

BAB I

PENDAHULUAN

Pada penyusunan penulisan skripsi ini, penulis mengambil topik Strategi Indonesia Menggunakan Batik Sebagai Instrumen Diplomasi Kebudayaan di Amerika Serikat yang dimana strategi ini menjadi awal kesuksesan promosi batik di Amerika Serikat sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian ini akan menjelaskan alasan Indonesia melakukan diplomasi budaya di Amerika Serikat dan bagaimana upaya Indonesia dalam mewujudkannya.

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang memiliki berbagai macam budaya di setiap daerahnya. Kebudayaan Indonesia ini telah terbentuk sejak lama dan tidak bisa diubah keasliannya oleh siapa pun. Banyaknya kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia membuat Indonesia lebih mudah dikenal dan dikagumi oleh negara lain. Kebudayaan dianggap menjadi sebagai instrumen yang efektif oleh pemerintah Indonesia dalam menjalankan diplomasi dengan negara lain karena pengaruhnya yang cepat dalam mempersatukan masyarakat internasional serta mendatangkan banyak keuntungan untuk Indonesia sendiri. Diplomasi merupakan salah satu bentuk dari *soft power* yang terdiri dari unsur-unsur budaya, sistem nilai dan kebijakan yang mampu dalam mempengaruhi suatu negara dengan berargumen sehingga dapat memikat negara itu (Nye J. S., 2008). Negara menggunakan diplomasi sebagai cara dalam mencapai tujuannya dengan negara lain berarti mempengaruhi dengan menggunakan daya tarik yang dimiliki negaranya, bukan dengan menggunakan penekanan atau pemaksaan. Namun, keberhasilan diplomasi dengan konsep ini tergantung pada citra suatu negara dan bagaimana cara berinteraksi satu sama lain. Joseph Nye mengatakan bahwa dengan *soft power*, *'what target thinks is particularly important, and the target matter as much as the agents'* maka, apa yang diterima oleh target akan menentukan kapasitas dari *soft power* karena daya tarik dan persuasi dibangun secara sosial, maka *soft power* tidak akan berlaku tanpa adanya hubungan dari dua arah (Nye J. S., 2011). Maka dari itu, hubungan antara kedua negara harus baik.

Indonesia memperkuat identitas kebudayaannya melalui diplomasi karena cara diplomasi bentuk ini memudahkan suatu negara dalam berinteraksi dengan memanfaatkan aktor negara maupun non-negara. Indonesia menggunakan diplomasi budaya tentunya untuk mencapai kepentingan nasional dan juga mempererat hubungan kerjasama dengan negara lain. Salah satu kebudayaan yang digunakan Indonesia dalam menjalankan diplomasi adalah Batik. Batik merupakan salah satu hasil karya bangsa Indonesia yang berupa perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia. Batik Indonesia dapat berkembang hingga sampai pada suatu tingkatan yang tak ada bandingannya baik dalam motif maupun prosesnya. Motif batik berbeda-beda di setiap daerah karena menyesuaikan dengan kebudayaan setempat (Nugroho, 2020). Batik telah diakui sebagai warisan dunia sejak UNESCO menetapkan batik sebagai Warisan Kemanusiaan Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity*) pada 2 Oktober 2009 di Abu Dhabi.



Gambar 1 Logo UNESCO diambil dari <https://www.unesco.org/en/brief>

UNESCO menetapkan bahwa batik Indonesia memiliki kekayaan simbolisme yang berkaitan dengan status sosial, komunitas lokal, alam, sejarah dan warisan budaya serta memberikan masyarakat Indonesia rasa identitas dan kontinuitas sebagai komponen penting dari kehidupan mereka sejak lahir sampai mati; dan terus berkembang tanpa kehilangan makna tradisionalnya (UNESCO, 2009). Batik menjadi salah satu identitas bangsa Indonesia yang sangat terkenal. Sebagai contoh, Kementerian Luar Negeri

melestarikan batik Indonesia dengan memperkenalkannya ke setiap forum internasional sehingga kolega asing lebih mudah dalam mengenali Indonesia.

