

POTENSI FILM SEBAGAI SARANA DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA (PARTISIPASI INDONESIA DALAM BERLINALE INTERNATIONAL FILM FESTIVAL)

Riptanti Widya Tamara¹
NIM. 1102045190

Abstract

The result of this research indicate that the 'Special Mention' award earned by filmmakers became a trigger for Indonesia Government to implementation public diplomacy through film. Film can contains soft power such as national interests. Film can raises the latest global issues. In addition, film was chosen because the easiness to visualizing and presenting the character and identity of Indonesian people in friendly and efficient way. The implementation of such public diplomacy is expected to provide stable contribution to the Indonesian economy. By now, public diplomacy through film is on the right track. It demonstrates the promising potential for the success of Indonesian public diplomacy.

Keywords: *Public Diplomacy, Film, Soft Power, Berlinale International Film Festival*

Pendahuluan

Era globalisasi memberikan kemajuan dalam *Information Communication Technology* (ICT) masa kini. Kemajuan peralatan teknologi ini turut memberikan tantangan kepada perkembangan teknik berdiplomasi yang digunakan oleh negara-negara. Negara menambahkan keterlibatan *soft power* dalam teknik berdiplomasi, namun tidak meninggalkan penggunaan *hard power*. Perkembangan diplomasi masa kini yang lebih bersifat transparan, berjangkauan luas, dan lebih mengarahkan kepada arah sikap dan perilaku publik adalah beberapa aspek negara mulai melaksanakan diplomasi publik. Diplomasi publik sendiri merupakan salah satu instrumen dari *soft power*. (Citra Hennida, 2009)

Di Indonesia, pelaksanaan diplomasi publik Indonesia dimulai ketika Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (Kemlu) membentuk Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik (Ditjen IDP) pada tahun 2002. (Umar Hadi, <http://www.tabloiddiplomasi.org>, pada tanggal 28 Oktober 2016). Pembentukan Ditjen IDP ini untuk menyikapi paradigma negatif mengenai Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Setelah terjadinya peristiwa pembajakan pesawat milik *American Airlines* yang dilakukan oleh sekelompok Islam Radikal *Al-Qaeda* yang disebut sekelompok teroris dengan menabrakkan pesawat tersebut menara kembar gedung *World Trade Center* (WTC) dan gedung Pentagon Amerika

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: rifianti@gmail.com

Serikat pada tanggal 11 September 2001. (Fajar Nugraha, <http://news.metrotvnews.com>, pada tanggal 20 Juli 2017).

Pergantian pemerintahan tersebut tidak menghentikan pelaksanaan dari diplomasi publik yang telah dilakukan oleh pemerintahan sebelumnya. Pemerintahan Presiden Joko Widodo memperkaya pondasi kebijakan diplomasi publik dengan berlandaskan pada Pilar ketiga dari Trisakti, yaitu Pilar Budaya. Pilar tersebut terkandung dalam poin pertama Nawa Cita miliknya. Berikut adalah bunyi dari Pilar Budaya Trisakti: “Kepribadian dalam kebudayaan diwujudkan melalui pembangunan karakter dan kegotong-royongan yang berdasar pada realitas kebhinekaan dan kemaritiman sebagai kekuatan potensi bangsa dalam mewujudkan implementasi demokrasi politik dan demokrasi ekonomi Indonesia masa depan.” (*Jalan Perubahan untuk Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian – Visi Misi, dan Program Aksi Jokowi – Jusuf Kalla 2014*, 2014)

Berbagai perkembangan yang terjadi dalam era modern, termasuk pada bidang industri perfilman memacu kemampuan masyarakat Indonesia dalam menciptakan karya seni berupa film. Hal ini dibuktikan dengan keterwakilan Indonesia oleh Sineas dalam berbagai ajang perfilman berskala regional maupun internasional. Salah satunya dalam keikutsertaan para Sineas Indonesia di ajang *Berlinale International Film Festival (Berlinale)*. Sineas adalah istilah umum yang merujuk kepada seseorang yang ahli tentang cara dan teknik pembuatan film atau orang yang ahli dalam perfilman. (<https://kbbi.kemdikbud.go.id>, pada tanggal 20 Juli 2017).

Sineas mendapatkan penghargaan dalam partisipasinya membawakan film pendek yang berjudul ‘Sepatu Baru’ pada salah satu kategori program festival film pendek di *Berlinale* pada bulan Februari 2014. (Santana, <http://cinemapoetica.com>, pada tanggal 16 September 2015). Tidak hanya itu, Indonesia juga membawa delegasi lainnya dalam rangkaian acara *Berlinale* lainnya, seperti *European Film Market (EFM)* dan *Berlinale Talents*. (<http://www.kemlu.go.id>, pada tanggal 22 Februari 2016).

Keinginan Indonesia untuk terus mengembangkan diplomasi publik disebabkan oleh kekhawatiran mengenai pandangan dari publik internasional sebagai negara teroris, oleh karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Sebaliknya, pada kenyataannya Indonesia merupakan negara yang terdiri dari berbagai suku, etnis, ras, agama dan budaya yang hidup tentram berdampingan di dalamnya. Keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia tersebut perlu diperhatikan oleh masyarakat internasional.

Penghargaan film yang didapatkan oleh Sineas juga menyadarkan Pemerintah Indonesia bahwa film mampu dijadikan agen diplomasi publik berikutnya. Karena film bisa mengandung *soft power* di dalamnya. Uraian pada latar belakang ini menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Potensi Film sebagai Sarana Diplomasi Publik Indonesia (Partisipasi Indonesia dalam Berlinale International Film Festival)”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi film sebagai sarana diplomasi publik Indonesia.

Kerangka Dasar Konseptual

Konsep Diplomasi Publik

Menurut kamus istilah Diplomasi, diplomasi adalah sebuah perilaku dari hubungan yang terjadi antara negara yang berdaulat melalui perantara perwakilan resmi negaranya yang berada di negaranya maupun yang ditugaskan di luar negeri, mereka yang menjadi perwakilan akan melaksanakan layanan diplomasi atau menjadi seorang diplomat. (G.R. Berridge dan Alan James, 2001). Kemudian, definisi publik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang banyak (umum); semua orang yang datang (menonton, mengunjungi, dan sebagainya). (<https://kbbi.kemdikbud.go.id>, pada tanggal 5 Mei 2017).

Diplomasi publik menurut kamus istilah Hubungan Internasional (HI) ialah: “*Public diplomacy refers to government-sponsored programs intended to inform or influence public opinion in other countries; its chief instruments are publications, motion pictures, cultural exchanges, radio and television*”. (*Dictionary of International Relations Term*, 1987).

Berdasarkan pengertian di atas, dijelaskan bahwa diplomasi publik dapat dilakukan dengan berbagai macam instrumen serta memanfaatkan kecanggihan teknologi sesuai dengan perkembangan globalisasi. Semua kegiatan diplomasi publik adalah kegiatan yang disponsori oleh pemerintah guna menginformasikan atau mempengaruhi publik internasional.

Sebuah pertemuan “*The Present and Future of Public Diplomacy: An European Perspective*” pada tahun 2006 di Madrid, Spanyol mencoba mengumpulkan sejumlah para ahli dalam diplomasi publik di kawasan Eropa. Salah satunya Jan Mellisen. Menurut Mellisen, esensi dari diplomasi publik adalah untuk ‘*getting other people on your side*’, yang pada akhirnya diplomasi publik mampu mempengaruhi opini dan sikap orang lain. Sehingga dapat didefinisikan diplomasi publik sebagai pekerjaan yang bertujuan untuk mempengaruhi secara positif persepsi individu dan organisasi di luar negeri tentang negara sendiri. Diplomasi publik kemudian bisa dilihat sebagai instrumen dari *soft power*, yaitu kekuatan daya tarik dan reputasi seseorang di luar negeri. (Jan Mellisen, 2006).

Direktur Diplomasi Publik Kemlu Albusyra Basnur mengartikan diplomasi publik adalah diplomasi yang dilakukan oleh publik, individu maupun kelompok, dengan mengedepankan aset-aset Indonesia yang bersifat *soft power*, seperti nilai-nilai unggul suatu bangsa, etos kerja, prinsip-prinsip, atau seni budaya. Berbagai instrumen diplomasi publik antara lain (a) film cerita dan film dokumenter; (b) penyiaran televisi dan radio; (c) program pertukaran; (d) *arts and performances* di luar negeri, (e) internet, dan (f) kontak pribadi. (Albusyra Basnur, 2014).

Dirjen Informasi dan Diplomasi Publik Kemlu Esti Andayani, menyatakan bahwa karakter utama diplomasi publik mampu melibatkan semua *stakeholder*. *Stakeholder* diplomasi publik tidak hanya dari pihak pemerintah, tetapi bisa juga lintas pemerintah seperti swasta, pihak profesional, *Non-Government Organizations* (NGO), media, dan individu. (Esti Andayani, 2014).

Diplomasi publik bisa menggunakan beberapa jalur diluar pemerintah dalam pelaksanaannya (*multitrack diplomacy*) yang terbagi atas *nineth track diplomacy*. Sesuai dengan penelitian ini, diplomasi ini mampu menggunakan tiga jalur secara bersamaan, yaitu (a) *government (track one)*; (b) *private citizen (track four)*, dan (c) *communication and the media (track nine)*. (Louise Diamond, 1996). Penggunaan jalur-jalur tersebut dapat dijadikan sebagai pembagian dalam aktor-aktor diplomasi publik ini.

Diplomasi publik tentunya memiliki tujuan dalam rangkaian pelaksanaannya. Terdapat tiga tujuan utama diplomasi publik menurut Jay Wang. Tujuan-tujuan tersebut adalah: (a) mempromosikan tujuan dan kebijakan negara; (b) bentuk komunikasi nilai dan sikap, dan (c) sebagai saran untuk meningkatkan pemahaman bersama dan mutual trust antar negara dan masyarakat. (Jay Wang, 2006).

Diplomasi publik memiliki dimensi-dimensi dalam pelaksanaannya. Menurut Gyorgy Szondi terdapat empat dimensi dalam diplomasi publik. Dimensi-dimensi tersebut adalah: (Gyorgy Szondi, 2008).

- (a) Dimensi Pertama adalah terdapat ketegangan dalam kondisi berhubungan komunikasi dengan negara. Perang dan damai merupakan satu kesatuan;
- (b) Dimensi Kedua adalah terjadinya perubahan tingkatan objek komunikasi dari yang satu arah (persuasif) menjadi dua arah (*relationship building*);
- (c) Dimensi Ketiga adalah kepemilikan atas kemampuan atau power dalam mempengaruhi hasil yang diinginkan. Konsep *soft power* menjadi pusat dari beberapa konseptualisasi dari diplomasi publik walaupun hubungan antara *soft power* dan diplomasi publik masih samar dan kontroversial, (Joseph S. Nye, 2004).
- (d) Dimensi Keempat adalah hasil dari tindakan mempengaruhi yang akan menggunakan waktu untuk mendapatkan efek-efek secara jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. (Szondi, 2008).

