

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Diplomasi publik merupakan salah satu strategi penting dalam pelaksanaan kebijakan luar negeri yang berorientasi pada peningkatan citra dan pengaruh suatu negara di mata masyarakat internasional. