describe the strategy of Indonesian cultural diplomacy in the 2022 Itaewon Global Village Festival in South Korea. The researcher used a qualitative approach with descriptive question types and data collection techniques were carried out through interviews and online data searches. The data analysis technique used is the interactionist model developed by Miles & Huberman. Based on the data obtained in the field, the researchers concluded that there were several strategies for Indonesian cultural diplomacy in the 2022 Itaewon Global Village Festival. First, consistency, with the intention that Indonesia has consistently participated in the Itaewon Festival in recent years. The second is innovation, where Indonesia always updates the cultures that will be displayed at the festival.

Keywords: Strategy, Cultural Diplomacy, Itaewon Global Village Festival

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi diplomasi budaya Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival tahun 2022 di Korea Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi dari diplomasi budaya Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival tahun 2022 di Korea Selatan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis pertanyaan deksriptif adapau teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penelusuran data online. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaksionis yang dikembangkan oleh Miles & Huberman. Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, peneliti menyimpulkan terdapat beberapa strategi diplomasi budaya Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival tahun 2022. Pertama konsistensi, dengan maksud Indonesia secara konsisten dalam beberapa tahun belakang berpartisipasi dalam Festival Itaewon. Kedua inovasi, di mana Indonesia selalu melakukan pembaruan terhadap budaya-budaya yang akan ditampilkan pada festival tersebut.

Kata Kunci: Strategi, Diplomasi Budaya, Itaewon Global Village Festival

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	ii
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Tinjauan Pustaka	13
F. Argumentasi Utama	24
G. Sistematika Pembahasan	24
BAB II.....	28
KERANGKA KONSEPTUAL	28
A. Diplomasi Budaya.....	28
B. Strategi Diplomasi Budaya	38
C. Itaewon Global Village Festival.....	41
BAB III	44
METODE PENELITIAN.....	44

A. Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
A. Subjek Penelitian dan Tingkat Analisa (Level of Analysis)	45
C. Tahap-Tahap Penelitian	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Teknik Analisis Data.....	52
F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	54
BAB IV	57
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Diplomasi Budaya Indonesia di Korea Selatan.....	57
B. Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival Tahun 2022	61
C. Strategi Diplomasi Budaya Indonesia dalam <i>Itaewon Global Village Festival</i> tahun 2022 di Korea Selatan.....	73
1. Strategi Konsistensi (<i>Consistency</i>).....	74
2. Strategi Inovasi (<i>Innovation</i>).....	75
BAB V.....	85
PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Poster Festival Itaewon 2022.....	63
Gambar 2: Festival <i>Guide</i>	64
Gambar 3: Parade budaya 2022.....	67
Gambar 4: Penampilan tari <i>medley</i> oleh KTTI.....	68
Gambar 5: Indonesia meraih Gold Award 2022	69
Gambar 6: Booth Indonesia 2022	71
Gambar 7: Perkembangan Wisman 2022	72
Gambar 8: Data pariwisata Bali	83
Gambar 9: Lampiran wawancara KTTI.....	96
Gambar 10: Lampiran wawancara mahasiswi IISMA	104
Gambar 11: Lampiran wawancara KBRI SEOUL	107

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Diplomasi terus mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya zaman. Secara tradisional, diplomasi dilakukan pada hubungan bilateral antar negara yang cenderung dilakukan secara tertutup. Diplomasi ini menekankan peran pemerintah yang dominan dalam membahas masalah internasional yang bersifat *hard politics*, seperti perang. Ketidakefektifan diplomasi tradisional ini membawa jenis tradisional baru yang di mana negara tidak lagi menjadi aktor utama dalam membahas isu-isu internasional, melainkan munculnya aktor-aktor non-negara baru. Sehingga isu yang berkembang pun tidak lagi hanya berkutat pada isu keamanan saja, melainkan ikut membahas isu-isu non-militer lainnya. Akibat dari perkembangan hubungan internasional memunculkan keadaan di mana aktor-aktor non-negara semakin meningkat, kemajuan teknologi dan informasi serta meluasnya isu-isu yang berkembang, sehingga dibutuhkan bentuk diplomasi yang lebih melibatkan peran publik atau disebut sebagai Diplomasi Publik.

Menurut Wang, diplomasi publik sebagai suatu usaha untuk mempengaruhi orang atau organisasi lain di luar negaranya dengan cara positif sehingga mengubah cara pandang orang tersebut terhadap suatu

negara. Sehingga dapat dikatakan bahwa diplomasi publik adalah suatu alat yang digunakan untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman yang menginformasikan dan mempengaruhi publik diluar negeri¹. Yang berarti diplomasi menjadi salah satu cara yang bisa dijadikan alat untuk mengembangkan berbagai budaya yang ada di Indonesia pada khalayak internasional.

Diplomasi budaya menjadi salah satu komponen didalam diplomasi publik, yang mana diplomasi budaya ini dapat membentuk citra suatu negara sehingga menumbuhkan kepercayaan negara dengan prestasi dan potensi suatu negara tersebut, yang nantinya akan berpengaruh terhadap kepentingan nasional di berbagai bidang baik itu ekonomi, politik, ataupun masyarakat yang mengikuti budaya dari suatu negara itu. Melalui penyebaran kebiasaan, nilai, dan ide pada diplomasi budaya dapat mempermudah negara dalam mendefinisikan apa yang dianggap penting secara strategis untuk mempresentasikan negara kepada dunia luar dan juga untuk melihat sejauh mana suatu negara berusaha dalam menginstrumentasikan budayanya terhadap masyarakat internasional.

Hubungan Indonesia dengan Korea Selatan sendiri telah lama terjalin baik dari bidang ekonomi, politik, sosial dan budaya yang mana diketahui bahwa hubungan diplomatik ini sudah sejak tahun 1973, tetapi

¹ Siti Afifah Khatrunada and Gilang Nur Alam, "Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo," *Padjadjaran Journal of International Relations* 1, no. 2 (August 31, 2019): 104, <https://doi.org/10.24198/padjir.v1i2.26125>.

hubungan tingkat konsulat sudah dimulai pada Agustus 1966². Kedua negara ini terus berupaya untuk meningkatkan hubungan dan kerjasama baik secara bilateral, regional, ataupun multilateral. Hubungan ini pun terlihat dari penandatanganan beberapa *Memorandum of Understanding* (MoU) seperti MoU ekonomi kreatif pada tahun 2013 kemudian diperpanjang bersamaan dengan pembentukan MoU pariwisata di tahun 2021. Tidak hanya itu, terdapat pula kerja sama kemitraan *special strategic partnership* yang mana berfokus pada kerja sama dalam empat bidang di antaranya perdagangan bilateral dan pembangunan infrastruktur, pertukaran antar-masyarakat, pertahanan dan hubungan luar negeri, serta kerja sama regional dan global³. Korea Selatan melakukan inisiasi diplomatik yakni, *New Southern Policy* (NSP) kepada negara-negara di Asia Tenggara dan India. NSP ini menekankan pada interaksi antar masyarakat pada bidang sosial budaya sebagai pusat hubungan bilateralnya⁴.

Bentuk diplomasi budaya Korea Selatan yang marak sekali dan dikenal yaitu *Korean Wave* atau disebut juga dengan *Hallyu*, yang memiliki arti gelombang Korea. Fenomena ini dimulai pada tahun 1990-an dan istilah *Hallyu* sendiri sudah ada sejak tahun 1999 yang diperkenalkan oleh salah satu Artikelis media yang terkejut dengan adanya gelombang

² Kementerian Luar Negeri, "Profil Negara Dan Hubungan Bilateral," accessed October 28, 2022, https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu.

³ Ibid

⁴ Rizky Aristyo Darmawan, "How Can Indonesia and South Korea Use PD to Partner for Security Under the New Southern Policy?," USC Center on Public Diplomacy, June 23, 2021, <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/how-can-indonesia-and-south-korea-use-pd-partner-security-under-new-southern-policy>.

kepopuleran produk budaya dari Korea Selatan yang menerpa kalangan muda-mudi. Fenomena *Hallyu* ini mulai menghampiri Indonesia pada tahun 2002, ditandai dengan munculnya berbagai drama Korea yang ditayangkan pada televisi swasta Indonesia. Hingga kini fenomena *Korean Wave* sudah semakin meluas tidak hanya drama Korea, tetapi *fashion*, produk seperti makanan dan produk kecantikan, serta lagu-lagu Korea semakin marak dikenal oleh masyarakat Indonesia. *Korean Wave* menjadi salah satu faktor yang signifikan bagi Korea untuk mengenalkan budaya Korea Selatan ke Indonesia.

Pada dasarnya, tentu saja Indonesia juga melakukan cara diplomatik kepada Korea Selatan, mengingat Indonesia sebagai salah satu negara adidaya budaya tentunya memiliki berbagai jenis kebudayaan khas yang terkandung di dalamnya. Melalui kebudayaan seseorang maupun suatu negara dapat memperkenalkan keragaman dan kekayaan dari budaya yang dimiliki oleh negaranya untuk memperkuat identitas bangsa. Sehingga, kebudayaan dapat dianggap sebagai salah satu wujud *soft power* yang dapat berguna bagi suatu negara dalam melangsungkan kehidupan bernegara. Kebudayaan menjadi alat yang baik untuk negara dalam menyebarluaskan pengaruhnya kepada dunia internasional. Tetapi seiring berjalannya arus globalisasi dan kurangnya perhatian terhadap budaya-budaya lokal yang dimiliki oleh suatu negara menyebabkan kebudayaan tersebut dilupakan bahkan dapat menyebabkan terjadinya pengakuan dari

negara lain pada suatu produk kebudayaan suatu negara lainnya atau bisa disebut pula dengan aksi klaim.

Sebagai salah satu negara dengan kebudayaan yang beragam, budaya-budaya tersebut kemudian dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu warisan budaya benda dan warisan budaya tak benda. Pada setiap daerah di Indonesia, memiliki kebudayaan yang khasnya masing-masing sehingga hal tersebut menjadi pembanding antara daerah satu dengan daerah yang lainnya. Kebudayaan yang ada di Indonesia dikatakan mendapatkan berbagai pengaruh dari kebudayaan negara lain salah satunya India, Arab, dan China. Perpaduan antara budaya Indonesia dengan pengaruh negara luar membuat terbentuknya ciri bangsa yang besar dan kaya yang mana hal inilah yang membuat Indonesia memiliki daya tarik tersendiri. Dimulai dari tari-tarian, pakaian adat, wastra nusantara, batik, lagu daerah, rumah adat, makanan tradisional, hingga bahasa daerah memiliki keunikannya masing-masing yang dapat memikat berbagai kalangan termasuk kalangan internasional.

Tetapi, pada kenyataannya kebudayaan di Indonesia masih kurang dikembangkan potensinya dengan baik bahkan berdasarkan data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, dari sekian banyak kebudayaan yang dimiliki Indonesia hanya sedikit sekali yang terdaftar kedalam UNESCO (*The United Nations Educational Scientific and Cultural*

Organization)⁵. Sehingga, masih banyak yang tidak mengenali negara Indonesia akibat kurangnya branding ke kancah internasional dan karena itu lah diperlukannya diplomasi untuk membantu mengembangkan dan mempromosikan budaya di Indonesia serta meningkatkan citra negara.

Indonesia sendiri telah menggunakan diplomasi budaya untuk mencapai kepentingan nasionalnya kepada berbagai negara. Diplomasi budaya dapat dilakukan dengan berbagai cara baik itu dengan menggunakan hiburan, pendidikan, hingga ajang olahraga internasional. Perwakilan Indonesia, seperti KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia) di masing-masing negara yang biasanya menjadi aktor dalam menjalankan berbagai diplomasi tanpa terkecuali diplomasi budaya ini. Sebagai contohnya perwakilan dari KBRI yang ada di wilayah Seoul, Korea Selatan, di mana KBRI Seoul secara aktif melakukan promosi seni dan budaya Indonesia ke berbagai kalangan di Republik Korea melalui kegiatan-kegiatan berkala di antaranya adalah mengikuti festival atau pameran budaya (termasuk kuliner) atau pariwisata. Sebagaimana tertera dalam rencana strategi Kementerian Luar Negeri Indonesia tahun 2020-2024, bahwasanya perlu adanya upaya meningkatkan pemajuan dan pelestarian kebudayaan untuk memperkuat karakter dan memperteguh jati

⁵ Wardibudaya, "Menuju Warisan Budaya Dunia: Proses Penetapan Warisan Budaya Tak Benda (Intangible Cultural Heritage) dan Warisan Dunia (World Heritage) Indonesia oleh UNESCO," *Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya* (blog), October 5, 2017, <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/menuju-warisan-budaya-dunia-proses-penetapan-warisan-budaya-tak-benda-intangible-cultural-heritage-dan-warisan-dunia-world-heritage-indonesia-oleh-unesco/>.

diri bangsa dan mempengaruhi arah perkembangan peradaban dunia melalui diplomasi budaya, salah satunya melalui festival⁶.

Di mana festival ini biasanya ditujukan untuk memperkenalkan kebudayaan yang dimiliki oleh suatu negara, serta melalui media festival menjadi diplomasi yang dikenal banyak orang karena dapat menarik antusias baik dari penduduk lokal ataupun asing. Salah satu contoh diplomasi budaya yang dilakukan oleh Indonesia melalui media festival adalah *Itaewon Global Village Festival*. *Itaewon Global Village Festival* merupakan salah satu festival terbesar dari sekitar 1.300 festival tahunan di Negeri Gingseng, dan telah berlangsung sejak 2008, setiap bulan oktober atau pada awal musim gugur.

Tujuan dari diadakannya festival ini ialah untuk mempromosikan fertilisasi silang budaya di antara penduduk berbagai negara dengan menggunakan pertunjukan budaya atau etnis serta makanan tradisional. Festival ini sebagai tempat untuk mempublikasikan kepribadian yang berbeda dari Itaewon kepada penduduk multikultural dan menampilkan budaya tradisional Korea kepada dunia atau dengan kata lain, untuk menyatukan budaya tradisional Korea dan budaya asing di Itaewon melalui parade, pameran makanan, konser, dan banyak lagi. Parade ini memiliki lebih dari 800 peserta, dan konser sering kali melibatkan artis K-pop dari Hallyu Wave.

⁶ “Rencana Strategis Kemlu 2020-2024,” n.d.

Pada festival tersebut, Indonesia menampilkan beberapa kebudayaan Indonesia setiap tahunnya, seperti tarian, peragaan pakaian adat dari beberapa provinsi, kebaya, batik, dan wastra nusantara. Di tahun 2018, Indonesia menampilkan dua tari tradisional yaitu, Tari Sabalah yang berasal dari Sumatera Barat dan Tari Topeng Kelana yang berasal dari Jawa Barat. Selain itu, Indonesia menampilkan busana tradisional dengan koreografi di dalamnya juga terdapat berbagai kerajinan dengan motif dari berbagai daerah. Dari penampilan tersebut Indonesia berhasil menyabet medali perunggu atau sebagai tiga negara peserta terbaik dari 38 negara yang berpartisipasi pada festival ini.

Di tahun 2019, Indonesia menampilkan peragaan busana tradisional diiringi dengan tari Poco-Poco dan Gemufamire sehingga penampilan tersebut sangat meriah dan menarik para pengunjung. Tidak hanya dua tarian tersebut, pada Itaewon Global Village Festival 2019, Indonesia juga menampilkan Tari Saman dan berhasil meraih medali perak dari 43 negara yang berpartisipasi, festival ini juga mendapat 1,5 juta pengunjung baik lokal maupun asing. Indonesia memperoleh nilai yang tinggi di beberapa kategori, yaitu penampilan budaya, gerai promosi nasional, parade hingga partisipasi Duta Besar. Namun, di tahun-tahun selanjutnya yaitu 2020 dan 2021 Festival ini ditiadakan sementara akibat adanya pandemi covid-19 yang menjadi wabah hampir di seluruh dunia dan berdampak pada berbagai sektor termasuk Itaewon Global Village Festival ini.

Di tahun 2022, Itaewon Global Village Festival kembali hadir setelah pandemi covid-19 ini mereda.. Festival Itaewon ini merupakan bagian perhelatan *Festival Indonesia* yang diselenggarakan oleh KBRI Seoul. Seperti yang dikatakan oleh Zelda Wulandari selaku Kuasa Usaha Ad Interim KBRI Seoul di mana Festival Itaewon merupakan gabungan dengan Festival Indonesia yang mana rutin dihelat setiap tahun, yang mana kedua kegiatan tersebut tertunda akibat dari pandemi dan karena banyaknya keterbatasan pula akhirnya baru diselenggarakan dan digabung pada tahun 2022⁷.

Di tahun 2022 ini, Indonesia menampilkan berbagai parade budaya yang meliputi kebaya, busana adat, dan batik serta Wastra Nusantara. Parade tersebut dilakukan di sepanjang jalan Itaewon. Festival Indonesia 2022 bertujuan mempromosikan kebaya sebagai busana yang mencerminkan identitas perempuan Indonesia. Hal tersebut mendasari keikutsertaan Indonesia dalam Festival Itaewon sebagai bagian dari rangkaian Festival Indonesia 2022. Sebanyak kurang lebih 1 juta masyarakat lokal dan asing turut meramaikan festival tersebut ditahun ini. Di akhir acara Indonesia berhasil meraih juara pertama dan mendapatkan medali emas, Indonesia meraih nilai tertinggi dibanding 4 negara finalis lainnya yaitu, Filipina, Ukraina, Nigeria dan Kolombia. Salah satu komponen penilaian adalah melalui penampilan Tarian Gantar Belian dari Kalimantan yang mencerminkan jiwa gotong royong bangsa Indonesia.

⁷ Eris Kuswara, "Indonesia Raih Juara Pertama dalam Itaewon Global Village Festival 2022," October 18, 2022, <https://koropak.co.id/18550/indonesia-raih-juara-pertama-dalam-itaewon-global-village-festival-2022>.

Berhasilnya Indonesia membawa medali dari *world culture award* didalam Itaewon Global Village Festival ini tentunya tidak luput dari partisipasi berbagai pihak dari tahun ke tahunnya. Seperti KTTI (Kelompok Tari Tradisional Indonesia) yang mana beranggotakan pekerja professional, mahasiswa dan pekerja migran Indonesia. Selain itu masyarakat Indonesia yang menetap di Korea Selatan dan Dharma Wanita Persatuan KBRI Seoul juga berpartisipasi dalam festival ini.

Seperti yang telah diketahui bahwa festival ini bertujuan untuk mempromosikan budaya-budaya dari berbagai negara agar lebih dikenal oleh masyarakat luar juga untuk menciptakan citra yang baik bagi suatu negara tersebut, begitupula yang dilakukan oleh Indonesia. Dari tahun ke tahun Indonesia mampu meningkatkan performa penampilannya sehingga bisa menyabet medali dari perunggu hingga emas. Dan juga melihat antusias masyarakat yang datang hingga lebih dari 1 juta orang yang mana tentunya hal ini merupakan strategi emas bagi setiap negara dalam mempromosikan negaranya.

Indonesia juga melakukannya sebagai promosi KBRI Seoul untuk meningkatkan jumlah pengunjung parade budaya dan ekonomi kreatif Indonesia serta booth Indonesia. Selain itu, promosi Festival Indonesia kepada masyarakat Korea Selatan sejalan dengan kepemimpinan Indonesia di forum G20, termasuk bidang ekonomi kreatif dan budaya. Pada Peringatan 50 Tahun Hubungan Bilateral RI-Korsel di tahun 2023, KBRI

Seoul akan secara aktif mendorong dan menjembatani kerjasama antara pelaku industri kreatif Indonesia dan Korsel.

Melihat dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, besar harapan penulis untuk dapat mengetahui bagaimana strategi Indonesia dalam mempromosikan budaya Indonesia melalui ajang *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 sesuai dengan aspek diplomasi budayanya. Tahun 2022 ini merupakan tahun turunnya angka persebaran covid-19 di beberapa negara yang salah satunya adalah Korea Selatan, di mana Korea Selatan ini mulai perlahan bangkit dan membuka akses publik bagi masyarakatnya. Tentunya bagi masyarakat yang penat tidak bisa keluar dari rumah dan ingin merasakan bebas kembali berkunjung ke tempat wisata, dengan adanya festival ini yang diadakan pada awal musim gugur di Bulan Oktober membuat antusias masyarakat meningkat hal ini dibuktikan dengan pengunjung festival yang hadir lebih dari 1 juta orang baik itu dari masyarakat lokal Korea Selatan hingga masyarakat asing⁸. Sehingga, ini merupakan awal yang baik pula bagi Indonesia untuk mempromosikan kembali budaya serta wisatanya dan dapat memulihkan perekonomian Indonesia dengan datangnya wisatawan asing ke Indonesia. Maka dari itu, peneliti ingin memfokuskan penelitian ini pada tahun 2022 untuk mengetahui diplomasi budaya yang dilakukan setelah covid-19 dalam media festival ini sukses dilakukan dan juga bagaimana dampak yang diraih oleh Indonesia karena festival ini.

⁸ Wulan Octaviani Nanda Madava, "RI Juara Umum Festival Budaya Itaewon 2022, Bangga!," *Sampaijauh.Com* (blog), October 19, 2022, <https://sampaijauh.com/ri-juara-umum-festival-budaya-itaewon-2022-bangga-22868>.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka fokus penelitian dari peneliti adalah sebagai berikut:

“Bagaimana strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijabarkan penulis, maka tujuan penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui Bagaimana strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini selain menambah wawasan bagi peneliti dan pembaca, diharapkan dapat bermanfaat pula secara akademis atau praktis.

1. Secara Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini ialah untuk menambah rujukan bidang Hubungan Internasional yaitu perihal kajian diplomasi budaya Indonesia. Penelitian ini akan menggambarkan tentang Pemerintah Republik Indonesia, tepatnya KBRI Seoul yang melaksanakan diplomasi budaya menggunakan media festival yaitu *Itaewon Global Village Festival* di tahun 2022. Yang mana hal ini merupakan salah satu upaya Indonesia dalam mengenalkan budayanya di kancah internasional. Selain itu, terdapat kepentingan-kepentingan lain yang melandasi keikutsertaan Indonesai dalam festival tersebut.

2. Secara Praktis

Selain memberikan manfaat secara akademis, penelitian ini juga memberikan manfaat secara praktis yang diharapkan akan memberikan kontribusi bagi pemegang kepentingan khususnya aktor yang melakukan diplomasi budaya baik itu dari aktor pemerintah ataupun non-pemerintah dalam membentuk atau meningkatkan strategi dari diplomasi budaya pada media festival budaya.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan hasil penelusuran yang telah dilakukan peneliti ke berbagai buku, jurnal, dan situs internet, peneliti belum menemukan penelitian dengan topik yang serupa mengenai Strategi Diplomasi Budaya Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival. Tetapi, terdapat beberapa penelitian yang membahas terkait dengan diplomasi budaya Indonesia ke berbagai negara baik itu langsung pada negaranya ataupun melalui media lain seperti festival. Maka dari itu, peneliti menambahkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik dan pembahasan penelitian sehingga diharapkan akan menjadi acuan untuk membantuk dalam proses penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai studi literatur, pembanding dan pelengkap adalah sebagai berikut:

1. Skripsi yang disusun oleh Shavira Febrianti Noor Tiara, Tahun 2021. Universitas Muhammadiyah Malang, yang berjudul “Upaya Diplomasi Kebudayaan KBRI Seoul dalam Pengembangan Bahasa Indonesia di

Korea Selatan⁹”. Skripsi ini menjelaskan bagaimana diplomasi yang dilakukan oleh KBRI Seoul dalam pengembangan Bahasa Indonesia di Korea Selatan, di mana program yang dijalankan oleh KBRI Seoul seperti, Kelas Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA). Program ini bertujuan memperkenalkan Bahasa Indonesia kepada Masyarakat Korea yang tertarik dengan bahasa tersebut.

Walaupun aktor diplomasi yang diteliti ialah KBRI Seoul dan membahas topik diplomasi budaya, penelitian karya Shavira Febrianti Noor Tiara dan peneliti memiliki perbedaan di mana fokus penelitian dari peneliti sendiri adalah strategi diplomasi budaya melalui media festival yakni, *Itaewon Global Village Festival* dan berfokus pada tahun 2022. Dan penelitian dari Shavira ini berfokus pada diplomasi budaya pada pengembangan Bahasa Indonesia yaitu program BIPA.

2. Artikel karya Indah Fitrisari dan Erik Setiawan tahun 2020, Universitas Islam Bandung, yang berjudul “Strategi Humas Internasional KBRI Seoul dalam Mempromosikan Budaya Indonesia¹⁰”. Artikel ini membahas tentang bagaimana strategi dari humas KBRI Seoul dalam mempromosikan budaya Indonesia yang mana dapat dilihat bahwa hubungan kerjasama dari Korea Selatan dan Indonesia sudah terjalin cukup lama. Melalui *Join Vision Statement for Co-Prosperity and Peace*, kedua negara menyepakati untuk

⁹ Shavira Febrianti Noor Tiara, “UPAYA DIPLOMASI KEBUDAYAAN KBRI SEOUL DALAM PENGEMBANGAN BAHASA INDONESIA DI KOREA SELATAN,” *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG*, 2021.

¹⁰ Indah Fitrisari and Erik Setiawan, “Strategi Humas Internasional KBRI Seoul dalam Mempromosikan Budaya Indonesia” 6, no. 1 (2020).

meningkatkan status kemitraan menjadi *special strategic partnership* yang mana memiliki fokus pada empat sektor di antaranya: pertahanan dan hubungan luar negeri, perdagangan bilateral dan pembangunan infrastruktur, *people to people exchange*, dan kerjasama regional hingga global. Namun di tahun 2018, jumlah wisatawan Korea ke Indonesia mengalami penurunan sebesar 15,28% sehingga, KBRI Seoul pun terus berupaya melakukan promosi kebudayaan. Hasil dari penelitian ini adalah KBRI Seoul melakukan promosi budaya dalam praktiknya secara umum melibatkan suatu *event*, *advertising*, *media realtions*, dan melakukan kerjasama dengan publik suatu instansi atau perusahaan Korea Selatan.

Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu membahas terkait dengan strategi KBRI Seoul dalam mempromosikan budaya tetapi, penelitian ini memiliki titik fokus pada divisi Fungsi Ekonomi Kreatif & Digital, Percepatan Start Up dan Diplomasi Publik, serta beberapa aktor lagi yang berpartisipasi dalam festival tersebut. Sehingga, bukan pada divisi Humas Internasional. Selain itu, artikel ini memfokuskan kepada strategi dari Humas KBRI Seoul dalam mempromosikan budaya Indonesia melalui berbagai media tidak hanya melalui suatu *event* saja. Sedangkan peneliti berfokus pada strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh KBRI Seoul melalui media festival yaitu *Itaewon Global Village Festival* di tahun 2022.

3. Artikel karya Ni Luh Aulia Paquisa tahun 2018, Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran” Yogyakarta, berjudul “Peran KBRI Seoul dalam Promosi Budaya dan Pariwisata Indonesia di Korea Selatan 2015-2017¹¹”. Artikel ini membahas tentang peran KBRI Seoul untuk melakukan promosi budaya dan pariwisata Indonesia di Korea Selatan di tahun 2015-2017. Promosi yang dilakukan oleh KBRI Seoul ini berdasarkan Sidang Komisi Bersama ke-2 yang diselenggarakan oleh Kementerian Luar Negeri antara kedua negara pada tahun 2015. Dalam promosi budaya, KBRI di Seoul menggunakan kesenian Indonesia sebagai sarana promosi. Sementara itu, di promosi pariwisata, KBRI Seoul mempromosikan tiga hal khusus bidang pariwisata yaitu wisata kuliner, wisata olah raga, dan wisata alam sebagai sarana promosi. Keberhasilan yang dilakukan KBRI adalah terlihat melalui antusiasme masyarakat Korea Selatan dalam setiap acara budaya diselenggarakan oleh KBRI, jumlah warga Korea Selatan semakin meningkat wisatawan, dan meningkatnya frekuensi penerbangan antara kedua negara.

Kesamaan dari penelitian pada artikel ini yaitu mengaitkan KBRI Seoul dalam melakukan promosi budaya dan pariwisata Indonesia di Korea Selatan, tetapi peneliti tidak memfokuskan pada peran dari KBRI Seoul melainkan pada strategi yang digunakan oleh KBRI Seoul dan partisipan lainnya. Dan juga media yang diteliti oleh peneliti

¹¹ Ni Luh Aulia Paquisa, “PERAN KBRI SEOUL DALAM PROMOSI BUDAYA DAN PARIWISATA INDONESIA DI KOREA SELATAN, 2015-2017,” *UPN “Veteran” Yogyakarta* 10 (2018), <https://doi.org/10.31315/jsdk.v10i2.2592>.

adalah salah satu festival yang ada di Korea, lalu peneliti berfokus pada tahun 2022 saja.

4. Artikel yang disusun oleh Agis Anindia tahun 2022, Universitas Moestopo, yang berjudul “Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui *Korean Cultural Center* dalam Program *Hanbok Experience*¹²”. Artikel ini menjelaskan tentang bagaimana diplomasi budaya Korea Selatan melalui *Korean Cultural Center* dalam program *Hanbok Experience*, yang mana hanbok merupakan salah satu pilar kebudayaan dari Korea. Hanbok ini menggambarkan gaya hidup masyarakat Korea Selatan kepada masyarakat asing. Hasil penelitian dari Artikel karya Agis Anindia ini disimpulkan bahwa program *Hanbok Experience* ini adalah salah satu bentuk diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia. Dalam kegiatan tersebut, masyarakat Indonesia yang tertarik dengan kebudayaann Korea akan dijelaskan hal tersebut oleh staff KCC Indonesia, dari penjelasan terkait hanbok, cara menggunakan, berswafoto dengan hanbok, dan memainkan permainan tradisional Korea Selatan.

Diplomasi budaya pada artikel karya Agis Anindia ini bertumpu pada diplomasi yang dijalankan oleh Korea Selatan melalui *Korea Culture Center* dengan programnya *Hanbok Experience*, di mana Korea Selatan mengenalkan Hanbok kepada masyarakat Indonesia. Lain halnya dengan peneliti yang berfokus pada diplomasi budaya

¹² Agis Anindia, “DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN MELALUI KOREAN CULTURAL CENTER DALAM PROGRAM HANBOK EXPERIENCE” 2, no. 1 (2022).

Indonesia untuk mengenalkan berbagai budaya dan wisata kepada masyarakat Korea Selatan dan masyarakat asing lainnya yang hadir dalam *Itaewon Global Village Festival* tersebut.

5. Artikel yang disusun oleh Faradiba Fadhilah Wijaya dan Adiasri Putri Purbantina tahun 2022, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Karya ini berjudul “Diplomasi Budaya Indonesia melalui Batik di Korea Selatan¹³”, menjelaskan tentang bagaimana diplomasi budaya Indonesia melalui Batik di Korea Selatan pada tahun 2010-2021 dalam kerangka alat-alat diplomasi budaya, karena Korea Selatan merupakan salah satu mitra strategis Indonesia dalam menjalankan diplomasi budaya melalui batik yang mana memiliki pasar potensial untuk produk-produk Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah diketahui bahwa diplomasi budaya Indonesia melalui batik di Korea Selatan telah berhasil meningkatkan *awareness* dan minat akan Batik Indonesia hingga menguntungkan bagi sektor industri kreatif terutama batik bahkan di masa pandemi Covid-19.

Pada penelitian karya Faradiba dan Adiasri ini, berfokus pada promosi budaya melalui Batik di Korea Selatan dalam rentang waktu 2010 hingga tahun 2021 yang mana batik diketahui memiliki pasar potensial untuk produk-produk Indonesia. Sedangkan, pada penelitian ini berfokus tidak hanya pada batik melainkan berbagai kerajinan lain seperti kebaya, kain nusantara, pakaian tradisional, tarian, hingga

¹³ Faradiba Fadhilah Wijaya and Adiasri Putri Purbantina, “DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI BATIK DI KOREA SELATAN,” n.d.

pariwisata yang berusaha dikenalkan oleh Indonesia kepada masyarakat Korea Selatan ataupun masyarakat asing dalam *Itaewon Global Village Festival* di tahun 2022.

6. Skripsi yang disusun oleh Dian Junita Putri tahun 2020, dari Universitas Sriwijaya. Skripsi ini berjudul “Strategi Diplomasi Budaya Indonesia dalam *Culture Festival* di Turki¹⁴”, menjelaskan tentang bagaimana strategi Diplomasi Kebudayaan yang dilakukan oleh KBRI Ankara untuk meningkatkan *branding* melalui Indonesia Culture Festival. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Diplomasi Kebudayaan yang dilakukan KBRI Ankara melalui festival tersebut telah berjalan dengan baik, dibuktikan dengan meningkatnya keingin tahuan masyarakat Turki terhadap Indonesia sehingga berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan Turki ke Indonesia. Tetapi, diketahui pula bahwa masih ada kekurangan pada strategi ini di mana promosi terkait pariwisata Indonesia melalui media sosial menjadi hambatan dalam perkembangan branding Indonesia di mata masyarakat Turki.

Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu membahas terkait dengan strategi diplomasi budaya dalam media sebuah festival, yang mana penelitian karya Dian Junita Putri ini memiliki fokus pada *Culture Festival* di Turki dengan aktor diplomasinya adalah KBRI Ankara selain itu tujuan dari KBRI Ankara sendiri ialah untuk meningkatkan

¹⁴ Dian Junita Putri, “STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DALAM CULTURE FESTIVAL DI TURKI,” *Universitas Sriwijaya*, 2020.

branding Indonesia. Sedangkan peneliti berfokus pada strategi diplomasi budaya Indonesia dalam *Itaewon Global Village Festival* dengan beberapa kepentingan atau tujuan yang menjadi landasan berpartisipasinya Indonesia seperti meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia, mengenalkan budaya, dan lain sebagainya.

7. Artikel penelitian yang disusun oleh Siti Afifah Khatrunada dan Gilang Nur Alam tahun 2019, Universitas Padjadjaran. Artikel yang berjudul “Diplomasi Budaya Indonesia melalui *International Gamelan Festival* 2018 di Solo¹⁵”. Artikel ini menjelaskan terkait dengan diplomasi budaya Indonesia melalui acara budaya *International Gamelan Festival* tahun 2018 yang dilaksanakan di Solo. Kegiatan tersebut dilakukan oleh pemerintah Indonesia sebagai salah satu cara untuk meningkatkan citra positif negara di mata dunia. Hasil dari penelitian ini ialah *International Gamelan Festival* 2018 memberikan dampak positif bagi Indonesia dalam meningkatkan citra yang baik terhadap masyarakat asing, melalui program budaya pada festival tersebut. Juga dengan diplomasi budaya dapat membantu Indonesia dalam memberikan pengetahuan dan pengenalan mengenai budaya Indonesia terhadap peserta asing yang mengikuti *International Gamelan Festival* 2018.

Kesamaan dalam penelitian karya Siti Afifah dan Gilang ini ialah diplomasi budaya melalui jalur festival di mana pada festival tersebut

¹⁵ Khatrunada and Alam, “Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo.”

promosi budaya yang dilakukan yaitu dengan alat musik gamelan. Lalu, festival ini pun berlokasi di Solo dengan fokus tahun yaitu 2018. Sedangkan peneliti, membahas perihal strategi diplomasi budaya Indonesia dalam *Itaewon Global Village Festival* yang dilaksanakan di Korea Selatan di mana promosi budaya yang dilakukan oleh Indonesia ini tidak menggunakan alat musik melainkan dari tarian, pakaian tradisional, batik, kebaya, hingga pariwisatanya. Selain itu, peneliti memfokuskan pada tahun 2022 saja.

8. Artikel yang disusun oleh Setyasih Harini dan Halifa Haqqi tahun 2017, yang berjudul “Festival Kebudayaan Canberra sebagai Alat Diplomasi Pemerintah Indonesia di Australia (2014-2015)¹⁶”. Penelitian ini menjelaskan Festival Canberra sebagai alat diplomasi budaya Indonesia di Australia, di mana pada festival tersebut terdapat pertunjukan tarian tradisional dan juga Indonesia memiliki berbagai peluang untuk membuat pertunjukan budaya setelah insiden peretasan melalui festival ini. Hasil dari penelitian ini ialah diplomasi budaya melalui Festival Canberra dapat meningkatkan hubungan antara Indonesia dan Australia setelah insiden peretasan sehingga dengan adanya festival ini dapat meningkatkan wisatawan dari Australia.

Kesamaan dari penelitian ini terletak pada medianya saja yaitu sebuah festival budaya, yang mana jika penelitian karya Setyasih dan Halifa ini menggunakan media Festival Kebudayaan Canberra dan

¹⁶ Setyasih Harini and Halifa Haqqi, “FESTIVAL KEBUDAYAAN CANBERRA SEBAGAI ALAT DIPLOMASI PEMERINTAH INDONESIA DI AUSTRALIA (2014-2015),” 2017.

terletak di Australia dan juga diplomasi budaya yang dilakukan pada penelitian karya Setyasih dan Halifa ini untuk upaya meredam ketegangan antar kedua negara atas insiden peretasan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini berfokus pada strategi diplomasi budaya yang dilakukan dalam Itaewon Global Village Festival dengan promosi produk budaya yang dilakukan ini dengan tujuan damai seperti meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia, mengenalkan budaya, dan lain sebagainya.