Terdapat bentuk-bentuk praktik diplomasi publik yang terbagi dalam lima bentuk menurut Nicholas Cull. Berikut adalah klasifikasi praktik diplomasi publik: (Nicholas J. Cull, 2008).

- (a) *Listening* adalah aktor yang berusaha untuk mengendalikan lingkungan internasional dengan cara mengumpulkan dan menyusun data mengenai publik luar negeri bersama opininya. Penggunaan data tersebut untuk mengarahkan kepada kebijakan negaranya atau untuk memperluas pendekatan diplomasi publik. Praktik ini harus terlebih dahulu terlaksana sebelum *advocacy*, *cultural diplomacy*, *exchange diplomacy*, dan *international broadcasting*. Aktor internasional bertugas untuk mencari tahu tentang partisipan publik luar negeri dan mengarahkan mereka untuk mendengarkan daripada berbicara;
- (b) *Advocacy* adalah aktor yang berusaha untuk mengendalikan lingkungan internasional dengan aktivitas komunikasi internasional dengan secara aktif untuk mempromosikan kebijakan, ide, atau kepentingan nasional yang berkaitan dengan kebijakan luar negeri. Praktik ini dapat ditemukan dalam semua bentuk diplomasi publik, termasuk dalam jangka pendek yang bercondong pada dimensi diplomasi publik dan menempatkannya pada pusat dari struktur diplomasi publik;

- (c) *Cultural Diplomacy* adalah aktor yang berusaha untuk mengendalikan lingkungan internasional melalui pemberdayaan budaya dan pencapaian-pencapaian budaya yang telah diketahui oleh publik luar negeri dan akan memfasilitasi transmisi budaya luar negeri. Berdasarkan sejarah, diplomasi budaya berarti kebijakan sebuah negara untuk memfasilitasi beberapa contoh budaya untuk diekspor ke negaranya maupun ke negara orang lain. Terbentuknya beberapa organisasi yang berlandaskan diplomasi budaya dikarenakan oleh kekurangan pada praktik *advocacy* yang kaku, bertujuan untuk melaksanakan diplomasi terbuka sesuai dengan persyaratan dari diplomasi publik;
- (d) *Exchange Diplomacy* adalah aktor yang berusaha untuk mengendalikan lingkungan internasional dengan mengirimkan masyarakatnya ke luar negeri begitu pula sebaliknya dalam beberapa waktu yang bertujuan untuk mempelajari budaya atau akulturasi. Praktik yang melibatkan dua arah ini cenderung untuk memberikan ‘kesamaan’ pada diplomasi publik. Sesuai dengan visi berupa pembelajaran dan pengalaman secara internasional yang saling menguntungkan kedua belah pihak dan sewaktu-waktu dapat berubah,
- (e) *International Broadcasting* adalah aktor yang berusaha untuk mengendalikan lingkungan internasional dengan menggunakan teknologi seperti radio, televisi, dan internet untuk menjalin keterikatan dengan publik luar negeri. Praktik ini dapat dilaksanakan secara bersamaan dengan semua praktik diplomasi sebelumnya seperti *listening* (pemantauan publik sebagai partisipan penelitian), *advocacy* (memberikan informasi kerja dalam editorial atau kebijakan dalam siaran), *cultural diplomacy* (konten budaya yang terkandung), dan *exchange diplomacy* (pertukaran informasi, program, hingga personil siaran dengan pihak lainnya).

Sesuai dengan pemaparan dalam paragraf-paragraf sebelumnya, beberapa hal yang berkaitan dengan potensi film sebagai sarana diplomasi publik Indonesia adalah keterlibatan aktor-aktor non-pemerintah. Sineas dan Film merupakan agen-agen diplomasi terbaru yang bisa mempromosikan tujuan dan kebijakan negara atau nilai-nilai politik (yang terkandung dalam kepentingan nasional) secara tersirat melalui partisipasi-partisipasinya di ajang perfilman internasional.

Dapat disimpulkan pula bahwa Pemerintah Indonesia harus mempromosikan dan menginformasikan kepentingan nasional terlebih dahulu kepada Sineas sebagai bagian dari masyarakat dalam negaranya. Pemerintah berupaya untuk membentuk kepercayaan dari Sineas bahwa Pemerintah turut mendukung setiap langkah mereka menjadi representasi Indonesia dalam berbagai ajang perfilman internasional, salah satunya *Berlinale*.

Penggunaan dimensi diplomasi publik dan bentuk-bentuk praktik dalam diplomasi publik dijadikan alat dalam membantu menganalisa penulis untuk meneliti bentuk-bentuk upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia. Melihat bahwa film mempunyai potensi sebagai sarana diplomasi publik berikutnya.

Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah tipe deskriptif, karena penulis ingin memberikan kontribusi dalam pencarian dan pemahaman tentang bentuk upaya pelaksanaan

diplomasi publik menggunakan potensi film. Jenis data yang digunakan adalah jenis data sekunder dan primer. Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah teknik analisis kualitatif, yaitu menggambarkan persoalan berdasarkan fakta-fakta dan kemudian menarik kesimpulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur.