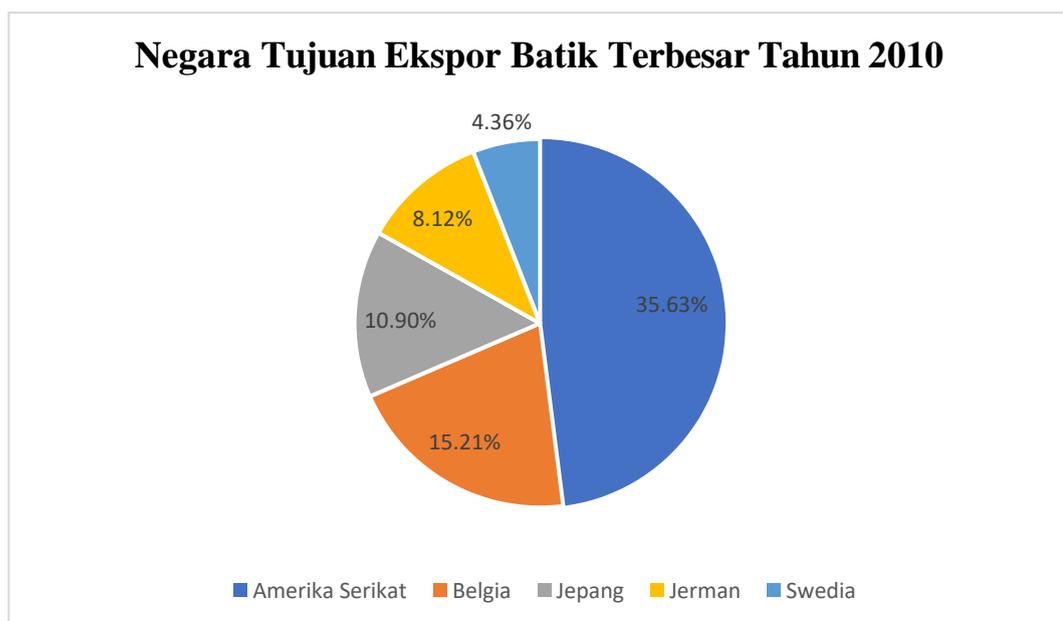
Indonesia memilih Amerika Serikat sebagai negara untuk menjalankan diplomasi budayanya dengan menggunakan batik karena Amerika Serikat adalah negara maju yang memiliki pengaruh yang sangat kuat di dunia sehingga Indonesia sangat mempercayakan kerjasamanya. Diplomasi budaya batik di Amerika Serikat dilakukan dengan tiga teknik, yaitu *Informing*, *Understanding*, dan *Influencing* dimana teknik-teknik tersebut mempermudah pengenalan serta pemahaman mengenai batik oleh masyarakat di Amerika Serikat (Susanto, 2015). Promosi batik yang terus dilakukan di Amerika Serikat membuktikan bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki integritas, komitmen, dan keseriusan yang tinggi dalam menjaga dan melestarikan, mengembangkan budaya batik Indonesia. Promosi tersebut membantu Indonesia dalam pertumbuhan ekonominya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ekspor batik ke Amerika Serikat selalu terjadi peningkatan setiap tahunnya, kecuali pada saat krisis global pada tahun 2010.



Grafik 1 Ekspor Batik Indonesia ke Amerika Serikat Tahun 2009-2014 diambil dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/641777/batik-made-in-indonesia-paling-banyak-diekspor-ke-as>

Pada tahun 2010 ada penurunan nilai ekspor dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang disebabkan oleh sempatnya ketidakpastian

perekonomian global akibat krisis utang Eropa yang membuat ekonomi Indonesia turut mengalami penurunan yang berdampak pada kegiatan ekspor-impor (Pangestu, 2011). Namun, ekspor batik berjalan secara normal di tahun 2011 hingga meningkat sangat drastis pada tahun 2014 pada Januari-Juli sebesar US\$ 85,5 juta. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa batik sangat laku di pasar Amerika Serikat sehingga ekspor tidak pernah berhenti dilakukan. Amerika Serikat menjadi negara tujuan ekspor batik terbesar jika dibandingkan dengan negara-negara maju lainnya, seperti Korea Selatan, Jerman, Jepang, dan Perancis.



Grafik 2 Lima Besar Negara Tujuan Ekspor Batik Indonesia 2010 diambil dari <https://industri.kontan.co.id/news/kemendag-targetkan-ekspor-batik-pada-2012-2015-akan-tumbuh-10-1>

Berdasarkan diagram di atas, Kementerian Perdagangan menyatakan bahwa Amerika Serikat menjadi tujuan ekspor terbesar pada tahun 2010 yaitu senilai US\$ 24,68 juta, lalu Belgia menjadi negara kedua tujuan ekspor terbesar senilai US\$ 10,53 juta, diikuti oleh Jepang sebesar US\$ 7,54 juta, lalu di urutan keempat ada Jerman senilai US\$ 5,62 juta, kemudian Swedia dengan nilai ekspor sebesar US\$ 3 juta (Prasetya & Caturini, 2011). Setiap tahunnya

negara-negara tersebut sering bertukar posisi, namun Amerika Serikat tetap menjadi pasar ekspor utama batik Indonesia.

Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, Nus Nuzulia Ishak berbicara bahwa nilai ekspor batik mengalami peningkatan hingga 153 persen antara tahun 2010 hingga 2014 (Setiawan, 2015). Dengan demikian, industri batik dinilai sangat berkontribusi pada perekonomian nasional karena keberadaannya banyak diminati di pasar global sehingga menjadi komoditas ekspor andalan Indonesia (kemenperin.co.id, 2021).

Indonesia merupakan salah satu negara industri tekstil terbesar di dunia sehingga tekstil dan produk tekstilnya (TPT) menjadi komoditas ekspor andalan ke negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Korea, China, dan lain-lain. Amerika Serikat dan Eropa sempat membatasi kuota impor sesuai dengan *Multi Fiber Arrangement* (MFA) dimana perjanjian ini sifatnya sepihak dan berhak membatasi kuota setiap eksportir yang ingin memasuki negaranya (Sa'idy, 2013). Akhirnya, *Agreement on Textiles and Clothing* (ATC) dan semua pembatasan kuota di bawahnya berakhir pada tanggal 1 Januari 2005 dimana semua bentuk pembatasan kuota di luar peraturan WTO dan GATT tidak akan berlaku lagi dan harus tunduk pada perjanjian perdagangan multilateral (WTO, 2017). Maka dari itu, pembatasan kuota ekspor oleh Amerika Serikat terhadap TPT Indonesia sudah tidak akan berlaku sehingga TPT Indonesia bisa tetap memaksimalkan ekspornya di pasar internasional, terutama pasar Amerika Serikat (Dinata & Arka, 2019).

Tekstil dan produk tekstil merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang membantu peningkatan devisa negara. Keuntungan yang didapat oleh Indonesia terhadap tingginya ekspor batik selain meningkatkan devisa negara, tenaga kerja di industri batik juga meningkatkan kualitas sumber daya manusianya karena mereka menjadi lebih semangat dalam memproduksi batik dalam jumlah yang banyak. Nantinya, kegiatan ekspor akan berpengaruh pada *Gross National Product* (GNP), dimana pendapatan

masyarakat tergantung pada nilai ekspor (Ningsih, 2015). Industri batik dapat dinyatakan sebagai industri yang menyerap banyak tenaga kerja sehingga dapat mempercepat pembangunan ekonomi di Indonesia. Maka dari itu, pemerintah Indonesia akan selalu konsisten dalam mendukung pemasaran produk Indonesia di pasar global.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemerintah Indonesia dalam menggunakan batik sebagai instrumen diplomasi kebudayaan di Amerika Serikat?

C. Landasan Teori

1. Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya adalah usaha suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik itu secara mikro maupun makro namun tidak memasukkan unsur politik, ekonomi, dan militer (Warsito & Kartikasari, 2007). Bentuk dari diplomasi budaya biasanya merupakan aktivitas yang menyangkut kebudayaan lalu disatukan ke dalam kebijakan politik luar negeri dan pelaksanaannya dikoordinasikan sepenuhnya oleh Departemen Luar Negeri. Sebelum melaksanakan kegiatan diplomasi budaya, negara harus melihat kelebihan atau kekuatan yang dimiliki negaranya sehingga diplomasi dapat berjalan secara efektif. Seni dan budaya harus berada di garis terdepan sebagai bentuk promosi ke negara yang menjadi target. Negara-negara yang melakukan diplomasi budaya ini harus percaya diri dengan menunjukkan warisan budaya mereka dapat memberi kesempatan untuk menunjukkan citra positif suatu negara sehingga dari hal tersebut dapat membantu dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Dalam pelaksanaannya, diplomasi budaya dapat melibatkan aktor negara maupun aktor non-negara.

Diplomasi kebudayaan yang dilakukan Indonesia terhadap Amerika Serikat yaitu upaya mengenalkan batik sebagai identitas bangsa Indonesia serta agar batik tetap lestari di dunia internasional sehingga batik mampu bersaing dengan globalisasi. Milton C. Cummings memandang diplomasi budaya sebagai pertukaran ide, informasi, seni, dan

aspek kebudayaan lainnya antara suatu negara dengan negara lain, ataupun antara masyarakat dengan masyarakat lainnya dengan tujuan *mutual understanding* (Cummings, 2003). Seperti pada kompetisi membatik *The 1st American Batik Design Competition* yang menghasilkan sembilan tema batik baru gaya Amerika dimana hal tersebut secara tidak sengaja merupakan pertukaran aspek kebudayaan antara Indonesia dan Amerika.