9. Skripsi yang disusun oleh Vira Aulia tahun 2020, Uin Sunan Ampel Surabaya, yang berjudul “Strategi Diplomasi Budaya Indonesia Tahun 2016-2019 menuju Pusat Fesyen Muslim Dunia¹⁷”. Skripsi ini menjelaskan tentang strategi Diplomasi Budaya Indonesia di tahun 2016 hingga 2019 dalam mencapai pusat fesyen muslim dunia, di mana Indonesia sebagai anggota OKI dan menjadi salah satu negara yang mengekspor produk fesyen muslim terbesar ke-3, sehingga pemerintah terus mendorong Indonesia menjadi pusat fesyen muslim dunia. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh pemerintah di bawah kementerian perindustrian dan para desainer, serta pelaku usaha UKM adalah dengan mengikuti ajang peragaan busana muslim, membuat ajang peragaan busana muslim di Indonesia, dan memasarkan fesyen muslim melalui *e-commerce*.

¹⁷ Vira Aulia, “STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA TAHUN 2016-2019 MENUJU PUSAT FESYEN MUSLIM DUNIA,” *Uin Sunan Ampel Surabaya*, 2020.

Kesamaan penelitian ini ialah pada strategi diplomasi budaya Indonesia, tetapi fokus pada penelitian karya Vira Aulia ini terletak pada upaya Indonesia dalam mencapai pusat fesyen muslim dunia. Sedangkan penelitian peneliti yaitu pada strategi diplomasi budaya Indonesia pada sebuah media festival dengan mencapai tujuan dalam mempromosikan budaya dan meningkatkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia.

10. Skripsi karya Chinta Dewi Syahputri (2019), Universitas Sebelas Maret Surakarta, yang berjudul “*Solo Batik Carnival (SBC) sebagai Model Diplomasi Budaya Indonesia dalam Peningkatan Hubungan Bilateral Indonesia-Laos Tahun 2017*”¹⁸. Skripsi ini menjelaskan tentang strategi demokratisasi diplomasi Indonesia dengan menggunakan media *Solo Batik Carnival (SBC)* yang telah menjadi perhelatan rutin di Kota Solo sejak tahun 2008.

Kesamaan penelitian ini yaitu terletak pada bentuk diplomasinya yaitu pada sebuah festival di mana karya Chinta Dewi Syahputri ini menggunakan *Solo Batik Carnival* sedangkan penelitian ini menggunakan *Itaewon Global Village Festival* sebagai model diplomasinya. Tujuan dari diplomasi yang dilakukan oleh penelitian karya Chinta Dewi ini yaitu untuk meningkatkan hubungan Bilateral antara Indonesia – Laos di tahun 2017, sedangkan penelitian ini diplomasi yang dilakukan Indonesia dalam festival di Korea Selatan

¹⁸ Chinta Dewi Syahputri, “Solo Batik Carnival (SBC) sebagai Model Diplomasi Budaya Indonesia dalam Peningkatan Hubungan Bilateral Indonesia-Laos Tahun 2017,” *Universitas Sebelas Maret Surakarta*, 2017.

yaitu meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia, mengenalkan budaya, dan lain sebagainya.

F. Argumentasi Utama

Argumentasi utama yang akan diajukan untuk menjawab fokus penelitian dalam skripsi ini ialah, diplomasi budaya yang dilakukan Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival ini merupakan potensi besar bagi Indonesia dikarenakan Festival Itaewon ini merupakan salah satu festival terbesar dengan pengunjung yang terbilang sangat banyak dan pengunjungnya tidak hanya pada masyarakat lokal Korea Selatan saja tetapi juga masyarakat asing yang hadir. Sehingga, dengan hal tersebut bisa membuat budaya Indonesia lebih dikenal lagi di kancah internasional dan tujuan dari berpartisipasi Indonesia pada festival tersebut pun dapat tercapai. Dan argumentasi utama peneliti akan hal tersebut ialah, agar tercapainya diplomasi budaya, Indonesia melakukan berbagai strategi di antaranya adalah dengan terus menerus atau konsisten berpartisipasi dalam festival ini. serta berinovasi dengan menampilkan kebudayaan Indonesia yang belum pernah di tampilkan pada kancah internasional seperti pada tariannya. Kemudian membuat booth dan memakai pakaian adat yang menarik agar meningkatkan jumlah pengunjung sehingga lebih banyak lagi yang akan mengenal Indonesia.

G. Sistematika Pembahasan

Bentuk dari hasil penelitian yang berjudul “Strategi Diplomasi Budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* Tahun 2022 di Korea

Selatan” akan disusun menjadi lima bab. Berikut ini adalah uraian sistematika pembahasan pada setiap babnya:

Pertama, pada Bab I diartikan sebagai pendahuluan, akan terdiri atas beberapa bagian di dalamnya. Di bagian awal pendahuluan peneliti akan menguraikan latar belakang diangkatnya topik masalah dalam penelitian ini, yang terdiri atas penyajian data hasil pra-riset oleh peneliti yang saling terhubung dan membentuk sebuah rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Di bagian kedua dalam bab pendahuluan juga tersaji fokus penelitian yang hendak menjadi acuan dan fokus penelitian bagi peneliti yang akan di jawab melalui data-data yang ditemukan serta hasil analisa peneliti. Selain itu dibagian selanjutnya juga akan dijelaskan mengenai tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Tujuan penelitian sendiri disesuaikan dengan fokus penelitian dalam penelitian ini. Sedangkan manfaat penelitian akan diuraikan atas manfaat akademis dan praktis yang dapat diperoleh dari adanya penelitian ini. Selain itu, terdapat pula pemaparan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan atau sejenis dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Adanya uraian penelitian terdahulu merupakan bagian yang sangat penting guna menunjukkan persamaan dan perbedaan antara penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian terdahulu juga penting untuk menunjukkan orsinilitas dari penelitian. Selanjutnya adalah anggapan dasar atau argumentasi utama,

yaitu jawaban sementara yang diduga oleh penulis atas hasil *pre-riset*. Dalam bab ini juga akan diuraikan sistematika pembahasan atau penulisan sebagai pedoman bagi peneliti untuk menulis hasil dari penelitian secara runtut dan sistematis.

Kedua, Bab II merupakan kerangka konseptual yaitu berisikan konsep-konsep yang dikembangkan pada setiap variabel dalam fokus penelitian dengan tujuan sebagai landasan dasar pengetahuan. Pada hal ini, konsep yang digunakan oleh peneliti adalah diplomasi budaya yang menjadi alat analisis pada Bab IV.

Ketiga, Bab III yang berisi tentang metodologi penelitian, yang mana akan terdapat pemaparan terkait metode yang digunakan dalam melakukan penelitian. Metode penelitian yang akan diuraikan dalam bab ini antara lain, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan tingkat analisa, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pengujian keabsahan data.

Keempat, Bab IV merupakan bab pembahasan yang berisikan penyajian dan analisa data. Data yang di paparkan dalam bagian ini dapat berupa data primer dan data sekunder yang dapat mendukung penelitian. Selain itu, dalam bab ini akan dijelaskan dari proses penelitian mulai dari tahap penelitian sampai dengan tahap setelah pengumpulan data. Selanjutnya dalam bab ini juga akan dijelaskan hasil dari penelitian secara runtut sesuai dengan fokus penelitian yang

yaitu, bagaimana strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan. Setelah itu juga terdapat analisis penelitian dengan menggunakan konsep yang dipakai oleh peneliti dalam penelitian ini, yang mana data-data yang ada akan dianalisa menggunakan teori konsep diplomasi budaya. Dengan adanya analisis ini diharapkan dapat menjawab fokus penelitian dalam penelitian ini.

Kelima, Bab V yaitu, bab penutup. Yang mana peneliti menyajikan kesimpulan atas hasil yang didapatkannya selama penelitian. Selain itu, dalam bab ini peneliti juga akan memberikan saran terhadap beberapa pihak terkait dalam fokus kajian penelitian ini serta bagi perbaikan penelitian-penelitian serupa di waktu mendatang.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KERANGKA KONSEPTUAL

A. Diplomasi Budaya

Diplomasi sebagai kajian keilmuan dari Hubungan Internasional digunakan sebagai salah satu inisiatif mempromosikan negara, meningkatkan eksistensi, atau menyebarkan pengaruh ke negara lain untuk meraih kepentingan nasional bagi masing-masing negara. Diplomasi berbeda dengan kebijakan luar negeri, yang mana diplomasi ini dapat dianggap sebagai bagian dari kebijakan luar negeri. Terdapat dua unsur utama kebijakan luar negeri suatu negara. Pertama, tindakan dan strateginya untuk mencapai tujuan, contohnya interaksi suatu negara dengan negara lainnya dianggap sebagai tindakan kebijakan luar negeri. Tindakan ini dapat terjadi melalui hubungan antara pegawai pemerintah melalui diplomasi, jika tindakan ini tanpa menggunakan diplomasi maka akan membatasi tindakan kebijakan luar negeri suatu negara pada konflik¹⁹.

Pada awalnya diplomasi hanya merupakan sebuah alat mencapai suatu kebijakan luar negeri dalam lingkup HI mainstream, secara tradisional diplomasi dilakukan pada hubungan antar kedua negara dan dilakukan secara tertutup. Hal ini menekankan pada peran pemerintah yang dominan dalam membahas permasalahan global yang bersifat

¹⁹ Stephen McGlinchey, "Diplomacy," 2017, <https://www.e-ir.info/2017/01/08/diplomacy/>.

hard politics, contohnya perang. Diplomasi secara tradisional ini pun dianggap kurang efektif sehingga membawa jenis diplomasi baru yang aktor utamanya bukan hanya negara melainkan aktor non-negara, yang mana hal tersebut membuat berbagai isu, pemahaman, juga aktor yang terlibat dalam praktik diplomasi tersebut berkembang.

Akibat dari perkembangan itu, HI memunculkan kondisi yang mana para aktor non-negara semakin meningkat sehingga diperlukannya diplomasi yang memiliki lebih banyak peran publik. Diplomasi tersebut dapat disebut dengan diplomasi publik. Diplomasi publik menurut Nancy Snow merupakan sesuatu yang tidak terhindarkan yang berhubungan dengan kekuasaan, terlebih yang bersifat *soft power* yang tidak langsung mempengaruhi di antaranya seperti budaya, nilai, dan ideologi²⁰. Diplomasi publik ini terlihat sebagai suatu usaha untuk mempengaruhi individu atau organisasi di luar negaranya dengan mengubah perspektif terhadap individu ataupun suatu negara. Menurut Nicholas J. Cull terdapat beberapa komponen utama yang ada dalam pelaksanaan diplomasi publik, yaitu²¹:

1. Mendengarkan (*Listening*) sebelum melakukan diplomasi publik, aktor diplomasi harus mengumpulkan dan menyusun data tentang pendapat publik terkait isu tertentu. Yang mana pada data tersebut dapat digunakan sebagai arahan kebijakan dan pendekatan diplomasi publik yang akan digunakan. Pada

²⁰ Asep Saefudin Ma'mun, "DIPLOMASI PUBLIK DALAM MEMBANGUN CITRA NEGARA" 9 (2012).

²¹ Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons From the Past* (University of Southern California: Figueroa Press, 2009).

komponen ini, aktor diplomasi publik perlu lebih banyak mendengarkan masyarakat asing (*foreign audience*) untuk mendorong hadirnya pemahaman bersama (*mutual understanding*).

2. Advokasi (*Advocacy*). Pada komponen diplomasi publik, advokasi ini merujuk kepada upaya aktor diplomasi dalam mengelola lingkungan internasional dengan cara melakukan aktivitas komunikasi internasional. Advokasi dilakukan untuk secara aktif untuk mempromosikan suatu kebijakan, gagasan, atau kepentingan umum kepada masyarakat asing.
3. Diplomasi Budaya (*Cultural Diplomacy*). Pada komponen ini, diplomasi budaya dapat diartikan sebagai usaha dari aktor diplomasi dalam membuat sumber daya budaya serta pencapaian dari negaranya diketahui di luar negeri. Diplomasi budaya juga dapat diarahkan sebagai upaya aktor diplomasi untuk memfasilitasi penyebaran budaya ke kancah internasional. Secara tradisional, diplomasi budaya dapat dilaksanakan oleh negara yang mana bertujuan untuk mencapai kepentingan nasional dari suatu negara tersebut. Tidak hanya aktor pemerintah saja yang dapat melaksanakan diplomasi budaya ini, di masa kini banyak aktor non-pemerintah yang tertarik dengan bidang seni atau budaya dapat melakukan hal tersebut.

4. Diplomasi Pertukaran (*Exchange Diplomacy*). Pada ruang lingkup diplomasi publik, kegiatan pertukaran merujuk pada upaya aktor diplomasi untuk melakukan pertukaran masyarakat antarnegara dengan tujuan akulturasi ataupun studi. Hal ini dapat memberikan unsur timbal balik yang mana tentunya masing-masing negara memperoleh keuntungan.
5. Penyiaran Internasional (*International Broadcasting*). Upaya aktor diplomasi publik untuk berinteraksi dengan masyarakat asing melalui teknologi seperti radio, televisi, internet. Yang mana pada penyiaran internasional aspek yang paling kuat yaitu pada penggunaan berita, khususnya berita yang bersifat objektif.

Seperti yang telah diketahui bahwa diplomasi budaya merupakan salah satu komponen dari diplomasi publik. Yang mana pada praktiknya, istilah budaya sering kali dikaitkan hanya dengan seni, sastra, dan komponen budaya yang terlihat. Namun, pada konteks diplomasi budaya berbeda. Di mana menurut *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*, budaya itu haruslah dianggap dalam arti yang lebih luas seperti himpunan dari ciri spiritual, material, intelektual, dan emosional yang khas dari suatu masyarakat atau kelompok sosial. Yang mencakup selain dari seni, sastra, gaya hidup, cara hidup bersama, sistem nilai, tradisi dan kepercayaan.

Diplomasi budaya menurut Milton Cummings didefinisikan sebagai pertukaran ide, informasi, seni, bahasa, dan juga segala aspek pada budaya lain yang ada diantara negara dan masyarakatnya untuk mencapai pemahaman bersama. Yang mana maksud dari pertukaran tersebut ialah tidak hanya dapat berbentuk dua arah tetapi bisa menjadi satu arah seperti sebuah negara yang mempromosikan budaya negaranya kepada publik.

Menurut Warsito dan Kartikasari dalam bukunya yang berjudul “Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang Studi Kasus Indonesia”, mendefinisikan diplomasi budaya sebagai suatu usaha negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui aspek kebudayaan, baik dalam skala mikro seperti pendidikan, olahraga, ilmu pengetahuan, dan kesenian, yang dalam artian konvensional dapat dikatakan sebagai bukan politik, ekonomi, juga militer²².

Kartini Subekti berpendapat bahwa kebudayaan merupakan media penunjang yang efektif untuk melakukan diplomasi dan dapat menumbuhkan rasa saling pengertian, bahkan dapat mempertemukan pandangan-pandangan yang berbeda. Diplomasi kebudayaan dapat dilaksanakan melalui berbagai festival internasional perihal kebudayaan, seperti festival tari dari berbagai daerah atau negara, festival musik tradisional, pameran benda-benda tradisional, kerajinan

²² Tulus Warsito and Kartikasari Wahyuni, *Diplomasi Kebudayaan: Konsep Dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia* (Yogyakarta: Ombak, 2006).

tradisional, pertunjukan seni rupa seperti pertunjukan teater, juga makanan khas yang dimiliki oleh negara. Festival-festival seperti itu selalu menarik minat banyak kalangan masyarakat di negara akreditasi tempat seorang diplomat bertugas, yang mana dalam festival ini terjadi interaksi antar individu ataupun bangsa, sehingga ini dapat dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan diplomasi budaya²³.

Matthew Isaac Cohen mendefinisikan diplomasi budaya, di mana praktik diplomasi budaya ini melibatkan manajemen strategi serta penyebaran seni agar aktor lainnya selain pemerintah dapat memperoleh manfaat ekonomi atau politik juga dapat memperkuat *soft power* pada lingkup internasional²⁴. Maka dari itu, diplomasi budaya dikategorikan sebagai salah satu instrument *soft power*, di mana pada pelaksanaannya praktik dari diplomasi budaya ini dapat diselenggarakan atau berpartisipasi dalam bentuk pameran, pertukaran seniman, dan festival budaya internasional.

Lalu, ada pula pendapat dari Nicholas J. Cull yang menyatakan bahwa diplomasi budaya merupakan upaya aktor internasional melalui pengenalan budaya dari negaranya agar dikenal di mata dunia²⁵. maka dari itu, diplomasi budaya dapat dipraktikkan sebagai diplomasi melalui acara multikultural, pameran budaya, pertunjukan seni, berbagai festival budaya, serta wisata budaya. Aktor merupakan

²³ Drs. Mohammad Shoelhi, M.B.A., M.M., *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*, Kedua (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018).

²⁴ Matthew Isaac Cohen, "Inventing the Performing Arts: Modernity and Tradition in Colonial Indonesia." (Honolulu: University of Hawai'i Press, 2019).

²⁵ Cull, *Public Diplomacy: Lessons From the Past*.

sebuah komponen penting dalam menjalankan suatu diplomasi. Tidak hanya negara atau pemerintah saja yang bisa menjadi aktor dalam berdiplomasi seperti dari Kementerian Luar Negeri ataupun perwakilan negara seperti Kedutaan Besar Republik Indonesia. Melainkan aktor ini juga bisa bersifat non-negara atau non-pemerintah, baik itu kelompok, individu, hingga seluruh warga negara dapat menjadi bagian menjadi aktor diplomasi budaya. Maka dari itu, hubungan dari diplomasi budaya antar bangsa tidak hanya terjadi pada pihak pemerintahan saja.

Menurut Leonard, terdapat empat tujuan yang melatarbelakangi dilakukannya diplomasi budaya. Di antaranya, pertama *increasing familiarity*, yang mana hal ini bertujuan untuk membentuk, meningkatkan, serta memperbarui citra dari suatu negara di hadapan publik internasional. Kedua, *increasing appreciation* yaitu untuk membentuk pandangan positif negara dan untuk meyakini pihak lain agar dapat melihat suatu fenomena dari sudut pandang negara tersebut.