Hasil Penelitian

Perkembangan Diplomasi Publik Indonesia

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 1999 tentang Hubungan Luar Negeri mengamanatkan Pemerintah Indonesia untuk menjalankan *soft diplomacy*. Hal ini diatur secara khusus dalam Undang-Undang tersebut pada penjelasan dari pasal 4 yang menyatakan: "Diplomasi yang dimaksud dalam pasal ini ... diplomasi yang mencari keharmonisan, keadilan dan keserasian dalam hubungan antar negara, menjauhi sikap konfrontasi ataupun politik kekerasan/kekuasaan (*power politics*), menyumbang penyelesaian berbagai konflik dan permasalahan di dunia, dengan memperbanyak kawan dan mengurangi lawan ... "

Indonesia menjadikan diplomasi publik sebagai bagian integral dari diplomasi secara keseluruhan. Diplomasi publik tersebut dijalankan oleh Ditjen IDP, sebuah organ baru dari Kemlu yang dibentuk pada tahun 2002 atas dasar pembenahan pada Kemlu. Pembenahan tersebut difokuskan pada tiga hal. Pertama, Kemlu melakukan restrukturisasi organisasi departemen. Kedua, Kemlu melakukan restrukturisasi perwakilan. Ketiga, Kemlu melakukan pembenahan progresi diplomasi. (Hadi, <http://www.tabloiddiplomasi.org>, pada tanggal 28 Oktober 2016). Melalui Ditjen IDP, Indonesia dapat melakukan diplomasi total pada tingkat internasional dengan melibatkan berbagai stakeholder di Indonesia.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Luar Negeri Nomor 7 Tahun 2011 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Luar Negeri Pasal 630 dan Pasal 631, Ditjen IDP berperan dan memiliki tugas untuk merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standarisasi teknis di bidang informasi dan diplomasi publik. Agar pelaksanaan tugas Ditjen IDP selaras, maka terdapat lima fungsi dari organ tersebut, yaitu:

- (a) Perumusan kebijakan di bidang informasi dan diplomasi publik;
- (b) Pelaksanaan kebijakan di bidang informasi dan diplomasi publik;
- (c) Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang informasi dan diplomasi publik;
- (d) Pemberian bimbingan teknik dan evaluasi di bidang informasi dan diplomasi publik,
- (e) Pelaksanaan administrasi Ditjen IDP.

Pelaksanaan diplomasi publik yang diselenggarakan oleh Ditjen IDP menginginkan adanya partisipasi dari masyarakat. Pemerintah ingin terjadinya interaksi diplomasi publik Indonesia dengan cara *people-to-people*. (Andri Hadi, <http://www.tabloiddiplomasi.org>, pada tanggal 2 November 2016). Aktor diplomasi publik tidak memiliki batasan sesuai dengan karakter diplomasi publik yang dinyatakan oleh Kemlu. Diplomasi publik mampu melibatkan semua stakeholder. (Andayani, 2014). Proses pelaksanaannya pun, juga menyesuaikan pengertian diplomasi publik menurut Kamus istilah HI, kemampuan bagi pemerintah untuk

memberikan dukungan dalam perkembangannya dengan menggunakan beberapa instrumen berupa publikasi, film, pertukaran budaya, radio, film, dan televisi serta melibatkan dukungan dari masyarakat. (*Dictionary of International Relations Term*, 1987).

Potensi Film sebagai Sarana Diplomasi Publik Indonesia

Perkembangan ICT, membuat pilihan-pilihan alat dalam berdiplomasi menjadi lebih beragam. Perkembangan ini turut pula memunculkan kesadaran akan isu-isu global yang lebih beragam. Isu-isu tersebut seperti lingkungan, pariwisata, terorisme, kesehatan, Hak Asasi Manusia (HAM), kemiskinan, dan lain lain untuk dapat menjadi sasaran dari diplomasi publik ini. (Andayani, 2014). Sebagai bagian dari masyarakat internasional, Indonesia turut peduli terhadap perkembangan berbagai tersebut. Perkembangan ICT menyadarkan Indonesia akan pentingnya pelaksanaan diplomasi publik dalam politik luar negeri dan masyarakat dalam dunia yang semakin terkoneksi ini. (Basnur, 2014).

Penghargaan ‘*Special Mention*’ yang diterima oleh Sineas di *Berlinale* pada bulan Februari 2014 menambah deretan prestasi oleh Sineas sebelumnya di luar ajang *Berlinale*. Pemerintah Indonesia melalui perwakilan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) Berlin memberikan sambutan kepada Sineas yang mengikuti rangkaian acara *Berlinale*. KBRI Berlin memberikan pelayanan penjemputan di bandara, jamuan makan siang, (Wawancara dengan Sutradara Film ‘Sepatu Baru’, pada tanggal 30 Mei 2017) mengadakan sesi diskusi dan pemutaran film. (<http://www.kemlu.go.id/id>, diakses pada tanggal 22 Februari 2016). Duta Besar Republik Indonesia (Dubes RI) untuk Berlin, Fauzi Bowo, bersama masyarakat Indonesia di Berlin turut menyaksikan pemutaran film ‘Sepatu Baru’. (<http://www.kemlu.go.id>, diakses pada tanggal 22 Februari 2016).

Pada bulan November 2014, Pemerintah Indonesia memberikan respon untuk menyikapi kembali prestasi tersebut. Respon ini terlihat dengan diselenggarakannya *Focus Group Discussion* (FGD) yang difasilitasi oleh Kemlu. (*Focus Group Discussion: Film Aset Diplomasi*, 2014). Pertemuan ini adalah pertemuan FGD yang pertama kali mengangkat tema mengenai film. Pembahasan dalam pertemuan ini meraih kesimpulan bahwa film merupakan salah satu unsur utama dan dapat memainkan peranan penting dalam pelaksanaan diplomasi publik Indonesia. Salah satu maksud dan tujuan Kemlu dalam kegiatan diplomasi publik-nya, adalah untuk menayangkan karya-karya film bermutu Indonesia kepada masyarakat di negara mitra. Kemlu berharap bahwa dalam kegiatan diplomasi ini, publik internasional atau masyarakat di negara mitra dapat mengetahui dan memahami lebih baik tentang Indonesia.