Biasanya diplomasi lebih menekankan pada mekanisme *government to government*. Namun sekarang telah berbeda, dimana bentuk dari diplomasi tersebut merupakan cara yang tradisional. Pada konteks diplomasi budaya ini lebih menekankan pada *government to people* dan juga *people to people relations* agar suatu negara bahkan dengan masyarakatnya dapat memiliki persepsi yang baik tentang suatu negara sebagai landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan yang lebih luas (Susetyo, 2008). Diplomasi budaya batik dilakukan dengan cara *Informing*, *Understanding*, dan *Influencing* dimana dengan cara tersebut, batik menjadi lebih mudah dikenal masyarakat Amerika (Susanto, 2015). *Informing* dilakukan dengan pemanfaatan berbagai media elektronik maupun cetak agar informasi yang disampaikan mudah diakses oleh masyarakat; *Understanding* adalah proses pemahaman tentang informasi kepada masyarakat agar mereka lebih mudah untuk memahaminya yang biasanya menggunakan tenaga pengajar. *Influencing* merupakan proses mempengaruhi masyarakat dengan mengadakan ataupun mengikuti acara pameran, *fashion show*, bahkan kompetisi membatik yang diikuti oleh masyarakat Amerika.

Dalam memperkenalkan batik di berbagai negara mengakibatkan munculnya banyak inovasi batik baru yang berbeda-beda di setiap negaranya tanpa melupakan unsur kebudayaan Indonesia. Contohnya pada para pemenang *American Batik Design Competition* tadi membuat batik terkenal dengan inovasi yang dibuat oleh cara mereka sendiri. Diplomasi budaya merupakan contoh terbaik dari bentuk soft power karena komunikasi dilakukan melalui saluran budaya, nilai-nilai, dan ide-ide

tanpa adanya unsur kekerasan dan tanpa adanya paksaan (Nye J. S., 2002). Dalam konteksnya pun menggunakan hasil kebudayaan yang ada pada suatu negara lalu mempromosikan melalui pertukaran edukasi, seni, dan budaya populer sehingga lebih cepat diserap oleh masyarakat suatu negara (Purwadi & Indraswari, 2014).

D. Hipotesa Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, strategi Indonesia dalam menggunakan batik sebagai instrumen diplomasi kebudayaan di Amerika Serikat menggunakan cara:

1. *Informing*, merupakan teknik penyebaran informasi tentang budaya batik melalui media elektronik maupun media cetak.
2. *Understanding*, merupakan teknik mengedukasikan pengetahuan tentang budaya batik yang biasanya dilakukan oleh tenaga pengajar
3. *Influencing*, merupakan teknik pengenalan batik dengan cara mempengaruhi masyarakat dengan menyelenggarakan pameran, *fashion show*, bahkan kompetisi membatik.

E. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif memiliki sifat analisis deskriptif, dengan penguraian data yang diperoleh secara teratur, yang selanjutnya diberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca. Pengumpulan data bersifat sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan, dengan menggunakan dan memanfaatkan literatur seperti buku, jurnal ilmiah, berita, media internet, serta sumber informasi lainnya yang sesuai dengan topik serta dapat diuji kebenarannya.

F. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana batik yang telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan Budaya Lisan dan Nonbendawi dapat digunakan sebagai instrumen diplomasi budaya di AS serta sejauh mana pengaruhnya bagi perekonomian Indonesia.

G. Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian ini dimulai pada saat batik ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity*) oleh UNESCO pada 2 Oktober 2009 dimana pada tahun tersebut menjadi awal mula Indonesia berhasil membuat batik sebagai warisan budaya dunia sehingga dari hal tersebut pemerintah Indonesia dapat menggunakan batik sebagai alat diplomasi di Amerika Serikat, lalu pada tahun 2014 menjadi puncak kesuksesan dari diplomasi budaya yang menguntungkan Indonesia dalam membuat batik menjadi terkenal di dunia serta meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya seperti grafik di bawah ini.



Grafik 3 Ekspor Batik Indonesia ke Amerika Serikat Tahun 2009-2014 diambil dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/641777/batik-made-in-indonesia-paling-banyak-diekspor-ke-as>

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi bertujuan untuk memudahkan pemahaman penulis dalam penyusunan skripsi. Secara umum, penulis dalam kepenulisan skripsi ini terbagi menjadi empat bab dimana Bab I menjadi awal dari penulisan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Landasan Teori, Hipotesis, Metodologi Penelitian, Tujuan Penelitian, Jangkauan Penelitian dan Sistematika Kepenulisan. Bab II (Hubungan Kerjasama Indonesia-Amerika Serikat) berisi penjelasan mengenai dinamika hubungan kerjasama antara

Indonesia dan Amerika Serikat sebelum melakukan diplomasi budaya batik serta perkembangannya pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Bab III (Strategi Diplomasi Budaya Batik Indonesia di Amerika Serikat) berfokus pada penjelasan upaya yang dilakukan Indonesia dalam mencapai keberhasilan diplomasi budaya batik di Amerika Serikat. Bab IV (Kesimpulan) penulis menyampaikan kesimpulan dari penelitian pada bab-bab sebelumnya.