Ketiga, *engaging people*, yaitu untuk mendorong khalayak internasional dapat melihat suatu negara sebagai tujuan menarik untuk berwisata. Tidak hanya untuk mengajak masyarakat asing untuk berwisata ke negaranya, tetapi negara juga menggunakan langkah ini sebagai cara untuk memajukan produk lokal negara tersebut. Keempat, *Influencing People's Behavior*, yaitu untuk mendorong suatu perusahaan asing untuk berinvestasi juga untuk mendorong dukungan

publik agar negara tersebut mendapatkan pengakuan dalam lingkup internasional. Kemudian, diplomasi budaya memiliki bermacam-macam bentuk di antaranya²⁶,

- a. Pameran budaya, yaitu suatu acara yang dilaksanakan untuk menampilkan beragam kebudayaan yang ditampilkan di ruangan pameran. Kebudayaan ini bisa berupa artefak, seni lukis, seni sastra, seni media baru, seni pertunjukkan, kuliner, pakaian tradisional, dan produk kebudayaan lain yang dianggap memiliki peran strategis bagi kepentingan diplomasi budaya.
- b. Pertukaran budaya, yaitu sebuah kegiatan berbagai pengalaman dan penyebaruan pengetahuan dari tata kelola kebudayaan yang dianggap memiliki peran strategis bagi kepentingan diplomasi budaya.
- c. Festival, yaitu sebuah acara kebudayaan besar yang diselenggarakan di dalam ataupun di luar negeri.
- d. Misi kebudayaan, yaitu berupa pengiriman delegasi yang bertugas untuk melaksanakan pergelaran kebudayaan baik di dalam ataupun luar negeri.
- e. Lokakarya, yaitu sebuah forum pertemuan yang membahas suatu isu tertentu dalam bidang kebudayaan dan menyertakan peserta dalam jumlah yang besar.

²⁶ KEMDIKBUD, "PEDOMAN DIPLOMASI BUDAYA-WDB 2019," Google Docs, accessed April 16, 2023, https://drive.google.com/file/d/1RZcu9ODH949b_DwTu3aeRVvRF-saGzF5/view?usp=embed_facebook.

- f. Seminar, yaitu forum ilmiah yang membahas suatu topik kebudayaan dengan menyertakan ahli baik di dalam maupun di luar negeri.
- g. Konferensi, yaitu sebuah pertemuan ilmiah yang membahas mengenai isu kebudayaan dengan peserta yang banyak.
- h. Pelatihan kebudayaan, yaitu sebuah kegiatan dalam rangka untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam aspek kebudayaan melalui pengiriman tenaga ahli ke berbagai negara.
- i. Publikasi budaya, yaitu kegiatan untuk menyebarkan informasi melalui berbagai jenis media dan produk penerbitan.
- j. Pembangunan Rumah Budaya Indonesia, yaitu aktivitas yang mendorong terwujudnya pusat-pusat kebudayaan Indonesia yang terletak di luar negeri.
- k. Pengadaan peralatan kebudayaan, yaitu acara mengenai pengadaan dan pengiriman berbagai sarana visualisasi kebudayaan ke pihak terkait melalui perwakilan Indonesia di luar negeri contohnya KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia).

Diplomasi budaya memiliki elemen-elemen didalamnya, berdasarkan pendapat dari Mark dalam bukunya yang berjudul *Discussion Papers in Diplomacy: A Greater Role for Cultural Diplomacy* ia menjabarkan elemen tersebut di antaranya²⁷, pertama yaitu pelaku dan keterlibatan pemerintah (*actors and government*

²⁷ Simon Mark, "Discussion Papers in Diplomacy A Greater Role for Cultural Diplomacy," *Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'*, 2009.

involvement). Dalam usaha melakukan diplomasi budaya, perlu adanya keterlibatan antara aktor pemerintah dan aktor non-pemerintah yang bertujuan untuk mendukung tujuan politik luar negeri suatu negara dan memproyeksikan citra negara di luar negeri. Kedua, yaitu tujuan (*objective*). Tujuan konvensional dari diplomasi budaya adalah menciptakan sikap saling pengertian, mencegah etnosentrisme, stereotip ataupun pencegahan konflik. Selain itu, tujuan dari diplomasi budaya juga dapat mencakup untuk meningkatkan kerjasama perihal perdagangan, ekonomi, diplomatik, pertukaran budaya, menjadi tempat penghubung antara negara dengan pelaku diplomasi budaya di luar negeri (diaspora), dan menjaga hubungan bilateral apabila terjadi ketegangan.

Ketiga, kegiatan (*activities*). Pada usaha melakukan diplomasi budaya perlu mencakup suatu kegiatan budaya yang dapat berkontribusi dalam mencapai kepentingan nasional suatu negara. Kegiatan ini melibatkan pelaku seni seperti seniman, penyanyi, penari, dan lain sebagainya. Kegiatan budaya tidak hanya terbatas pada *high culture* saja tetapi juga budaya yang ditargetkan untuk masyarakat luas. Keempat, pendengar atau penonton (*audience*). Merupakan bagian yang penting dalam diplomasi budaya, di mana hal ini target diplomasi budaya yaitu publik negara tujuan.

B. Strategi Diplomasi Budaya

Dalam diplomasi budaya, agar tercapainya suatu kepentingan atau tujuan, tentunya terdapat berbagai strategi-strategi yang digunakan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah ilmu dan seni yang menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Selain itu menurut KBBI pula strategi merupakan sebuah rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai suatu tujuan²⁸.

Adapun pengertian strategi yang dikemukakan oleh Anthony Parrewe dan Kacmar yaitu, strategi merupakan rencana misi dan tujuan yang diwujudkan melalui sebuah rencana aksi guna mencapai sebuah tujuan dengan mempertimbangan kondisi-kondisi yang mungkin dapat mempengaruhi²⁹. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah metode atau rencana untuk mencapai suatu tujuan atau untuk menemukan solusi dari sebuah masalah.

Patricia M.Goff memetakan tiga strategi pelaksanaan dalam diplomasi budaya yaitu³⁰:

1. Koneksi atau connection. Yaitu menjalin koneksi dan memperkuat relasi yang menjadi hal penting dalam pelaksanaan diplomasi budaya guna menghadirkan

²⁸ KBBI, "Arti Kata Strategi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," accessed November 22, 2022, <https://kbbi.web.id/strategi>.

²⁹ William P Anthony, K Michele Kacmar, and Pamela L Perrewe, "Strategic Human Resource Management," Second (Orlando: Harcourt Brace and Company, 1999), 45.

³⁰ Patricia M Goff, in *Cultural Diplomacy* (The Oxford Handbook, 2013), 13–15.

kesepahaman bersama antar aktor yang terlibat didalamnya. Maka dari itu, aktor diplomasi budaya harus mengenal dengan baik identitas budaya negara yang direpresentasikan dan juga negara tujuan dari pelaksanaan diplomasi budaya (*host country*). Misalnya, para aktor dapat mencari kesamaan identitas antara kedua negara tersebut agar dapat menerapkan pendekatan yang tepat dalam pelaksanaan diplomasi budaya. Para pelaku diplomasi ini pun memiliki tugas dalam mempertahankan koneksi yang baik antar satu sama lain.

2. Konsistensi atau *Consistency*, yaitu secara konsisten para aktor dalam melaksanakan diplomasi budaya ini selalu dibutuhkan. Yang mana hal ini bertujuan untuk mendorong keberlanjutan dalam pelaksanaan diplomasi budaya dan selain itu konsistensi ini diperlukan agar hasil dari diplomasi budaya didapatkan secara maksimum. Selain itu, dengan adanya diplomasi budaya yang dilakukan secara konsisten, ketika hubungan antarnegara sedang mengalami ketegangan. Diplomasi budaya menjadi salah satu jalur yang tepat dalam penyelesaiannya dikarenakan diplomasi budaya merujuk langsung kepada masyarakat daripada pemerintah dalam suatu negara.
3. *Innovation* atau inovasi. Dalam pelaksanaan diplomasi budaya ini dapat memuat berbagai unsur kebudayaan seperti bahasa, pendidikan, dan kesenian. Walaupun begitu, pelaksanaan

diplomasi ini haruslah mengikuti arus dari perkembangan zaman. Diplomasi budaya yang bersifat dinamis dapat dilakukan dengan menghadirkan berbagai inovasi yang dapat disesuaikan dengan aktor yang terlibat, tujuan yang ingin dicapai, dan teknologi yang tersedia. Sehingga, diplomasi budaya haruslah memiliki pembaruan dari tahun ke tahun.

Penelitian ini selanjutnya akan memaparkan bagaimana strategi diplomasi budaya Indonesia dalam *Itaewon Global Village Festival* di tahun 2022. Kemudian peneliti menggunakan definisi diplomasi budaya yang dikemukakan oleh Milton Cummings yaitu diplomasi budaya merupakan tempat terjadinya pertukaran ide, informasi, seni, bahasa, dan juga segala aspek pada budaya lain yang ada diantara negara dan masyarakatnya untuk mencapai pemahaman bersama. Lalu, dalam penelitian ini bentuk kegiatan dari diplomasi budaya yang dilakukan oleh Indonesia yaitu berpartisipasi pada sebuah festival internasional. Hal ini sesuai dengan jalannya pengelompokan yang dipaparkan oleh Matthew Issac Cohen yaitu pelaksanaan dari diplomasi budaya ini di mana pada pelaksanaannya praktik dari diplomasi budaya ini dapat diselenggarakan atau berpartisipasi dalam bentuk pameran, pertukaran seniman, dan festival budaya internasional.

Kemudian, dalam penelitian ini pun akan menjabarkan dan menganalisa strategi diplomasi budaya Indonesia dalam *Itaewon*

Global Village Festival tahun 2022 dengan menganalisa pelaksanaan dalam berpartisipasi Indonesia pada festival tersebut khususnya pada tahun 2022 dengan strategi pelaksanaan diplomasi budaya yang dikemukakan oleh Patricia M. Goff, yaitu berupa konsistensi dan inovasi. Tidak hanya itu saja, penelitian ini juga menggunakan analisis pendukung menggunakan empat elemen diplomasi budaya yang dikemukakan oleh Simon Mark yaitu, keterlibatan aktor (*actors involvement*), tujuan (*objective*), aktivitas/kegiatan (*activities*), sasaran audiens (*audience*).

C. Itaewon Global Village Festival

Itaewon adalah salah satu distrik yang menonjol di Korea Selatan, tepatnya di Yongsan-gu, Seoul. Itaewon telah lama menjadi tempat bagi orang asing di antaranya, personel militer China, Jepang, dan Amerika. Pada abad ke-20 Itaewon merupakan tempat yang sangat tidak biasa, di mana orang asing dapat membentuk tempat tinggal kolektif dan membuka pasar untuk diri mereka sendiri. Masyarakat lokal pun mulai membuka pasar untuk orang asing, sehingga Itaewon menjadi tempat masyarakat asing dan Korea hidup berdampingan dalam jarak yang dekat.

Pada tahun 1997, *Itaewon Global Village Festival* berada di bawahnaungan *Itaewon Special Tourism Zone Association*, yang mana sejak tahun 2005 telah mendapatkan sponsor dari Kantor Yongsan-gu yaitu salah satu distrik di Kota Seoul kemudian mendapatkan sponsor pula dari pemerintah Kota Seoul. Yongsan-gu sendiri memiliki visi kota

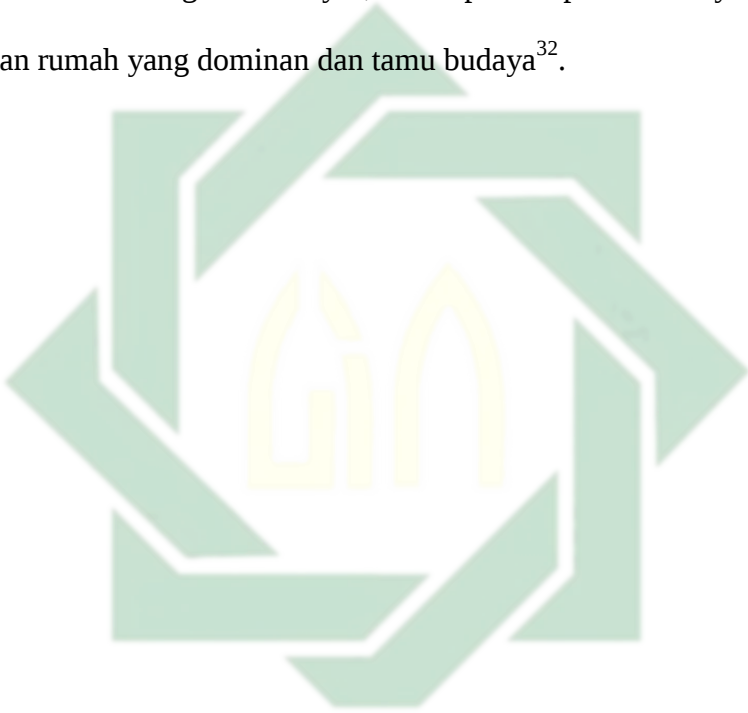
sebagai “pusat dunia” dan “desa global di Korea” yang mana hal ini Yongsan-gu ingin menunjukkan bahwa ia merupakan kota dengan berbagai macam kebudayaan tetapi tetap memfokuskan pada budaya Korea. *Itaewon Global Village Festival* merupakan salah satu festival terbesar dari sekitar 1300-an festival tahunan yang ada di Korea Selatan, festival ini diadakan setiap awal musim gugur yaitu sekitaran bulan oktober³¹.

Tujuan dari festival ini adalah untuk mengukuhkan Korea Selatan sebagai negara tempat bertemu dan berkembangnya berbagai tradisi budaya dari berbagai negara. Dengan kata lain, festival ini bertujuan untuk mempromosikan fertilisasi silang budaya diantara penduduk dari berbagai negara dengan menggunakan pertunjukan budaya. Festival ini sebagai tempat untuk memperlihatkan berbagai kepribadian di Itaewon kepada penduduk multikultural serta menampilkan budaya tradisional Korea kepada dunia.

Selama festival, acara utama adalah Parade Budaya Dunia dan pertunjukan di panggung utama. Karena misi festival ini adalah menciptakan “desa global”, festival ini berupaya menampilkan beragam budaya dari berbagai negara, termasuk pertunjukan tradisional dari Peru, Ekuador, Republik Sakha (Yakutia), Indonesia, dan masih banyak negara lainnya. Festival ini mengadakan semua programnya di area yang ditentukan, 'Zona Wisata Khusus Itaewon', sehingga mengarahkan fokus

³¹ Ka-eul Yoo, “Itaewon, ‘The Global Village’: Diagnosing Korean Multiculturalism through Its Dystopian Blueprints,” *Yonsei University* 6 (2012).

pada keragaman budaya yang dipamerkan. Idenya adalah bahwa dengan cara ini budaya yang kurang dikenal dapat memperkenalkan diri, dengan penonton diberi kesempatan untuk melihat setiap budaya "sama". Namun, segera menjadi jelas bahwa festival cenderung menganggap semua budaya non-Korea sebagai "Lainnya", menciptakan pemisahan yang kuat antara tuan rumah yang dominan dan tamu budaya³².



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

³² Ibid

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang tidak menggunakan kalkulasi angka³³. Definisi penelitian kualitatif menurut seorang ahli bernama Saryono adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.³⁴ Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa metode penelitian ini cocok bagi objek penelitian kali ini yaitu sebuah fenomena yang tidak dapat dijelaskan dengan sekumpulan angka seperti strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan. Kemudian mengenai jenis penelitian kualitatif yang digunakan, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif, karena penulis berkeinginan untuk menjelaskan objek penelitian secara akurat serta sistematis.

³³ Lexy J Moelong, "Metodelogi Penelitian Kualitatif" (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), 2.

³⁴ Anwar Hidayat, "Metode Penelitian Kualitatif," *Uji Statistik* (blog), October 14, 2012, <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html>.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan fokus pada penggalian data di instansi yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian, juga akan dilakukan secara *online*. Instansi tersebut yaitu, KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia) Seoul dan KTTI (Kelompok Tari Tradisional Indonesia). Selain kedua instansi tersebut peneliti juga menggali data dengan dan Mahasiswi awardee IISMA Universitas Hanyang. Tidak hanya menggunakan metode wawancara, penggalian data dilakukan melalui sumber online baik dari jurnal, portal berita ataupun website-website resmi terkait dengan topik penelitian.

2. Waktu Penelitian

Proses penelitian sekaligus penyusunan laporan akan dilaksanakan dalam kurun waktu kurang lebih 5 (lima) bulan terhitung dari bulan November 2022 hingga Maret 2023.

A. Subjek Penelitian dan Tingkat Analisa (Level of Analysis)

Pada penelitian ini, peneliti memposisikan Indonesia sebagai subjek penelitian. Terkait dengan tingkat analisis (*level of analysis*), peneliti menentukan tingkat analisis sesuai dengan identifikasi oleh Prof. Mochtar Mas'ood dalam karya bukunya yang berjudul Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi. Dalam ini, *level of analysis* menurut Prof. Mas'ood dikategorikan menjadi lima tingkatan, yaitu:

1. Perilaku Individu

Dalam level analisis ini, terdapat asumsi bahwa munculnya fenomena hubungan internasional adalah disebabkan oleh perilaku individu individu yang saling berinteraksi di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti harus menelaah sikap dan perilaku tokoh-tokoh pengambil keputusan seperti kepala pemerintahan, menteri luar negeri, penasihat keamanan, dan sebagainya untuk memahami fenomena hubungan internasional itu sendiri.³⁵

2. Perilaku Kelompok

Asumsi dalam level analisis ini menyatakan bahwa individu pada umumnya melakukan tindakan internasional dalam kelompok. Kelompok-kelompok kecil seperti halnya kabinet, dewan penasihat keamanan, elit politik, organisasi, birokrasi, departemen, atau badan-badan pemerintahan inilah yang pada dasarnya menentukan peristiwa-peristiwa internasional. Sehingga, fenomena hubungan internasional penting untuk dipahami dengan mempelajari perilaku kelompok-kelompok dan organisasi-organisasi yang terlibat dalam hubungan internasional. Karena sejatinya, hubungan internasional itu tidak terlepas dari hubungan antar berbagai kelompok.³⁶

³⁵ Mochtar Mas'od, "Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi" (Jakarta: LP3ES, 1990), 46.