Berdasarkan pemaparan tujuan utama diplomasi publik oleh Wang. (Wang, 2006). Tujuan diplomasi publik ini mengacu kepada penekanan pada pesan yang dapat dilakukan oleh siapa saja, termasuk media film. Film dapat mengandung unsur-unsur atau nilai-nilai politik yang berupa bentuk dari kepentingan nasional dan termasuk dalam rangkaian kegiatan *soft power*. Film sebagai karya seni dan budaya, dapat mempresentasikan nilai-nilai unggul suatu bangsa. Film dapat menjaga dan memelihara dengan baik keanekaragaman nilai dalam masyarakat. Film juga berperan

sebagai sumber penerangan dan informasi bagi masyarakat. Terakhir, film dapat memberikan kontribusi yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Oleh karena itulah, Kemlu menempatkan film sebagai salah satu media dan prioritas dalam penyelenggaraan diplomasi publik. (Andayani, 2016).

Film dapat mengandung unsur-unsur atau nilai-nilai politik. Film dapat mengangkat isu lingkungan, terorisme, pariwisata, HAM, kesehatan, kemiskinan dan lain-lain. Film yang mengandung isu-isu ini membuktikan bahwa Indonesia juga memiliki pemikiran yang sama dengan negara-negara mitra dan turut peduli dengan isu global yang ada. Hal-hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia ingin serius untuk membangun *mutual trust* dengan negara mitra melalui pendekatan film ini, (Wang, 2006) sembari menerapkan esensi diplomasi publik menurut Mellisen, yaitu '*getting other people on your side*'. (Mellisen, 2006). Walaupun dalam pelaksanaan sebelumnya, Sineas masih belum mengetahui makna dan tujuan dari diplomasi publik.

Industri perfilman dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional. Selain kemajuan dalam segi tema cerita dan teknik pembuatannya, pada tahun 2013, sektor industri perfilman ini tumbuh sampai enam koma tujuh persen lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional. Industri ini telah menyerap enam puluh tiga ribu tujuh ratus delapan puluh lima orang pekerja dengan melibatkan dua puluh sembilan ribu tiga ratus delapan puluh lima usaha. Perkiraan estimasi nilai ekonomi pada tahun ini sebesar delapan koma empat triliun rupiah. (Andayani, 2014). Diharapkan seiring dilaksanakannya diplomasi publik menggunakan film ini nantinya akan terus memberikan kontribusi yang stabil pada perekonomian Indonesia.

Kemlu turut mengundang Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), diplomat, Sineas, akademisi, kritikus, budayawan, perwakilan dari Badan Perfilman Indonesia (BPI) dan Ikatan Alumni Fakultas Film – IKJ (IKAFI) pada FGD tersebut. Kemlu mengajak para tamu undangan ini untuk menjadi mitra kerja dalam diplomasi publik ini. (*Focus Group Discussion: Film Aset Diplomasi*, 2014). Oleh karenanya, karakter utama dalam diplomasi publik yang dapat melibatkan semua stakeholder dari kalangan manapun, termasuk swasta, NGO, individu, dan media. (Andayani, 2014).

Stakeholder yang ditunjuk sebagai pelaksana diplomasi ini juga termasuk dalam pembagian *multitrack diplomacy* menurut Diamond. Pertama, Pemerintah Indonesia merupakan *track one* atau *government*. Kedua, Sineas sebagai *track four* atau *private citizen*, sekelompok masyarakat yang ahli dalam suatu bidang tertentu seperti industri perfilman. Terakhir, film adalah alat komunikasi atau media dalam diplomasi publik yang digunakan yang termasuk dalam *track nine* atau *communication and the media*. (Diamond, 2014).

Pertemuan FGD ini bertujuan untuk menghasilkan masukan berharga dari berbagai pemangku kepentingan dan mitra kerja Kemlu, khususnya di bidang perfilman terkait pengembangan dan pemanfaatan film sebagai aset diplomasi publik Indonesia. Diharapkan dalam pertemuan ini, Sineas bersama diplomat mendapatkan kesempatan untuk berdiskusi dan bertukar pandangan untuk menghasilkan sejumlah rekomendasi

kebijakan yang dapat menguatkan diplomasi film Indonesia kedepannya. (*Focus Group Discussion: Film Aset Diplomasi*, 2014).

Beberapa rekomendasi kebijakan tersebut adalah implementasi dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman dan poin pertama Nawa Cita presiden Joko Widodo. Pertama, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 dijadikan sebuah tantangan bagi Kemlu dalam pelaksanaannya. Dikarenakan dalam Undang-Undang ini terdapat banyak sekali potensi-potensi film yang dapat dijadikan alat diplomasi publik ini. Pasal 32 adalah salah satu bentuk potensi, yang menyatakan bahwa pelaku usaha pertunjukan film wajib mempertunjukkan film Indonesia sekurang-kurangnya enam puluh persen. Hingga saat ini tujuh puluh persen film luar negeri mendominasi bioskop Indonesia. (Basnur, 2014).

Pemerintah Indonesia juga turut melaksanakan perintah dari Undang-Undang Nomor 33 tahun 2009 lainnya. BPI dibentuk sesuai dengan isi dari Pasal 68 sampai dengan Pasal 70. BPI merupakan lembaga swasta dan bersifat mandiri. Pemerintah berharap dengan dibentuknya BPI ini akan dijadikan sarana bagi masyarakat untuk berperan serta dalam industri perfilman, dan industri perfilman semakin tertata atau terstruktur kedepannya. BPI bertugas untuk:

- (a) Menyelenggarakan festival film di dalam negeri;
- (b) Mengikuti festival film di luar negeri;
- (c) Mempromosikan Indonesia sebagai lokasi pembuatan film asing;
- (d) Memberikan masukan untuk memajukan perfilman;
- (e) Melakukan penelitian dan pengembangan perfilman;
- (f) Memberikan penghargaan,
- (g) Memfasilitasi pendanaan pembuatan film tertentu yang bermutu tinggi.

Pertemuan FGD ini dilaksanakan pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo. Oleh karenanya, terdapat pelaksanaan dari Nawa Cita Presiden Joko Widodo. Poin pertama Nawa Cita mengandung unsur dari Trisakti, dimana Pilar Ketiga Trisakti adalah Pilar Budaya yang dijadikan sebagai pondasi tambahan dari diplomasi publik Indonesia selanjutnya. Nilai dan produk budaya adalah instrumen diplomasi, bukan hanya sekedar pencitraan saja. Diplomasi ini dapat mempertunjukkan produk budaya dengan menargetkan dan memperlihatkan kepada publik internasional bahwa Indonesia adalah negara yang ramah dalam menerima keragaman dalam budaya. (Darmansjah Djumala, 2015).

Pelaksanaan diplomasi publik ini dilengkapi lagi dengan implementasi dari pilar ketiga Trisakti atau Pilar Budaya yang turut terkandung dalam program kerja pertama dalam Nawa Cita Presiden Joko Widodo. Berikut adalah rumusan dari Nawa Cita yang dimaksud: “Kami akan menghadirkan kembali negara untuk melindungi segenap bangsa dan memberikan rasa aman pada seluruh warga negara, melalui pelaksanaan politik luar negeri bebas-aktif, keamanan nasional yang terpercaya dan pembangunan pertahanan negara Tri Mantra terpadu yang dilandasi kepentingan nasional dan memperkuat jati diri sebagai negara maritim”. (*Jalan Perubahan untuk Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian – Visi Misi, dan Program Aksi Jokowi – Jusuf Kalla 2014*, 2014).

Presiden Joko Widodo menggunakan kembali Trisakti di dalam Nawa Citanya, karena Trisakti dapat memberikan pemahaman mengenai dasar untuk memulihkan harga diri bangsa dalam pergaulan antar-bangsa yang sederajat dan bermartabat, yakni berdaulat dalam politik, berkari dalam ekonomi dan berkepribadian dalam kebudayaan. Jalan Trisakti dapat menjadi dasar dalam pembangunan karakter kebangsaan dan landasan. Trisakti menjadi ideologi yang ingin diterapkan selain Pancasila. (*Jalan Perubahan untuk Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian – Visi Misi, dan Program Aksi Jokowi – Jusuf Kalla 2014*, 2014).

Pemerintahan Presiden Joko Widodo berupaya untuk mewujudkan visi Indonesia, yaitu ‘Terwujudnya Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong’. Nawa Cita adalah bentuk program-program kerja Pemerintahan Presiden Joko Widodo. Oleh karena itu, pemerintah berupaya mewujudkannya dengan rangkaian misi sebagai berikut: (*Jalan Perubahan untuk Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian – Visi Misi, dan Program Aksi Jokowi – Jusuf Kalla 2014*, 2014).

- (a) Mewujudkan keamanan nasional yang mampu menjaga kedaulatan wilayah, menopang kemandirian ekonomi dengan mengamankan sumberdaya maritim, dan mencerminkan kepribadian Indonesia sebagai negara kepulauan;
- (b) Mewujudkan masyarakat maju, berkeadilan dan demokratis berlandaskan negara hukum;
- (c) Mewujudkan politik luar negeri bebas-aktif dan memperkuat jati diri sebagai negara maritim;
- (d) Mewujudkan kualitas hidup manusia Indonesia yang tinggi, maju, dan sejahtera;
- (e) Mewujudkan bangsa yang berdaya-saing;
- (f) Mewujudkan Indonesia menjadi negara maritim yang mandiri, maju, kuat, dan berbasiskan kepentingan nasional,
- (g) Mewujudkan masyarakat yang berkepribadian dalam kebudayaan.

Selain itu, hal yang terkandung dalam poin pertama Nawa Cita adalah penggunaan prinsip ‘bebas dan aktif’ sebagai pedoman utama dalam politik luar negeri Indonesia. Indonesia tidak bisa lagi bergantung kepada diplomasi yang bersifat kaku untuk memenangkan hati dunia, namun perlahan diganti oleh teknik berdiplomasi yang luwes dan bersahabat. Prinsip ‘bebas dan aktif’ dirasa tidak cukup, oleh karenanya ditambahkan elemen ‘kreatif dan inovatif’ untuk melaksanakan diplomasi publik selanjutnya, yaitu dengan menggunakan film. Alasan lain film dipilih adalah kemudahan film dalam memvisualisasikan dan mempresentasikan karakter dan identitas masyarakat Indonesia dengan cara yang lebih berkawan dan efisien. (*Focus Group Discussion: Film Aset Diplomasi*, 2014). Kemudahan yang ditangkap dengan menggunakan media pandang dan dengar yang menjadi keunggulan dari sebuah film.

Berdasarkan prinsip dari ‘bebas dan aktif’ yang dijalankan dalam diplomasi publik ini, sesuai dengan Dimensi Pertama diplomasi publik oleh Szondi. Pada dimensi ini, terdapat ketegangan dalam kondisi berhubungan dengan komunikasi dengan negara; Perang dan damai adalah satu kesatuan. (Szondi, 2008). Kembali mengaitkan dengan salah satu tujuan diplomasi publik oleh Wang sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman bersama dan *mutual trust* antara negara dengan masyarakat. (Wang, 2006). Dalam hal ini untuk membangun rasa percaya dari masyarakat negara lain

terhadap Indonesia. Publik internasional belum memiliki pemahaman yang meyakinkan bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki keberagaman budaya. Tidak hanya itu keindahan alam Indonesia selama ini hanya dilihat masyarakat internasional pada tempat-tempat tertentu, seperti pulau Bali dan Lombok. Bahkan terdapat sebuah anggapan umum di masyarakat internasional bahwa Indonesia terkait isu terorisme, karena mayoritas penduduknya adalah muslim.