³⁶ Ibid

3. Negara-Bangsa

Dalam konteks hubungan internasional, dapat diketahui bahwa segala tindakan internasional pada dasarnya banyak didominasi oleh perilaku unit negara-bangsa. Oleh karena itu, penting untuk mempelajari proses pembuatan keputusan (politik luar negeri) oleh unit negara-bangsa yang telah dianggap sebagai suatu unit yang utuh. Level analisis ini diasumsikan bahwa apabila dihadapkan pada situasi kondisi yang sama, maka para decision maker cenderung melakukan perilaku yang sama.³⁷

4. Pengelompokan negara-negara

Pada dasarnya, interaksi dalam hubungan internasional membentuk adanya suatu pola atau pengelompokan. Sehingga, tidak jarang negara-negara yang bertindak sebagai suatu kelompok. Oleh karena itu, dalam level analisis ini penting untuk mempelajari pengelompokan negara-negara seperti pengelompokan regional, pengelompokan sesuai dengan ideologi, aliansi, persekutuan ekonomi dan perdagangan, pengelompokan dalam PBB, dan lain sebagainya.³⁸

5. Sistem Internasional

Sistem sebagai suatu unit analisis penting untuk dipelajari. Hal ini dikarenakan sistem yang mencakup negara-bangsa di dunia beserta

³⁷ Ibid, hal 46-47

³⁸ Ibid, hal 47

interaksinya telah menentukan perilaku aktor hubungan internasional yang terlibat di dalamnya, terutama perilaku negara-bangsa.³⁹

Jika dilihat dari lima level analisa di atas, level analisis dalam penelitian ini adalah negara bangsa. Dikarenakan subjek dari penelitian ini merupakan Negara Indonesia yang merupakan *state actor* dalam hubungan internasional, disini pula Indonesia membentuk strategi Diplomasi Budaya sebagai jalan untuk mencapai kepentingan nasionalnya.

C. Tahap-Tahap Penelitian

1. Tahap Pra Penelitian

Pada tahap pra penelitian ini meliputi penyusunan rancangan penelitian yaitu proposal lapangan, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan penelitian pada pihak terkait, serta memilih dan memanfaatkan informan sebagai sumber data yang akurat, mempersiapkan perlengkapan penelitian baik dari perlengkapan fisik maupun non-fisik. Contohnya, di mana penelitian dilakukan untuk pengambilan data dengan metode studi literatur yaitu, mengumpulkan dokumen-dokumen seperti dokumen, berita, dan artikel resmi KBRI Seoul. Dan segala sesuatu yang berkaitan dengann topik penelitian yaitu Diplomasi Budaya yang dilakukan oleh Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun tersebut. Tahapan persiapan diawali dengan pertanyaan penelitian yang akan dijadikan topik penelitian. Kemudian, rumusan masalah yang ditempatkan pada

³⁹ Ibid

awal bab laporan penelitian, lalu pengumpulan konsep yang digunakan dalam penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

Proses penting yang dilakukan sebelum memasuki tahap pelaksanaan penelitian ialah proses perizinan. Karena prosedur seorang peneliti adalah dengan adanya izin dari objek yang akan diteliti. Setelah mendapatkan izin dari pihak yang ingin diteliti, peneliti mulai melakukan penggalian data yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat. Langkah selanjutnya adalah menghubungi pihak terkait untuk melakukan wawancara sesuai dengan pertanyaan yang sudah dipersiapkan oleh peneliti, pihak-pihak tersebut di antaranya seperti KBRI Seoul, KTTI, dan beberapa mahasiswa baik dari mahasiswa Korea Selatan ataupun mahasiswa Indonesia yang berkuliah di Korea Selatan untuk dilakukan penggalian data terkait dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Setelah mendapatkan data dari berbagai pihak tersebut, peneliti menggali data pula melalui website, jurnal, berita, dan artikel resmi yang ada di internet.

3. Tahap Analisis Data

Setelah peneliti melakukan semua tahapan diatas, dan telah mendapatkan data-data dari narasumber. Maka, peneliti dapat mengolah data yang sudah ditemukan untuk bisa dijadikan suatu bentuk kesimpulan yang nyata tanpa menambah atau mengurangi dari jawaban narasumber terkait. Pada tahap analisa data ini, peneliti

menggunakan konsep diplomasi budaya dan kepentingan nasional untuk melihat bagaimana strategi dari KBRI Seoul dalam mencapai kepentingan nasionalnya melalui *Itaewon Global Village Festival*.

4. Tahap Laporan

Pada tahap ini, peneliti menyusun laporan tertulis sebagai hasil dari penelitian. Dimulai dari latar belakang, konsep yang digunakan, serta penjelasan terkait dengan apa yang telah peneliti temukan selama penelitian ini berlangsung, serta kesimpulan yang didapat selama penelitian. Laporan yang dibuat ini akan berbentuk dalam sebuah skripsi, sehingga hasil dari penelitian ini dapat masuk kedalam arsip dan dijadikan bukti atas penelitian yang telah diajukan dan telah dilaksanakan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui beberapa metode yaitu, dengan menggunakan wawancara, dan dokumentasi yang berbasis digital, yang selanjutnya dapat diproses otomatisasi ataupun manual.

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data selanjutnya yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan kegiatan wawancara terstruktur secara mendalam dengan narasumber yang peneliti yakini memiliki akses data luas terkait topik penelitian. Sebagai

informasi, wawancara terstruktur ini merupakan model wawancara di mana peneliti telah mempersiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang jawabannya juga sudah dipersiapkan oleh narasumber.⁴⁰

Dalam penelitian ini, narasumber yang dipilih oleh peneliti adalah perwakilan dari KBRI Seoul serta perwakilan peserta dari *Itaewon Global Village Festival* yaitu KTTI sebagai narasumber utama. Selain itu, terdapat narasumber sekunder yaitu dari pihak Perpika yang mana merupakan salah satu mahasiswi *awardee* IISMA Universitas Hanyang yang mengikuti Festival Itaewon tersebut. Untuk melangsungkan kegiatan wawancara, peneliti menggunakan pedoman wawancara terstruktur secara sistematis, yakni dengan menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang sesuai dengan topik penelitian, kemudian pertanyaan tersebut akan diserahkan kepada narasumber yang telah dipilih untuk dipelajari terlebih dahulu.

2. Dokumentasi

Selain melakukan kegiatan observasi dan wawancara terstruktur, peneliti juga melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi yakni dengan membaca berbagai

⁴⁰ Ibid, hal 298-299

literatur dokumen yang telah diberi izin akses oleh KBRI Seoul berupa PPT, foto maupun artikel, yang sesuai dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti juga membaca berbagai literatur dokumen yang diperoleh dari buku cetak beserta literatur yang diakses dari internet seperti e-book, karya ilmiah, artikel jurnal, berita online, dan sebagainya, yang sesuai dengan topik pembahasan.

E. Teknik Analisis Data

Moloeng, mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan urutan dasar sehingga dapat ditemukan dan dapat dirumuskan hipotesa kerja seperti yang disarankan oleh data. Dalam analisis data dilakukan beberapa kegiatan di antaranya mengatur, mengurutkan mengelompokkan, memberikan kode, dan mengkategorikannya. Dari pemaparan di atas dapat dikatakan bahwa tahap analisis data merupakan salah satu tahap yang paling penting dan sentral dalam setiap penelitian.

Analisa data dalam strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan, yaitu kualitatif-deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan. Hasil analisis data akan berwujud penjelasan mengenai strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan.

Kemudian teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti ialah teknik analisis data model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yang mana melewati beberapa tahapan di antaranya,

1. *Data collection*, yakni peneliti melakukan pengumpulan data seluas mungkin dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Di mana terdapat beberapa narasumber yang dipilih peneliti untuk mengumpulkan data, di antaranya pihak KBRI Seoul, yaitu Ibu Amelia Limanjaya dan Sugiarto selaku sekretaris tiga dan tim pada Fungsi Ekonomi Kreatif & Digital, Percepatan *Start-Up* dan Diplomasi Publik. Yang selanjutnya yaitu Ibu Amelia Indriana selaku Ketua KTTI (Kelompok Tari Tradisional Indonesia), dan yang terakhir yaitu Salma Dwi Zahwa selaku *awardee* IISMA *Hanyang University* dan juga salah satu mahasiswi perpika yang berpartisipasi dalam *Itaewon Global Village Festival 2022* dan bertugas untuk menjaga booth kebudayaan. Selain itu, peneliti juga melakukan pengumpulan sumber data sekunder dengan cara menggali data dan fakta melalui media *online* seperti sumber website KBRI Seoul atau pemerintah, jurnal, dan artikel berita *online*.
2. *Data condensation*, yakni merupakan proses dari pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan berbagai

data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber. Pada penelitian ini, penulis melakukan kondensasi data dengan cara merapikan data yang telah didapat. Dengan melakukan hal tersebut, peneliti akhirnya dapat menghubungkan data satu dengan data lainnya sehingga hal ini akan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data.

3. *Display data* atau penyajian data. Pada tahap ini peneliti akan menyajikan data yang telah melalui proses kondensasi, dengan berupa kata-kata yang runtut. Tidak hanya itu, data-data ini pun dapat disajikan melalui bentuk gambar ataupun grafik agar penggambaran dan pendeskripsian data-data yang diperoleh dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca.

4. *Verification*, dalam tahap ini, peneliti akan melakukan pemeriksaan kevalidan data dan menarik sebuah kesimpulan yang tentu dapat menjawab rumusan masalah.

F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Menurut Moleong, pengecekan keabsahan data pada dasarnya selain digunakan sebagai alat untuk membantah tuduhan salah terhadap penelitian kualitatif, teknik ini juga bisa menjadi alat untuk mengatakan bahwa elemen yang ilmiah, juga merupakan elemen yang tidak ilmiah, hal

ini tidak terlepas dari sistem pengetahuan penelitian kualitatif⁴¹. Berdasarkan teknik-teknik dalam metode penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti akan menjelaskan teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan berdasarkan dalam penelitian kualitatif yang meliputi uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas, dan uji objektivitas.

1. Uji Kredibilitas

Pada tahap pengujian kredibilitas atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian ini, peneliti menggunakan metode triangulasi. Triangulasi merupakan cara untuk menggabungkan data dari berbagai sumber data yang ada. Hal ini bertujuan untuk memeriksa kebenaran data tersebut dengan cara membandingkannya dengan data lain yang ada. Dalam hal ini, peneliti membandingkan informasi dari berbagai sumber berita online tentang topik yang sedang diteliti, agar data yang didapatkan dapat diukur kebenarannya. Semakin banyak berita online yang membicarakan tentang suatu data tersebut, maka dapat dikatakan data tersebut benar adanya.

2. Uji Transferabilitas

Pada tahap ini, peneliti menguji transferabilitas data atau validitas eksternal dari hasil penelitian melalui penjabaran uraian hasil penelitian yang bersifat lengkap dan sistematis. Hal ini dilakukan

⁴¹ Lexy J Moelong, "Metodologi Penelitian Kualitatif" (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), 324.

untuk membuat hasil penelitian lebih mudah dipahami sehingga maknanya dapat tersampaikan secara penuh.

3. Uji Dependabilitas

Uji dependabilitas terhadap data penelitian dilakukan peneliti melalui pengkajian ulang data-data hasil penelitian dengan cara berkonsultasi kepada pembimbing, hal ini dilakukan dengan tujuan apabila terdapat kekeliruan, pembimbing dapat memberikan arahan untuk membenarkan kekeliruan tersebut.

4. Uji Objektivitas

Dalam tahap pengujian ini, peneliti berusaha untuk membuktikan objektivitas data hasil penelitian yaitu dengan cara menguji kembali data yang didapat mengenai “penelitian strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan”. Dalam hal ini, teknik yang digunakan adalah dengan melakukan triangulasi sumber, diskusi dengan teman, dan menggunakan bahan referensi. Bahan referensi yang sekaligus sebagai sumber data hasil penelitian diambil peneliti dari jurnal penelitian terdahulu yang sudah diakui kualitasnya dan dokumen-dokumen terkait dengan strategi diplomasi budaya Indonesia melalui *Itaewon Global Village Festival* pada tahun 2022 di Korea Selatan. Selain itu, peneliti juga mengambil data dari website resmi KBRI Seoul dan *Itaewon Global Village Festival* dan website-website resmi lainnya yang menyajikan data relevan dengan topik.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Diplomasi Budaya Indonesia di Korea Selatan

Indonesia melalui KBRI Seoul terus menerus melakukan promosi seni dan budaya Indonesia melalui berbagai kegiatan-kegiatan ke banyak kalangan masyarakat Republik Korea, hal ini tentunya sesuai dengan kepentingan Indonesia sendiri agar lebih banyak lagi yang mengenal Indonesia melalui keberagaman budayanya. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut di antaranya:

1. *Indonesia Day* yang dilakukan ke berbagai sekolah dan Museum, yang mana ini merupakan rangkaian kegiatan KBRI Seoul memperkenalkan Indonesia ke sekolah-sekolah dan di sekolah tersebut nantinya akan terdapat booth yang para siswanya dapat berfoto memakai pakaian tradisional Indonesia, bermain dengan alat musik khas Indonesia, serta mereka dapat mencicipi makanan khas Indonesia⁴².
2. Melalui KTTI (Kelompok Tari Tradisional Indonesia), yang mana KTTI ini berperan ketika melakukan promosi budaya pada kegiatan festival-festival salah satunya adalah *Itaewon Global Village Festival*. Kelompok ini selalu berlatih tari setiap hari Sabtu yang berlokasi di KBRI Seoul⁴³.

⁴²KBRI Seoul, "Indonesian Day," 2018, <https://www.facebook.com/page/606285152833976/search/?q=indonesian%20day>.

⁴³ Indriana, Amelia, 'Wawancara Bersama Ketua KTTI KBRI Seoul', Zoom, 4 February 2023

3. Membentuk kelas Gamelan untuk masyarakat Indonesia maupun masyarakat Republik Korea yang tertarik dengan budaya Indonesia dan dilaksanakan di *Seoul Institute of the Arts*. Kelas ini dibentuk pada tahun 2018, di mana KBRI Seoul bekerja sama dengan Seoul Institute of the Arts yang bertujuan untuk melestarikan dan mengenalkan budaya Indonesia pada masyarakat asing. Gamelan sendiri merupakan salah satu alat musik etnik dari Indonesia⁴⁴.
4. Kelas Bahasa Indonesia yang dilaksanakan di KBRI Seoul ataupun institusi yang berada di Korea Selatan. Program Bahasa Indonesia atau yang dikenal dengan Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (BIPA) dibentuk oleh bagian Atase Pendidikan dan Kebudayaan KBRI Seoul pada bulan Februari 2021. Program ini bertumpu pada unsur Bahasa sebagai wujud diplomasi budaya. BIPA ini tidak hanya membahas bahasa Indonesia sebagai pelajarannya tetapi juga berisi kelas terkait dengan promosi ekonomi kreatif Indonesia juga menghadirkan kelas Batik dan Gamelan⁴⁵.
5. Menyelenggarakan lomba-lomba di antaranya, karya tulis ilmiah, membuat video promosi wisata dan lomba pidato Bahasa Indonesia,

⁴⁴ KBRI Seoul, "KBRI Seoul Kembali Adakan Kelas Gamelan Di Seoul Institute Of The Arts," Kemlu.go.id, 2021, <https://kemlu.go.id/portal/id/read/2285/berita/kbri-seoul-kembali-adakan-kelas-gamelan-di-seoul-institute-of-the-arts>.

⁴⁵ KBRI Seoul, "Saranghae Indonesia: Belajar Bahasa Indonesia, Cintai Budaya Indonesia, Bersahabat Dengan Masyarakat Indonesia," Kemlu.go.id, 2021, <https://kemlu.go.id/seoul/id/news/15809/saranghae-indonesia-belajar-bahasa-indonesia-cintai-budaya-indonesia-bersahabat-dengan-masyarakat-indonesia>.

hal ini diselenggarakan untuk memperkenalkan Indonesia melalui bahasa⁴⁶.

6. Menyelenggarakan aktivitas-aktivitas yang berkolaborasi dengan Perpika (Perhimpunan Pelajar Indonesia di Korea) ataupun dengan kelompok masyarakat, yang mana seperti festival-festival budaya yang salah satunya ada Itaewon Global Village Festival⁴⁷.
7. Mengikuti festival atau pameran budaya (termasuk kuliner) juga pariwisata di antaranya, *Seoul Friendship Fair*, *ASEAN Culinary Festival*, *Seoul International Buddhism Expo*, *Korean Travel Fair*, *Hanatour International Travel Show*, *Busan Global Gathering*, *Modetour Travel Mart*, *Busan Film Festival*, dan tentunya *Itaewon Global Village*⁴⁸.
8. Penyelenggaraan demo memasak dengan juru masak dari Indonesia guna memperkenalkan kuliner Indonesia kepada Korea Selatan⁴⁹.
9. Membentuk panggung kesenian ketika perayaan Idul Fitri, kegiatan ini merupakan bagian dari *Open House* KBRI Seoul untuk seluruh masyarakat Indonesia dan juga mitra dari KBRI Seoul. Pada panggung

⁴⁶ Pengelola Web Kemdikbud, "KBRI Seoul Kembali Gelar Lomba Karya Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (BIPA) Korea Batch#2," Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, June 14, 2022, <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/06/kbri-seoul-kembali-gelar-lomba-karya-bahasa-indonesia-bagi-penutur-asing-bipa-korea-batch2>.

⁴⁷ KBRI Seoul, "Profil Negara dan Hubungan Bilateral," Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, accessed March 28, 2023, <https://kemlu.go.id/seoul/id>.

⁴⁸ Ibid

⁴⁹ Ibid

kesenian ini menyajikan berbagai ragam kebudayaan Indonesia yang mana tentunya menghadirkan pula berbagai kuliner khas Nusantara⁵⁰.

10. *Familiarization Trip*, yang mana merupakan suatu perjalanan guna mengenal lebih lanjut sebuah bidang atau daerah yang memiliki ikatan dengan suatu pekerjaan atau disebut juga dengan wisata pengenalan⁵¹. Biasanya wisata yang seperti ini diikuti oleh jurnalis, pihak hotel, ataupun agen perjalanan. KBRI Seoul membentuk *Familiarization Trip* ini sebagai ajang mempromosikan tempat wisata yang ada di Indonesia yang berguna untuk meningkatkan turis Korea Selatan untuk mendatangi tempat wisata Indonesia.