Indonesia ingin menyampaikan citra mengenai negaranya sebagai negara yang damai dan memiliki sikap toleransi yang tinggi akan keberagaman yang berada di dalamnya. Secara perlahan, melalui diplomasi publik menggunakan film ini akan diberikan nilai-nilai politik dengan dibungkus oleh keberagaman budaya di dalamnya agar publik internasional dapat memahami dan kemudian menyetujui bahwa Indonesia adalah negara yang ramah dan damai.

Diplomasi publik Indonesia sudah berjalan dengan diimplementasikannya Undang-Undang Nomor 37 Tahun 1999 tentang Hubungan Luar Negeri dan Peraturan Menteri Luar Negeri Nomor 2 Tahun 2011 tentang Organisasi dan Tata Kerja. Diplomasi publik mulai dilaksanakan ketika Kemlu memutuskan untuk membentuk Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik (Ditjen IDP) pada tahun 2002. Lebih lanjut, penggunaan *soft power* dalam pelaksanaan *soft diplomacy* dilaksanakan sesuai dengan Pasal 4 dalam Undang-Undang Nomor 37 Tahun 1999.

Kembali melihat upaya diplomasi publik sebelum diselenggarakannya FGD. Sebelum menjadi mitra kerja Kemlu, Kemenparekraf melalui Subdirektorat (Subdit) Festival dan Eksibisi Film memiliki kegiatan seperti menyiapkan keikutsertaan Sineas yang aktif mengikuti ajang perfilman dan eksibisi film internasional seperti *Berlinale*, EFM, dan *Berlinale Talents*; Kemudian Subdit Festival dan Eksibisi Film melaksanakan apresiasi dan pendukungan pada festival dan eksibisi film di luar negeri; dan menyelenggarakan festival, apresiasi film dan insan film di Indonesia. (Molly Prabawati, 2014).

Setelah pertemuan ini, Kemenparekraf memutuskan adanya kegiatan yang dilakukan sebagai bentuk dari apresiasi dan dukungan, yang diantaranya adalah dengan melakukan komunikasi dan kerjasama dengan penyelenggara atau KBRI dan/atau Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) setempat; mengundang Sineas seperti produser film, sutradara, aktor atau aktris, dan sebagainya; menyiapkan permohonan kepada pihak pemilik film atau *Production House* (PH) untuk izin peminjaman dan pemutaran film serta pengadaan film; mengirimkan film kepada panitia penyelenggara; mendukung pemutaran film Indonesia sebagai upaya promosi film Indonesia kepada masyarakat domestik; memfasilitasi kegiatan diskusi film dan penjualan DVD film yang diputar. Salah satu agenda selanjutnya yang akan dilaksanakan adalah kegiatan di *Berlinale* pada tanggal 5 sampai dengan tanggal 15 Februari 2015. (Prabawaty, 2014).

Aktivitas Sineas di *Berlinale* sebelum diselenggarakannya FGD ini telah berlangsung selama tiga puluh dua tahun. Karena Sineas menyadari bahwa, dengan ajang *Berlinale* ini maka kualitas dan pengalaman Sumber Daya Manusia (SDM) di sektor perfilman bisa ditingkatkan. Keikutsertaan dalam *Berlinale Talents* adalah sebuah

wadah yang sangat membantu bagi Sineas. Peningkatan mutu dan kualitas SDM industri perfilman turut meningkatkan kondisi industri ini, peningkatan ini justru menjadi tantangan bagi pelaksanaan diplomasi ini kedepannya nanti. Agar Sineas secara serius menyikapi diplomasi publik menggunakan film ini sangat penting bagi mencapai kepentingan nasional Indonesia, yaitu menyampaikan kepada publik internasional bahwa Indonesia adalah negara yang damai dan terhindar dari konflik karena memiliki sifat toleransi yang tinggi atas keragaman budayanya.

Kesimpulan

Penghargaan ‘*Special Mention*’ yang diterima oleh Sineas di *Berlinale* pada bulan Februari 2014 menambah deretan prestasi oleh Sineas sebelumnya di luar ajang *Berlinale*. Pada bulan November 2014, Pemerintah Indonesia memberikan respon untuk menyikapi kembali prestasi tersebut. Respon ini terlihat dengan diselenggarakannya FGD yang difasilitasi oleh Kemlu. Pertemuan ini adalah pertemuan FGD yang pertama kali mengangkat tema mengenai film. Pembahasan dalam pertemuan ini meraih kesimpulan bahwa film merupakan salah satu unsur utama dan dapat memainkan peranan penting dalam pelaksanaan diplomasi publik Indonesia.