11. *Itaewon Global Village Festival* merupakan salah satu festival budaya terbesar di Korea Selatan dengan berbagai rangkaian acara yang dilakukan selama dua hari disepanjang jalan distrik Itaewon tepatnya pada zona khusus turis. Itaewon sendiri adalah salah satu distrik yang menonjol di Korea Selatan. Setiap tahun diadakannya festival ini diketahui pengunjungnya dapat mencapai hingga satu juta masyarakat, di mana perharinya lima ratus ribu pengunjung baik masyarakat lokal Korea Selatan ataupun masyarakat asing mendatangi festival ini. Hal ini tentunya dijadikan strategi promosi oleh KBRI Seoul untuk meningkatkan jumlah pengunjung parade budaya dan ekonomi kreatif

⁵⁰ B Josie Susilo Hardianto, "Mengobati Rindu Dan Kebersamaan Dalam Perayaan Idul Fitri Di KBRI Seoul - Kompas.Id," 2018, <https://www.kompas.id/baca/utama/2018/06/17/mengobati-rindu-dan-membangun-kebersamaan-dalam-perayaan-iedul-fitri-di-kbri-seoul>.

⁵¹ Zeynita Gibbons, "Malam Apresiasi Di Korea Selatan, KBRI: Upaya Tingkatkan Turis Korea Ke Indonesia," Antara News Sumbar, February 26, 2019, <https://sumbar.antaranews.com/berita/248242/malam-apresiasi-di-korea-selatan-kbri-upaya-tingkatkan-turis-korea-ke-indonesia>.

Indonesia serta *booth* Indonesia. Dan merupakan langkah baik untuk mengenalkan budaya Indonesia ke kancah internasional⁵².

B. Indonesia dalam Itaewon Global Village Festival Tahun 2022

Terdapat banyak festival yang berada di Negeri Ginseng, salah satu festival terbesar dan bisa dikatakan unik ialah *Itaewon Global Village Festival*. Seperti yang telah di ketahui bahwa Itaewon ini merupakan tempat berkumpulnya banyak wisawatan ataupun masyarakat asing yang tinggal pada distrik Yongsan-Gu tersebut. *Itaewon Global Village Festival* ini menyatukan perpaduan yang ciamik antara tradisi Korea dan budaya asing, sehingga menjadi salah satu perayaan paling beragam secara internasional di Seoul. Acara ini sudah diselenggarakan sejak tahun 2008 setiap awal musim gugur yakni pada bulan Oktober untuk mempertemukan budaya tradisional Korea dan budaya asing Itaewon agar daerah Itaewon dapat lebih menarik wisatawan selain itu, festival ini juga bertujuan untuk mempromosikan fertilisasi silang budaya diantara penduduk dari berbagai negara dengan menggunakan pertunjukan budaya⁵³. Ini adalah acara multikultural yang luar biasa di mana penduduk, baik masyarakat lokal maupun masyarakat asing, dapat belajar dan mengalami budaya yang berbeda.

⁵² Wulan Octaviani Nanda Madava, "RI Juara Umum Festival Budaya Itaewon 2022, Bangga!," *Sampaijauh.Com* (blog), October 19, 2022, <https://sampaijauh.com/ri-juara-umum-festival-budaya-itaewon-2022-bangga-22868>.

⁵³ Itaewon GVC Team, "[ITAEWON GVC] October 2022 Newsletter," 2022, <https://mailchi.mp/02118afad56b/itaewon-gvc-october-2022-newsletter>.

Pada *Itaewon Global Village Festival* ini terdapat berbagai rangkaian acara untuk menghibur masyarakat Korea Selatan juga masyarakat asing mengingat festival ini diikuti oleh berbagai negara sehingga budaya yang ditampilkan pun sangat beragam. Dengan mengusung tema yang berbeda-beda setiap tahunnya membuat festival ini kian menarik. Selama dua hari waktu pelaksanaan festival ini, terdapat beberapa panggung pertunjukkan yang menampilkan beragam aliran musik, drama, permainan unik, hingga K-Pop. Festival budayanya pun menampilkan parade budaya, booth souvenir, hingga booth kuliner yang tersaji oleh berbagai negara partisipan. Kemudian, festival ini juga menjadi ajang kompetisi nasional pertunjukan budaya tradisional dengan masing-masing negara salah satunya adalah negara Indonesia.

KBRI Seoul berpendapat bahwa *Itaewon Global Village Festival* ini merupakan acara yang memiliki potensi besar dalam mempromosikan budaya yang dimiliki negara kita. Mengingat bahwa pada setiap tahunnya jumlah pengunjung dari festival ini terus meningkat hingga diketahui tembus mencapai lebih dari 1 juta pengunjung, di mana jika dilihat perharinya masyarakat yang mengunjungi festival ini bisa sampai lima ratus ribu orang dengan berbagai asal negara tidak hanya masyarakat Korea Selatan saja. Maka dari itu, KBRI Seoul bisa melihat betapa besar potensi dari festival ini jika dilihat dari jumlah pengunjungnya saja dan hal tersebutlah yang menjadi target dari KBRI Seoul terus berpartisipasi dalam Festival Itaewon ini.

Sejak tahun 2016, Indonesia untuk pertama kalinya berpartisipasi pada *Itaewon Global Village Festival* atas undangan dari pihak distrik Yongsan-Gu yaitu salah satu distrik di Kota Seoul, Korea Selatan. Pihak festival mengundang seluruh kedutaan besar di Korea Selatan untuk berpartisipasi dalam *Itaewon Global Village Festival* dan menunjukkan kebudayaan khas dari masing-masing negara.

Di tahun 2022, pandemi covid-19 ini sudah mereda dan akhirnya *Itaewon Global Village Festival* ini diadakan kembali. Tetap dilakukan sepanjang jalan Itaewon, festival ini pun disambut baik oleh berbagai kalangan masyarakat lokal hingga asing. Festival ini dilaksanakan pada tanggal 15-16 Oktober 2022 di mana disampaikan bahwa masyarakat yang hadir kurang lebih 1 juta pengunjung baik dari masyarakat Korea Selatan ataupun masyarakat internasional dengan 14 negara yang mengikuti festival.



Gambar 1 : Poster Festival Itaewon 2022

Sumber : Website Itaewon 2022

Itaewon Global Village Festival tahun 2022 ini mengusung tema “*Let’s Get Together*” dengan acara utama dilakukan di Area Zona Wisata Khusus Itaewon, yang berlokasi antara Stasiun Hangangjin dan Noksapyeong. Dimulai pukul 10 pagi hingga 9 malam waktu Korea. Dengan berbagai rangkaian acara seperti tahun sebelumnya terdapat parade budaya, *music live*, *booth* yang menampilkan kerajinan tradisional hingga makanan dan minuman dari berbagai negara partisipan, kemudian terdapat pertunjukkan seni yang akan dilombakan.



Gambar 2: Festival Guide 2022

Sumber: Website Itaewon 2022

Acara puncak festival dan parade akan berlangsung pada pukul 3 sore di hari Sabtu. Parade ini diikuti lebih dari seribu peserta dengan 32 tim yang akan berpartisipasi dalam parade sepanjang 1,4 kilometer dimulai dari Stasiun Hangangjin melewati Stasiun Itaewon hingga ke panggung utama festival dekat Stasiun Noksapyeong. Kemudian, booth yang

menyajikan kerajinan budaya ataupun informasi-informasi terkait dengan negara itu dengan *booth* kuliner itu dibedakan. Namun, di tahun ini selain karena adanya protokol kesehatan untuk covid-19, para panitia Festival Itaewon tidak membuka booth kuliner untuk perwakilan negara pada booth nasionalnya baik menjual ataupun menyiapkan makanan basah seperti di tahun-tahun sebelumnya. Sehingga, yang membuka booth sendiri adalah para penjual makanan yang memang menjual makanan disekitar Itaewon.

Indonesia tentunya menjadi salah satu partisipan pada festival ini, kemudian festival ini merupakan bagian perhelatan Festival Indonesia yang dilaksanakan oleh KBRI Seoul. Seperti yang telah dijelaskan oleh Zelda Wulandari selaku Kuasa Usaha Ad Interim KBRI Seoul di mana Festival Itaewon ini merupakan gabungan dengan Festival Indonesia yang mana sudah dilaksanakan setiap tahun⁵⁴. Kedua kegiatan tersebut tertunda akibat dari pandemi dan karena banyaknya keterbatasan pula akhirnya baru diselenggarakan dan untuk pertama kalinya digabung pada tahun 2022.

Festival Indonesia merupakan agenda tahunan dari KBRI Seoul yang mana biasanya dilaksanakan secara terpisah. Festival Indonesia pada umumnya diadakan untuk mengundang para pelaku industri ekonomi kreatif dan pelaku budaya yang mana seluruhnya berasal dari Indonesia. Sehingga, pada festival tersebut terdapat booth yang berisi makanan hingga berbagai kerajinan khas Indonesia. Sebenarnya, dari penggabungan

⁵⁴ Kuswara, "Indonesia Raih Juara Pertama dalam Itaewon Global Village Festival 2022."

Festival tahun 2022 tersebut, tidak banyak perbedaan diantara kedua festival. Tetapi dengan adanya penggabungan tersebut, pengunjung yang datang tidak hanya melihat budaya dari Indonesia saja melainkan, pengunjung dapat melihat berbagai budaya lain dari 26 negara yang ada pada Festival Itaewon tersebut. Festival Indonesia 2022 kali ini bertujuan untuk mempromosikan kebaya sebagai busana yang mencerminkan identitas perempuan Indonesia.

Hal inilah yang melandasi keikutsertaan Indonesia dalam *Itaewon Global Village Festival* sebagai bagian dalam susunan kegiatan dari Festival Indonesia 2022. Pada festival tahun ini Indonesia mengerahkan banyak delegasi yaitu kurang lebih hingga 200 orang masyarakat Indonesia. Yang mana para partisipan mengikuti parade, booth, hingga kompetisi pertunjukkan seni khas dari masing-masing negara.

Parade budaya yang diikuti oleh Indonesia menampilkan berbagai busana tradisional Indonesia seperti kebaya, pakaian adat, batik, serta Wastra Nusantara dengan spanduk yang bertuliskan “Parade Ekonomi Kreatif dan Budaya Indonesia: Kebaya, Batik, dan Wastra Nusantara” diharapkan lebih banyak lagi masyarakat asing yang mengenal kain-kain dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Tak lupa pula booth Indonesia menampilkan berbagai kerajinan nusantara seperti batik ataupun wayang, kemudian di booth tersebut Indonesia juga memberikan informasi-informasi pariwisata untuk memperkenalkan Indonesia ke kancah dunia.



Gambar 3: Parade Budaya 2022

Sumber: Kemlu.go.id

Pertunjukkan yang ditampilkan Indonesia di panggung utama Festival Itaewon ini mampu menarik perhatian penonton, di mana Indonesia melalui KTTI (Kelompok Tari Tradisional Indonesia) menampilkan pertunjukkan yang berbeda dari tahun-tahun sebelumnya. Kali ini KTTI membawakan *medley* antara Tari Gantar dan Tari Belian Bawo dari Kalimantan Timur. *Medley* berarti menggabungkan, mengombinasikan, atau mencampurkan, sehingga tari *medley* nusantara merupakan kombinasi dari tari tradisional sebagai bentuk penghargaan tinggi terhadap suatu karya seni, rasa cinta, serta bangga terhadap budaya Indonesia⁵⁵.

Kedua tari tersebut berasal dari Suku Dayak, Kalimantan Timur. Tari Gantar melambangkan kegembiraan serta keramahan dari warga Suku Dayak saat menyambut tamu yang datang ke wilayah mereka. Selain itu, tarian ini biasanya dibawakan untuk upacara adat untuk memohon berkah

⁵⁵ SmadaNgawi, "Persembahan Tari Medley Nusantara Di Peringatan HUT Ke-76 RI," SMA Negeri 2 Ngawi (blog), August 17, 2021, <https://smadangawi.sch.id/smd.persembahan-tari-medley-nusantara-di-peringatan-hut-ke-76-ri/>.

kepada dewi padi⁵⁶. Kemudian, Tari Belian Bawo merupakan tarian yang sering ditampilkan dalam berbagai upacara adat Suku Dayak yang mana belian berarti cara penyembuhan orang sakit dan bawo berarti bukit atau gunung⁵⁷. Belian bawo sendiri adalah upacara adat yang berfungsi sebagai media pengobatan, upacara ini pun sudah ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda.



Gambar 4: Penampilan tari medley oleh KTTI

Sumber: Kemlu.go.id

Keikutsertaan Indonesia ini tidak hanya untuk memenuhi undangan dari pihak Itaewon, Korea Selatan. Melalui festival ini, Indonesia melihat peluang untuk melakukan diplomasi budaya yang mana dengan memperkenalkan budaya Indonesia agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung dari parade budaya dan ekonomi kreatif serta booth Indonesia. Tidak hanya itu, ada pula promosi dari Festival Indonesia 2022 sejalan dengan kepemimpinan Indonesia pada Forum G20 yang mana termasuk

⁵⁶ Kelas Pintar, “Mengenal Tari Gantar dari Kalimantan Timur,” *Kelas Pintar* (blog), April 18, 2022, <https://www.kelaspintar.id/blog/tips-pintar/kelas-5/mengenal-tari-gantar-dari-kalimantan-timur-15782/>.

⁵⁷ DJKI, “Tari Belian Bawo | KI Komunal | DJKI,” <http://kikomunal-indonesia.dgip.go.id/>, accessed March 22, 2023, <http://kikomunal-indonesia.dgip.go.id/index.php/jenis/1/ekspresi-budaya-tradisional/582/tari-belian-bawo>.

dari bidang ekonomi kreatif dan budaya. Atas antusias masyarakat Indonesia yang berpartisipasi dalam Festival Itaewon ini mampu membawa Indonesia meraih juara pertama dan mendapatkan medali emas. Indonesia meraih nilai tertinggi diantara 4 negara lain yang mampu memasuki final yaitu, Filipina, Ukraina, Nigeria, dan Kolombia.



Gambar 5: Indonesia meraih gold award 2022

Sumber: Kemlu.go.id

Dengan berbagai upaya yang dilakukan KBRI Seoul, tentunya memiliki dampak positif bagi citra Indonesia dan lebih banyak lagi yang mengenal Indonesia. Melalui wawancara dengan Salma Dwi Zahwa selaku *volunteer* yang menjaga *booth* kebudayaan, diketahui pula jumlah pengunjung booth budaya Indonesia ini selalu kedatangan banyak pengunjung baik itu warga lokal Korea Selatan hingga warga negara asing lainnya sehingga, dapat dikatakan selalu ramai oleh pengunjung. Kemudian, diketahui warga Korea Selatan terlihat tertarik selain kepada pariwisata Indonesia, mereka juga tertarik dengan batik dengan berbagai

motif unik yang dipajang pada booth budaya tersebut. Dengan antusias mereka bertanya terkait batik tersebut⁵⁸.

Lalu, pada sektor pariwisata yang mana ini menjadi salah satu unsur promosi dalam menarik wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia. Pada booth Indonesia di Festival Itaewon ini, terdapat brosur yang memperkenalkan destinasi wisata selain yang orang-orang asing ketahui yaitu pulau Bali. Maka dari itu, Salma Dwi Zahwa. Seorang mahasiswi program IISMA Korea Selatan yang bertugas dalam menjaga booth menjelaskan dan memperkenalkan bahwa terdapat destinasi wisata lain yang bisa dikunjungi oleh wisatawan asing yang tidak kalah menarik dari Bali. Salah satu destinasi wisata yang dikenalkan ialah Pulau Lombok. Promosi pariwisata yang dilakukan ini sudah jelas meningkatkan wisatawan dari Korea Selatan untuk mengunjungi Indonesia. Hal ini didukung pula dengan data dari KEMENPAREKRAF (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) yaitu pada table di bawahini,

TABEL 4 PERKEMBANGAN KUNJUNGAN WISMAN BERDASARKAN KEBANGSAAN
MENURUT PINTU MASUK UTAMA DAN LAINNYA (NONMPO)
BULAN DESEMBER TAHUN 2022 vs 2021

No.	Kebangsaan	Jumlah Kunjungan Wisman						Kontribusi (%)				Pertumbuhan (%)		
		2021		2022		Desember 2021	November 2021	2022		Desember 2022	November 2022	Desember 2022 thd Desember 2021	Desember 2022 thd November 2022	Jan-Des 2022 thd Jan-Des 2021
		Desember	Jan-Des	Desember	Jan-Des			Desember	November					
1	Malaysia	696	3.192	54.794	108.024	432.464	3,75	10,05	13,82	10,43	15.133,33	93,00	13.440,37	
2	Filipina	283	2.659	10.176	12.408	60.881	1,52	1,87	1,82	1,47	4.263,75	21,91	2.206,21	
3	Singapura	315	1.756	96.288	180.279	985.423	1,70	16,22	23,50	16,05	57.131,43	81,57	37.794,25	
4	Thailand	188	1.315	5.565	6.243	40.341	1,07	1,02	0,81	0,97	3.053,03	12,18	2.987,76	
5	Vietnam	85	285	6.711	6.874	61.209	0,46	1,23	0,90	1,48	7.893,02	2,43	21.376,84	
6	ASEAN Lainnya *)	1.593	10.534	31.344	43.076	242.376	8,56	5,75	5,73	5,84	2.660,58	40,30	2.200,89	
7	Hong Kong	-	1	17	131	151	0,00	0,00	0,02	0,00	-	670,50	15.000,00	
8	India	960	3.980	36.668	50.109	268.033	5,17	6,73	6,53	6,48	5.119,69	36,66	6.634,50	
9	Jepang	678	5.685	10.582	13.029	73.178	4,73	1,64	1,70	1,76	1.383,94	23,36	1.187,21	
10	Korea Selatan	1.194	9.549	19.098	22.018	120.636	6,37	3,51	2,87	2,91	1.756,83	15,29	1.311,11	

⁵⁸ Salma Dwi Zahwa, Wawancara bersama awardee IISMA Hanyang University, February 27, 2023.

TABEL 4 PERKEMBANGAN KUNJUNGAN WISMAN BERDASARKAN KEBANGSAAN MENURUT PINTU MASUK UTAMA DAN LAINNYA (NON PERBATASAN) BULAN OKTOBER TAHUN 2022 vs 2021														
No.	Kebangsaan	Jumlah Kunjungan Wisman					Kontribusi (%)					Pertumbuhan (%)		
		2021		2022		2021	2022		Oktober 2022 thd Oktober 2021	Oktober 2022 thd September 2021	Jan-Okt 2022 thd Jan-Okt 2021			
		Oktober	Jan-Okt	September	Oktober		Oktober	September				Oktober	Jan-Okt	
1	Malaysia	471	1.734	58.389	58.734	271.348	2,94	10,82	10,40	9,57	12.370,06	0,63	15.548,67	
2	Filipina	319	1.798	7.177	8.792	38.279	1,99	1,33	1,56	1,35	2.656,11	22,50	2.028,98	
3	Singapura	238	1.034	86.002	84.343	385.856	1,48	15,94	14,94	13,61	95.398,24	-1,90	37.216,83	
4	Thailand	192	942	5.107	7.426	28.533	0,95	0,95	1,32	1,01	4.785,53	-45,41	2.928,98	
5	Vietnam	12	168	9.564	8.677	47.624	0,07	1,77	1,54	1,68	72.206,30	-9,27	28.247,62	
6	ASEAN Lainnya *)	708	7.697	28.525	30.685	167.055	4,41	5,29	5,43	5,89	4.234,04	7,57	2.070,39	
7	Hong Kong	-	-	1	-	3	0,00	0,00	-	0,00	-	-100,00	-	
8	India	776	1.930	33.306	36.986	181.256	4,84	6,17	6,55	6,39	4.666,24	11,05	9.291,50	
9	Jepang	711	4.007	8.880	9.189	49.587	4,43	1,65	1,63	1,75	1.192,41	3,48	1.137,51	
10	Korea Selatan	1.233	5.776	14.585	18.224	79.519	7,69	2,70	3,23	2,81	1.378,02	24,96	1.276,71	

Gambar 7 : Perkembangan Wisman Ke Indonesia berdasarkan kebangsaan bulan Oktober-Desember 2022

Sumber: Kemenparekraf.go.id

Dari *table* diatas menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara khususnya Korea Selatan mengalami peningkatan yang signifikan pada setiap bulannya terhitung dari bulan Oktober hingga Desember 2022. Dan juga dapat dilihat dengan berbagai upaya yang salah satunya dengan diplomasi budaya pada sebuah festival juga cukup mempengaruhi untuk meningkatkan kunjungan wisata dari masyarakat asing setelah dibukanya border untuk mengunjungi Indonesia kembali membuat banyak wisatawan datang ke Indonesia. Lalu, pada data kemenparekraf tersebut diketahui bahwa dari wisatawan Korea Selatan yang berkunjung ke Indonesia berusia mulai dari 25-44 tahun dengan kedatangan terbanyak berdasarkan pada pintu masuk Bandar udara Ngurah Rai, Bali⁵⁹.

⁵⁹ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, “Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Desember 2022,” 2022, <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulan-desember-2022>.



Gambar 8: Data Pariwisata Bali

Sumber: *balimanagement.villas*

Bali merupakan destinasi wisata yang terkenal di kalangan masyarakat asing, maka dari itu selain data dari KEMENPAREKRAF terdapat pula data yang dilansir dari balimanagement.villas di mana hal ini mendukung bahwa wisatawan dari Korea Selatan memang banyak mengunjungi pulau dewata ini. Di mana, Korea Selatan menempati peringkat ke-4 negara dengan kunjungan wisatawan mancanegara terbanyak yang datang ke Bali.

Kemudian, terdapat pula data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menurut Kunjungan Wisatawan Mancanegara per bulan Menurut Kebangsaan juga menyatakan bahwa di tahun 2022, dari bulan oktober hingga desember wisatawan yang berkebangsaan Korea Selatan dari bulan ke bulan selalu meningkat di mulai pada bulan Oktober kunjungan ke Indonesia sebanyak 18.294, November sebanyak 19.160, dan di bulan Desember sebanyak 22.086 orang⁶⁰. Wisatawan Mancanegara (Wisman)

⁶⁰ Badan Pusat Statistik (BPS), "Kunjungan Wisatawan Mancanegara per Bulan Menurut Kebangsaan (Kunjungan), 2022," 2022, <https://www.bps.go.id/indicator/16/1470/2/kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-menurut-kebangsaan.html>.

yang berasal dari Korea Selatan ini, menjadi salah satu penyumbang wisatawan terbanyak yang mendatangi Indonesia.

Kendati demikian tidak bisa dipastikan hanya melalui Festival Itaewon saja masyarakat asing berkunjung ke Indonesia, mengingat tidak hanya satu upaya saja yang dilakukan oleh KBRI Seoul dalam meningkatkan pariwisata Indonesia. Tetapi bisa dikatakan bahwa promosi budaya yang dilakukan melalui festival budaya tersebut memiliki peran yang besar dalam peningkatan pariwisata.

Lalu, pada pengenalan produk melalui ekonomi kreatif yang mana terdapat dampak baik karena masyarakat luar dapat mengenal produk-produk Indonesia seperti yang ditampilkan pada booth Indonesia di Festival Itaewon 2022 ini. Tetapi, tidak hanya melalui festival ini saja, beberapa program lain dari KBRI Seoul yang memperkenalkan produk ekonomi kreatif seperti batik, makanan khas, penampilan angklung, gamelan, wayang, dan lain sebagainya juga membantu promosi ekonomi kreatif yang dilakukan di Korea Selatan.

C. Strategi Diplomasi Budaya Indonesia dalam *Itaewon Global Village Festival* tahun 2022 di Korea Selatan.

Patricia M.Goff dalam bukunya tentang diplomasi budaya, memetakan strategi pelaksanaan ke dua kategori yang peneliti gunakan yaitu⁶¹:

⁶¹ Patricia M Goff.

1. Strategi Konsistensi (*Consistency*)

Secara konsisten para aktor dalam melaksanakan diplomasi budaya ini selalu dibutuhkan. Yang mana hal ini bertujuan untuk mendorong keberlanjutan dalam pelaksanaan diplomasi budaya dan selain itu konsistensi ini diperlukan agar hasil dari diplomasi budaya didapatkan secara maksimum. Selain itu, dengan adanya diplomasi budaya yang dilakukan secara konsisten, ketika hubungan antarnegara sedang mengalami ketegangan. Diplomasi budaya menjadi salah satu jalur yang tepat dalam penyelesaiannya dikarenakan diplomasi budaya merujuk langsung kepada masyarakat daripada pemerintah dalam suatu negara.

Hubungan diplomasi Indonesia dengan Korea Selatan sendiri sudah terjalin selama 50 tahun, di mana dalam hal ini Indonesia selalu menjaga baik hubungan antar kedua negara dengan melakukan kerjasama ataupun hubungan diplomatik. Dalam peringatan hubungan diplomasi ke 50 tahun ini, Indonesia telah menyiapkan berbagai rencana kegiatan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, hingga kegiatan di bidang ekonomi kreatif, digital, serta budaya⁶². Lalu, dalam Festival Itaewon sendiri Indonesia sudah berpartisipasi aktif sejak tahun 2016 hingga sekarang. Menurut KBRI Seoul, Festival Itaewon ini memiliki potensi besar. Yang mana sebelum tahun 2022, sekitar tahun 2021 akhir KBRI Seoul membaca berita Festival Itaewon dihadiri sekitar 500 ribu orang

⁶² KBRI Seoul, "Peran Integral Media Adalah Salah Satu Kunci Sukses Persahabatan 50 Tahun Indonesia Korea Dan Kepemimpinan Indonesia Pada Asean | Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia," Kemlu.go.id, 2023, <https://kemlu.go.id/portal/id/read/4457/berita/peran-integral-media-adalah-salah-satu-kunci-sukses-persahabatan-50-tahun-indonesia-korea-dan-kepemimpinan-indonesia-pada-asean>.

tetapi ternyata di tahun 2022 kemarin pengunjung festival ini dihadiri sampai lebih dari satu juta pengunjung. Sehingga, dalam satu hari pengunjung Festival Itaewon bisa dihadiri sebanyak lima ratus ribu orang. Karena Festival Itaewon ini sebenarnya diselenggarakan selama dua hari. Jadi, kita bisa melihat betapa besar skala festival ini dari jumlah pengunjungnya saja mencapai angka satu juta, sehingga hal tersebut juga menjadi target KBRI Seoul terus berpartisipasi dalam Festival Itaewon⁶³.

2. Strategi Inovasi (*Innovation*)

Dalam pelaksanaan diplomasi budaya ini dapat memuat berbagai unsur kebudayaan seperti bahasa, pendidikan, dan kesenian. Walaupun begitu, pelaksanaan diplomasi ini haruslah mengikuti arus dari perkembangan zaman. Diplomasi budaya yang bersifat dinamis dapat dilakukan dengan menghadirkan berbagai inovasi yang dapat disesuaikan dengan aktor yang terlibat, tujuan yang ingin dicapai, dan teknologi yang tersedia. Sehingga, diplomasi budaya haruslah memiliki pembaruan dari tahun ke tahun. Indonesia di dalam *Itaewon Global Village Festival* di setiap tahunnya selalu membentuk pembaruan dalam penampilannya, hal ini dikarenakan Indonesia sendiri sangat kaya akan budaya sehingga, KBRI Seoul selalu mencoba untuk mempromosikan tidak hanya pada satu budaya Indonesia saja. KBRI Seoul juga ingin menyampaikan pada warga negara Korea Selatan dan Warga negara asing di Korea Selatan bahwa Indonesia ini juga memiliki budaya yang sangat beragam. Hal ini tentunya

⁶³ Amelia Limanjaya, Wawancara bersama Sekretaris Tiga Fungsi Ekonomi Kreatif & Digital, Percepatan Start-Up dan Diplomasi Publik KBRI Seoul, March 16, 2023.

untuk menarik banyak pengunjung pula agar melihat penampilan-penampilan Indonesia yang menarik.

Lalu, inovasi-inovasi tersebut akan peneliti analisis pula melalui elemen-elemen yang mendukung berjalannya diplomasi budaya. Mark dalam bukunya yang berjudul *Discussion Papers in Diplomacy: A Greater Role for Cultural Diplomacy* ia menjabarkan elemen-elemen dalam diplomasi budaya yaitu, keterlibatan aktor (*actors involvement*), tujuan (*objective*), aktivitas/kegiatan (*activities*), sasaran audiens (*audience*)⁶⁴. Dalam konteks ini, Indonesia melaksanakan diplomasi budaya dalam sebuah festival budaya yang dinamakan *Itaewon Global Village Festival* di mana Indonesia sudah berpartisipasi dalam festival ini sejak tahun 2016, pada saat itu KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia) di Seoul mendapatkan undangan dari distrik Yongsan-Gu untuk mengikuti festival ini.

a. Keterlibatan Aktor (*Actors Involvement*)

Dalam berpartisipasinya Indonesia, KBRI berkolaborasi dengan berbagai pihak WNI (Warga Negara Indonesia) yang tinggal di Korea Selatan dari berbagai latar belakang untuk meramaikan serta menyukseskan festival ini. Dan yang kita sudah ketahui pula bahwa diplomasi budaya tidak hanya aktor pemerintah saja yang dapat melaksanakannya, aktor non-pemerintah pun tentunya dapat pula melaksanakan diplomasi

⁶⁴ Mark, "Discussion Papers in Diplomacy A Greater Role for Cultural Diplomacy."

budaya ini. Pada *Itaewon Global Village Festival* tahun 2022, Indonesia mengundang lebih banyak masyarakat dibanding tahun-tahun sebelumnya, di mana di tahun 2022 Indonesia mengundang kurang lebih 200 Warga Negara Indonesia untuk berpartisipasi pada festival ini. Yang mana terdapat pihak-pihak dengan latar pekerja Indonesia, pelajar, hingga komunitas-komunitas lainnya.

Dalam pelaksanaannya, *state actor* atau aktor pemerintah yaitu, KBRI Seoul selaku pembuat kebijakan berjalannya diplomasi budaya dalam Festival Itaewon dan perhelatan Festival Indonesia tahun 2022, selain itu KBRI Seoul juga yang memberikan fasilitas-fasilitas lain selama berjalannya festival ini agar dapat terlaksana dengan baik. Kemudian, dari sisi *non-state actor* ada KTTI (Kelompok Tari Tradisional Indonesia) yang mana merupakan aktor tetap selama kurang lebih 7 tahun terakhir yang berpartisipasi pada festival tersebut. KTTI merupakan sebuah kelompok yang dibentuk pada tahun 2009 untuk mempromosikan budaya Indonesia khususnya pada bidang tari tradisional. Para penari KTTI belajar tarian secara otodidak.

Anggota KTTI tidak memiliki jumlah yang tetap, mengingat masing-masing anggota yang merupakan mahasiswa atau pekerja sehingga ketika masa studi habis atau kepentingan

kerja selesai maka mereka keluar juga dari KTTI. Bisa 20-30 orang, tahun 2022 ini terdapat 10-15 orang dengan latar belakang kebanyakan mahasiswa Indonesia ada pula pekerja, tenaga migran, dan warga diplomat⁶⁵. Tetapi, KTTI juga terbuka untuk masyarakat asing yang ingin mempelajari tarian tradisional mereka pernah menerima masyarakat asing seperti Korea, Peru, Kazakhstan, Amerika Serikat, Filipina, dan Brazil. Dalam Festival Itaewon 2022, KTTI menampilkan tari medley antara Tari Belian Bawo dan Tari Gantar di panggung utama *World Culture Award*.

Lalu, ada pula kolaborasi KBRI Seoul dengan PERPIKA (Persatuan Pelajar Indonesia di Korea), yang seringkali berpartisipasi dalam acara-acara promosi budaya dari KBRI Seoul yang tentu salah satunya adalah *Itaewon Global Village Festival*. Mahasiswa-mahasiswa yang ada di Korea Selatan ini turut memeriahkan parade serta bertugas menjaga *booth* kebudayaan, seperti yang peneliti wawancarai yaitu mahasiswa *awardee IISMA Hanyang University* yaitu, Salma Dwi Zahwa. Salma mengemukakan bahwa mereka diundang oleh pihak KBRI Seoul dan ia diberikan kesempatan secara *volunteer* berpartisipasi dalam menjaga *booth*, memberikan informasi

⁶⁵ Amelia Indriana, Wawancara bersama Ketua KTTI KBRI SEOUL, February 4, 2023.

perihal kebudayaan Indonesia yang di pameran, serta berinteraksi dengan pengunjung⁶⁶.

Selain dari KTTI dan PERPIKA, ada organisasi atau komunitas lain yang ikut berpartisipasi seperti DWP (Dharma Wanita Persatuan) KBRI Seoul, Perpik (Perserikatan Kawin Campur Indonesia-Korea), komunitas keagamaan, paguyuban, dan Forum APIK (Asosiasi Peneliti Indonesia di Korea) yang membantu meramaikan acara tersebut pada parade budayanya⁶⁷.

b. Tujuan (*Objective*)

Melaui *Itaewon Global Village Festival* di tahun 2022 ini, KBRI Seoul memiliki berbagai tujuan (*objective*) yang tentunya untuk mempromosikan budaya Indonesia, meningkatkan pariwisata Indonesia, menaikkan citra Indonesia di mata dunia, serta meningkatkan jumlah pengunjung baik parade budaya dan ekonomi kreatif. Di mana, sesuai dengan rencana strategi oleh Kementerian Luar Negeri Tahun 2020-2024 sendiri yang menyatakan bahwa Kementerian Luar Negeri berkomitmen untuk terus memajukan potensi kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia. Sehingga, KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia) didorong untuk

⁶⁶ Salma Dwi Zahwa, Wawancara bersama awardee IISMA Hanyang University.

⁶⁷ Amelia Limanjaya, Wawancara bersama Sekretaris Tiga Fungsi Ekonomi Kreatif & Digital, Percepatan Start-Up dan Diplomasi Publik KBRI Seoul.

mempromosikan budaya Indonesia sebagaimana untuk menaikkan citra Indonesia di mata dunia.

Selain itu, Festival Itaewon tahun 2022 ini juga merupakan perhelatan dari Festival Indonesia yang mana ini untuk pertama kalinya kedua festival tersebut disatukan. Festival Indonesia 2022 ini menjadi ajang dalam mempromosikan kepemimpinan Indonesia dalam Presidensi G20 tahun 2022 pada bidang ekonomi kreatif dan budaya. Maka dari itu, salah satu upaya KBRI Seoul untuk mencapai strategi yang ditetapkan oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia adalah dengan berpartisipasi dalam Festival Budaya yang diadakan di Korea Selatan, salah satunya *Itaewon Global Village Festival* ini yang dapat dikatakan menjadi festival budaya yang besar di Korea Selatan.

Selain itu, Kementerian Luar Negeri pun terus meneruskan memperjuangkan perlindungan terhadap kekayaan budaya Indonesia agar mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan pada forum UNESCO. Maka dari itu, berbagai Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) berusaha dalam mewujudkan target yang telah ditetapkan oleh Kementerian Luar Negeri. Salah satunya adalah dalam rangka mengupayakan pendaftaran kebaya di UNESCO atau yang bisa kita kenal semboyannya yaitu *Kebaya Goes to UNESCO*. Berbagai kedutaan di luar

negeri menggaungkan upaya ini seperti KBRI Washington dan tentunya KBRI Seoul membentuk konsep dalam Festival Indonesia dan perhelatannya di Festival Itaewon 2022 untuk mempromosikan kebaya sebagai busana yang mencerminkan identitas perempuan Indonesia.

c. Kegiatan (*Activity*)

Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh KBRI Seoul dan aktor lainnya dalam melaksanakan diplomasi budaya dalam *Itaewon Global Village Festival* tahun 2022 ini di antaranya, parade, *booth* kebudayaan, dan penampilan panggung utama *world culture award*. Pada tahun-tahun partisipasi Indonesia pada festival ini, tahun 2022 lah yang paling meriah karena delegasi Indonesia sebanyak kurang lebih 200 orang berpartisipasi pada festival ini. Tentunya parade yang dilaksanakan lebih meriah lagi, di mana berbagai pakaian adat, kebaya, dan batik beserta wastra nusantara memenuhi sepanjang jalan Itaewon. Dalam parade ini selain mempromosikan pakaian khas Indonesia, juga menjadi tempat untuk mempromosikan *Kebaya Goes to UNESCO* sesuai dengan tema spanduk yang digunakan “Parade Ekonomi Kreatif dan Budaya Indonesia: Kebaya, Batik, dan Wastra Nusantara”. Di mana hal tersebut menjadi salah satu upaya

KBRI unuk mendaftarkan kebaya menjadi Warisan Budaya Tak Benda milik Indonesia di UNESCO.