Film dapat mengandung unsur *soft power* berupa kepentingan nasional. Film dapat mengangkat isu lingkungan, terorisme, pariwisata, HAM, kesehatan, kemiskinan dan lain-lain. Film yang mengandung isu-isu ini membuktikan bahwa Indonesia juga memiliki pemikiran yang sama dengan negara-negara mitra dan turut peduli dengan isu global yang ada. Alasan lain film dipilih adalah kemudahan film dalam memvisualisasikan dan mempresentasikan karakter dan identitas masyarakat Indonesia dengan cara yang lebih berkawan dan efisien. Kemudahan yang ditangkap dengan menggunakan media pandang dan dengar yang menjadi keunggulan dari sebuah film. Diharapkan seiring dilaksanakannya diplomasi publik menggunakan film ini nantinya akan terus memberikan kontribusi yang stabil pada perekonomian Indonesia. Diplomasi publik melalui film yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia sudah berada dalam jalur yang benar. Hal ini sekali lagi menunjukkan potensi yang dapat dikatakan menjanjikan bagi keberhasilan diplomasi publik Indonesia, walaupun hasil yang akan diperoleh akan membutuhkan waktu yang lama.

Daftar Pustaka

- Andayani, Esti. 2014. “*Film Memainkan Peranan Penting dalam Diplomasi Indonesia*”. Tabloid Diplomasi No. 83 Tahun VII edisi 15 Desember 2014 – 15 Januari 2015. Jakarta: Kementerian Luar Negeri.
- Berridge. G.R., dan Alan James. 2001. *A Dictionary of Diplomacy*. New York: Palgrave.
- Cull, Nicholas J. 2008. “*Public Diplomacy: Taxonomies and Histories*”. Jurnal *The ANNALS of the America Academy of Political and Social Science Vol. 616, Public Diplomacy in a Changing World*. California: Sage Publication.
- Diamond, Louise. 1996. *Multi-Track Diplomacy: A System Approach to Peace*. United State of America: Kumarian Press.

- Djumala, Darmansjah. 2015. Kuliah Umum “*Politik Luar Negeri Era Jokowi: Kebijakan dan Strategi*”. Pusat Studi Sosial Asia Tenggara. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia: Kajian Pengamat dan Pengembangan Kementerian Luar Negeri.
- Dokumen *Jalan Perubahan untuk Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian – Visi Misi, dan Program Aksi Jokowi – Jusuf Kalla 2014*. 2014. Jakarta: KPU.
- Hadi, Andri. “*Kembangkan Kerjasama Sosial Budaya ASEAN melalui People-to-People Diplomacy*”, dapat diakses di <http://www.tabloiddiplomasi.org/previous-isuue/159-september-2011/1216-kembangkan-kerjasama-sosial-budaya-asean-melalui-people-to-people-diplomacy.html>.
- Hadi, Umar. “*Diplomasi Publik Menjembatani Persepsi Domestik dan Internasional*”, dapat diakses di <http://www.tabloiddiplomasi.org/previous-isuue/55-desember-2007/535-diplomasi-publik-menjembatani-persepsi-domestik-dan-internasional.html>.
- Mellisen, Jan. 2006. Paper “*Public Diplomacy Between Theory and Practice*’. Pertemuan *The Present and Future of Public Diplomacy: An European Perspective – The 2006 Madrid Conference on Public Diplomacy* (WP).
- Hennida, Citra. 2009. “*Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri*”. *Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik Vol. 22 No. 1*, Surabaya: Universitas Airlangga.
- Nugraha, Fajar. “*11 September 2001, Serangan di Tanah Amerika Serikat*”, dapat diakses di <http://news.metrotvnews.com/read/2015/09/11/168453/11-september-2001-serangan-di-tanah-amerika-serikat>.
- Nye, Joseph S. Jr. 2004. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Prabawaty, Molly. 2014. “*Diplomasi melalui Film*”. *Tabloid Diplomasi No. 83 Tahun VII edisi 15 Desember 2014 – 15 Januari 2015*. Jakarta: Kementerian Luar Negeri.
- Peraturan Menteri Luar Negeri Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Luar Negeri.
- Santana, Raksa. “*Sepatu Baru: Berpayung pada Hujan, Berpegang pada Gang*”, dapat diakses di <http://cinemapoetica.com/sepatu-baru-berpayung-pada-hujan-berpegang-pada-gang/>.

Szondi, Gyorgy. 2008. "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences". Paper *Diplomacy, Netherland Institue of International Relations 'Clingendael'*. Netherland.

Undang-undang Nomor 8 tahun 1992 Tentang Perfilman.

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman.

Undang-undang Nomor 37 Tahun 1999 Tentang Hubungan Luar Negeri.

U.S. Department of State. 1987. *Dictionary of International Relations Terms*. Washington D.C.

Wang, Jay. 2006. "Public Diplomacy and Global Business". Jurnal *Journal of Business Strategy Vol. 27 Issue 3*.

Wawancara dengan Sutradara Film 'Sepatu Baru' Aditya Ahmad, via telepon, Samarinda – Makassar, pada tanggal 30 Mei 2017.

2014. Artikel "Focus Group Discussion Film Aset Diplomasi". Tabloid *Tabloid Diplomasi No. 83 Tahun VII edisi 15 Desember 2014- 15 Januari 2015*. Jakarta: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.

"Film Indonesia Kembali Berkiprah diBerlin", dapat diakses dalam <http://www.kemlu.go.id/id/berita/berita-perwakilan/Pages/Film-Indonesia-Kembali-Berkiprah-di-Berlin.aspx>.

"Focus Group Discussion: Film Aset Diplomasi", 2014. Tabloid *Diplomasi No. 83 Tahun VII edisi 15 Desember 2014 – 15 Januari 2015*. Jakarta: Kementerian Luar Negeri.

"KBBi Daring – pub.lik", diakses di <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/publik>.

"KBBi Daring – si.ne.as", dapat diakses di <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/sineas>.

"Pemutaran Film 'Sepatu Baru' di Berlinale 2014", dapat diakses di <http://www.kemlu.go.id/berlin/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/Pemutaran-Film-Sepatu-Baru-di-Berlinale-2014.aspx>.