Pada bagian *booth* kebudayaan Indonesia menyiapkan berbagai strategi untuk mencapai tujuannya baik dari segi mempromosikan budaya Indonesia, pariwisata, meningkatkan jumlah pengunjung baik parade budaya dan ekonomi kreatif ataupun booth Indonesia. Ekonomi kreatif sendiri berarti usaha di bidang industri kreatif, di mana hal ini memiliki nilai budaya di dalamnya dan contohnya usaha batik, usaha kerajinan tangan, usaha perfilman, dan lain sebagainya. Pada *booth* Indonesia memiliki strategi untuk menarik pengunjung datang ke *booth* Indonesia, yaitu menampilkan pernik-pernik khas Indonesia yang mampu menarik mata pengunjung seperti motif batiknya, wayang, miniatur rumah adat, dan terdapat *booth* photo di mana pengunjung dapat berfoto dengan *frame* instagram KBRI Seoul (@indonesiainseoul). Kemudian, KBRI Seoul pun membagikan *snack* khas Indonesia, seperti kopiko dan wafer-wafer. Seperti yang telah diketahui bahwa permen kopiko asal Indonesia ini cukup terkenal di Korea Selatan karena beberapa kali muncul di serial drama korea. Selain itu, KBRI Seoul juga membagikan brosur yang berisikan destinasi wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan mancanegara

yang mana tidak hanya mengenalkan Bali tetapi juga tempat wisata lain seperti Lombok.



Gambar 6: Booth Indonesia 2022

Sumber: Kemlu.go.id

Lalu, pada penampilan Indonesia di panggung kompetisi *World Culture Award*, Indonesia berinovasi menampilkan tarian yang belum pernah ditampilkan sebelumnya. Yang mana melihat dari pola penilaiannya bahwa juri yang menilai lebih memperhatikan dari sisi estetika dari penampilannya. Pada penampilan tarinya, haruslah merupakan tari tradisional murni dari negara tersebut tanpa adanya fusion atau campuran dengan negara-negara lain. Maka dari itu, di tahun 2022 ini pihak KTTI memutuskan untuk menampilkan tari *medley* mengingat tari tersebut sangat menarik karena memadukan beberapa tarian

yang mana pada tarian tersebut tidak menghilangkan ciri tradisionalnya.

d. Sasaran Audiens (*Audience*)

Terkait dengan sasaran audiens (*audience*) sendiri, KBRI Seoul tentunya ingin menarik banyak pengunjung untuk mengenal budaya Indonesia tidak hanya dari masyarakat Korea Selatan saja fokusnya. Mengingat bahwa festival ini merupakan ajang festival budaya yang tidak hanya ada satu negara saja, melainkan dari beberapa negara yang memiliki perwakilan di Korea Selatan. Dengan Itaewon yang memiliki label distrik dengan berbagai kulturasi di dalamnya dan banyaknya masyarakat asing yang ada disana, sehingga kunjungan yang kita ketahui hampir lebih dari lima ratus ribu orang setiap harinya tersebut membuat hal ini menjadi potensi yang besar bagi Indonesia untuk mengenalkan budayanya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah disajikan diatas terdapat beberapa strategi yang digunakan oleh KBRI Seoul dalam melakukan diplomasi budaya Indonesia pada Itaewon Global Village Festival Tahun 2022 di Korea Selatan, yang pertama yaitu dengan melakukan konsistensi. Di mana Indonesia melihat bahwa potensi dari festival ini termasuk besar terlihat dari antusias pengunjung yang mendatangi festival tersebut perharinya. Dan diiringi dengan tujuan-tujuan dari Indonesia melakukan diplomasi budaya sesuai dengan rencana strategi dari Kementerian Luar Negeri menjadi landasan Indonesia secara konsisten berpartisipasi dalam Festival Itaewon.

Kemudian terdapat strategi lainnya yang dilakukan oleh Indonesia pada festival tersebut, yaitu inovasi. Indonesia melalui KBRI Seoul selalu melakukan inovasi atau pembaruan dalam setiap penampilan yang dilakukannya pada Itaewon Global Village Festival, hal ini dikarenakan Indonesia sendiri sangat kaya akan budaya sehingga, KBRI Seoul selalu mencoba untuk mempromosikan tidak hanya pada satu budaya Indonesia saja. KBRI Seoul juga ingin menyampaikan pada warga negara Korea

Selatan dan Warga negara asing di Korea Selatan bahwa Indonesia ini juga memiliki budaya yang sangat beragam. Hal ini tentunya untuk menarik banyak pengunjung pula agar melihat penampilan-penampilan Indonesia yang menarik. Inovasi atau pembaruan ini dapat disesuaikan dengan aktor yang terlibat, tujuan yang ingin dicapai, dan pelaksanaannya. Sehingga peneliti membentuk analisis pendukung dengan menggunakan elemen-elemen dalam diplomasi budaya sesuai dengan yang dikemukakan oleh Simon Mark.

Inovasi pada aktornya, KBRI Seoul dalam *Itaewon Global Village Festival* tahun 2022 ini berkolaborasi dengan lebih banyak Warga Negara Indonesia dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, yaitu sebanyak kurang lebih 200 orang. Baik itu dari KTTI, PERPIKA, PERPIK, DWP KBRI Seoul, Forum Apik, dan komunitas-komunitas lainnya yang hadir pada festival ini membuat acara lebih ramai dan membantu menyukseskan acara ini. Lalu pada tujuan Indonesia dalam festival tersebut di tahun 2022, tentunya untuk mempromosikan budaya Indonesia, meningkatkan pariwisata Indonesia, menaikkan citra Indonesia di mata dunia, serta meningkatkan jumlah pengunjung baik parade budaya dan ekonomi kreatif.

Selain itu, Festival Itaewon tahun 2022 ini juga merupakan perhelatan dari Festival Indonesia yang mana menjadi ajang dalam mempromosikan kepemimpinan Indonesia dalam Presidensi G20 tahun 2022 pada bidang ekonomi kreatif dan budaya. Kemudian, Festival

Indonesia dan perhelatannya di Festival Itaewon 2022 untuk mempromosikan kebaya sebagai busana yang mencerminkan identitas perempuan Indonesia.

Inovasi-inovasi dari kegiatannya pun tidak lupa untuk dilakukan. Pada parade yaitu, mengundang banyak massa untuk meramaikan parade budaya. Selain itu, di tahun ini tidak hanya menampilkan pakaian adat tetapi juga ada kebaya, batik, dan wastra nusantara. Lalu, pada penampilan panggung world culture award, KTTI menampilkan pembaruan yaitu mereka menampilkan tari medley atau tari gabungan antara Tari Belian Bawo dan Tari Gantar di mana hal ini belum pernah ditampilkan sebelumnya. Lalu pada booth kebudayaan, selain menampilkan produk budaya Indonesia juga memberikan informasi-informasi terbaru terkait dengan tempat wisata yang bisa dikunjungi oleh calon wisatawan asing.

Tidak hanya itu, terdapat *booth* photo di mana pengunjung dapat berfoto dengan *frame* instagram KBRI Seoul (@indonesiainseoul). Kemudian, KBRI Seoul pun membagikan *snack* khas Indonesia, seperti kopiko dan wafer-wafer. Terkait dengan sasaran audiens (*audience*) sendiri, KBRI Seoul tentunya ingin menarik banyak pengunjung untuk mengenal budaya Indonesia tidak hanya dari masyarakat Korea Selatan saja fokusnya tetapi juga masyarakat asing mengingat pengunjung dari festival ini tidak hanya masyarakat lokal saja.

B. Saran

Peneliti menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan yang ada dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini, baik itu dari proses analisis ataupun kesimpulan. Yang mana masih ada kemungkinan bahwa yang telah disampaikan oleh peneliti tidak sepenuhnya tepat. Serta, peneliti menyadari pula akan ketidaksempurnaan peneliti dalam menyampaikan penelitian ataupun hasil dari penelitian ini dikarenakan keterbatasan data yang didapat. Maka dari itu, peneliti membuka kesempatan yang selebar-lebarnya untuk pembaca memberikan masukan maupun saran yang nantinya akan dapat menyempurnakan penelitian ini, juga nantinya akan menambah wawasan peneliti terhadap penelitian ini.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang bisa diberikan peneliti, yaitu diplomasi budaya sangat perlu untuk terus dilakukan baik itu aktornya pemerintah ataupun non-pemerintah. Dengan semakin banyak yang memperkenalkan Indonesia ke kancah internasional, tentunya itu membuat tercapainya tujuan yang sudah ditetapkan. Tidak hanya itu, . Indonesia pun harus selalu membentuk citra baik dimata dunia. Sehingga, makin banyak lagi yang mengenal Indonesia. Lalu terdapat beberapa saran pula untuk peneliti selanjutnya ialah, peneliti selanjutnya bisa mencoba untuk mendapatkan lebih banyak narasumber, mengingat dalajm festival ini Indonesia mengundang berbagai pihak yang didalamnya memiliki beberapa aktor dalam melaksanakan diplomasi budaya seperti Dharma Wanita Persatuan KBRI Seoul (DWP), Forum

APIK, Perpika, dan lain sebagainya. Sehingga kita dapat pula mengetahui strategi-strategi diplomasi budaya dari sisi mereka.



DAFTAR PUSTAKA

Wawancara

Amelia Indriana. *Wawancara bersama Ketua KTTI KBRI SEOUL*, February 4, 2023.

Amelia Limanjaya. *Wawancara bersama Sekretaris Tiga Fungsi Ekonomi Kreatif & Digital, Percepatan Start-Up dan Diplomasi Publik KBRI Seoul*, March 16, 2023.

Salma Dwi Zahwa. *Wawancara bersama awardee IISMA Hanyang University*, February 27, 2023.

Buku

Anthony, William P, K Michele Kacmar, and Pamela L Perrewe. “*Strategic Human Resource Management*,” Second., 45. Orlando: Harcourt Brace and Company, 1999.

Cull, Nicholas J. *Public Diplomacy: Lessons From the Past*. University of Southern California: Figueroa Press, 2009.

Drs. Mohammad Shoelhi, M.B.A., M.M. *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*. Kedua. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.

Lexy J Moelong. “*Metodelogi Penelitian Kualitatif*,” 2. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002.

Mark, Simon. “*Discussion Papers in Diplomacy A Greater Role for Cultural Diplomacy*.” *Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael*,’ 2009.

Matthew Isaac Cohen. “*Inventing the Performing Arts: Modernity and Tradition in Colonial Indonesia*.” Honolulu: University of Hawai‘i Press, 2019.

Mochtar Mas’oed. “*Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi*,” 46. Jakarta: LP3ES, 1990.

Patricia M Goff. In *Cultural Diplomacy*, 13–15. The Oxford Handbook, 2013.

Warsito, Tulus, and Kartikasari Wahyuni. *Diplomasi Kebudayaan: Konsep Dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak, 2006.

Skripsi dan Jurnal

Anindia, Agis. “Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui Korean Cultural Center Dalam Program Hanbok Experience” 2, no. 1 (2022).

Dian Junita Putri. “Strategi Diplomasi Budaya Indonesia Dalam Culture Festival Di Turki.” Universitas Sriwijaya, 2020.

Fitrisari, Indah, and Erik Setiawan. “Strategi Humas Internasional KBRI Seoul dalam Mempromosikan Budaya Indonesia” 6, no. 1 (2020).

Harini, Setyasih, and Halifa Haqqi. “FESTIVAL KEBUDAYAAN CANBERRA SEBAGAI ALAT DIPLOMASI PEMERINTAH INDONESIA DI AUSTRALIA (2014-2015),” 2017.

Ka-eul Yoo, “Itaewon, ‘The Global Village’: Diagnosing Korean Multiculturalism through Its Dystopian Blueprints,” Yonsei University 6 (2012).

Khatrunada, Siti Afifah, and Gilang Nur Alam. “Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo.” *Padjadjaran Journal of International Relations* 1, no. 2 (August 31, 2019): 104. <https://doi.org/10.24198/padjir.v1i2.26125>.

Ma'mun, Asep Saefudin. “DIPLOMASI PUBLIK DALAM MEMBANGUN CITRA NEGARA” 9 (2012).

Ni Luh Aulia Paquisa. “PERAN KBRI SEOUL DALAM PROMOSI BUDAYA DAN PARIWISATA INDONESIA DI KOREA SELATAN, 2015-2017.” *UPN “Veteran” Yogyakarta* 10 (2018). <https://doi.org/10.31315/jsdk.v10i2.2592>.

“Rencana Strategis Kemlu 2020-2024,” n.d.

Shavira Febrianti Noor Tiara. “UPAYA DIPLOMASI KEBUDAYAAN KBRI SEOUL DALAM PENGEMBANGAN BAHASA INDONESIA DI KOREA SELATAN.” *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG*, 2021.

Syahputri, Chinta Dewi. “Solo Batik Carnival (SBC) sebagai Model Diplomasi Budaya Indonesia dalam Peningkatan Hubungan Bilateral Indonesia-Laos Tahun 2017.” *Universitas Sebelas Maret Surakarta*, 2017.

Vira Aulia. “STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA TAHUN 2016-2019 MENUJU PUSAT FESYEN MUSLIM DUNIA.” *Uin Sunan Ampel Surabaya*, 2020.

Wijaya, Faradiba Fadhilah, and Adiasri Putri Purbantina. “DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI BATIK DI KOREA SELATAN,” n.d.

Situs Internet

B Josie Susilo Hardianto. “Mengobati Rindu Dan Kebersamaan Dalam Perayaan Idul Fitri Di KBRI Seoul - Kompas.Id,” 2018. <https://www.kompas.id/baca/utama/2018/06/17/mengobati-rindu-dan-membangun-kebersamaan-dalam-perayaan-iedul-fitri-di-kbri-seoul>.

Badan Pusat Statistik (BPS). “Kunjungan Wisatawan Mancanegara per Bulan Menurut Kebangsaan (Kunjungan), 2022,” 2022. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1470/2/kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-menurut-kebangsaan.html>.

Darmawan, Rizky Aristyo. “How Can Indonesia and South Korea Use PD to Partner for Security Under the New Southern Policy?” USC Center on Public Diplomacy, June 23, 2021. <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/how-can-indonesia-and-south-korea-use-pd-partner-security-under-new-southern-policy>.

DJKI. “Tari Belian Bawo | KI Komunal | DJKI.” <http://kikomunal-indonesia.dgip.go.id/>. Accessed March 22, 2023. <http://kikomunal-indonesia.dgip.go.id/>.

indonesia.dgip.go.id/index.php/jenis/1/ekspresi-budaya-tradisional/582/tari-belian-bawo.

Hidayat, Anwar. “Metode Penelitian Kualitatif.” *Uji Statistik* (blog), October 14, 2012. <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html>.

Itaewon GVC Team. “[ITAEWON GVC] October 2022 Newsletter,” 2022. <https://mailchi.mp/02118afad56b/itaewon-gvc-october-2022-newsletter>.

KBBI. “Arti Kata Strategi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Accessed November 22, 2022. <https://kbbi.web.id/strategi>.

KBRI Seoul. “KBRI Seoul Kembali Adakan Kelas Gamelan Di Seoul Institute Of The Arts.” Kemlu.go.id, 2021. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/2285/berita/kbri-seoul-kembali-adakan-kelas-gamelan-di-seoul-institute-of-the-arts>.

———. “Peran Integral Media Adalah Salah Satu Kunci Sukses Persahabatan 50 Tahun Indonesia Korea Dan Kepemimpinan Indonesia Pada Asean | Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.” Kemlu.go.id, 2023. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/4457/berita/peran-integral-media-adalah-salah-satu-kunci-sukses-persahabatan-50-tahun-indonesia-korea-dan-kepemimpinan-indonesia-pada-asean>.

———. “Profil Negara dan Hubungan Bilateral.” Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Accessed March 28, 2023. <https://kemlu.go.id/seoul/id>.

———. “Saranghae Indonesia: Belajar Bahasa Indonesia, Cintai Budaya Indonesia, Bersahabat Dengan Masyarakat Indonesia.” Kemlu.go.id, 2021. <https://kemlu.go.id/seoul/id/news/15809/saranghae-indonesia-belajar-bahasa-indonesia-cintai-budaya-indonesia-bersahabat-dengan-masyarakat-indonesia>.

Kelas Pintar. “Mengenal Tari Gantar dari Kalimantan Timur.” *Kelas Pintar* (blog), April 18, 2022. <https://www.kelaspintar.id/blog/tips-pintar/kelas-5/mengenal-tari-gantar-dari-kalimantan-timur-15782/>.

KEMDIKBUD. "PEDOMAN DIPLOMASI BUDAYA-WDB 2019." Google Docs. Accessed April 16, 2023. https://drive.google.com/file/d/1RZcu9ODH949b_DwTu3aeRVvRF-saGzF5/view?usp=embed_facebook.

Kementerian Luar Negeri. "Profil Negara Dan Hubungan Bilateral." Accessed October 28, 2022. https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. "Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Desember 2022," 2022. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulan-desember-2022>.

Kuswara, Eris. "Indonesia Raih Juara Pertama dalam Itaewon Global Village Festival 2022," October 18, 2022. <https://koropak.co.id/18550/indonesia-raih-juara-pertama-dalam-itaewon-global-village-festival-2022>.

M Aji Surya. "Ketika Tari Betawi Dan Madura Bikin Heboh Festival Di Seoul." travel.detik.com, 2016. <https://travel.detik.com/travel-news/d-3322894/ketika-tari-betawi-dan-madura-bikin-heboh-festival-di-seoul>.

McGlinchey, Stephen. "Diplomacy," 2017. <https://www.e-ir.info/2017/01/08/diplomacy/>.

Pengelola Web Kemdikbud. "KBRI Seoul Kembali Gelar Lomba Karya Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (BIPA) Korea Batch#2." Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, June 14, 2022. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/06/kbri-seoul-kembali-gelar-lomba-karya-bahasa-indonesia-bagi-penutur-asing-bipa-korea-batch2>.

SmadaNgawi. "Persembahan Tari Medley Nusantara Di Peringatan HUT Ke-76 RI." SMA Negeri 2 Ngawi (blog), August 17, 2021. <https://smadangawi.sch.id/smd.persembahan-tari-medley-nusantara-di-peringatan-hut-ke-76-ri/>.

Wardibudaya. “Menuju Warisan Budaya Dunia: Proses Penetapan Warisan Budaya Tak Benda (Intangible Cultural Heritage) dan Warisan Dunia (World Heritage) Indonesia oleh UNESCO.” *Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya* (blog), October 5, 2017. <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/menuju-warisan-budaya-dunia-proses-penetapan-warisan-budaya-tak-benda-intangible-cultural-heritage-dan-warisan-dunia-world-heritage-indonesia-oleh-unesco/>.

Zeynita Gibbons. “Malam Apresiasi Di Korea Selatan, KBRI: Upaya Tingkatkan Turis Korea Ke Indonesia.” *Antara News Sumbar*, February 26, 2019. <https://sumbar.antaranews.com/berita/248242/malam-apresiasi-di-korea-selatan-kbri-upaya-tingkatkan-turis-korea-ke-indonesia>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A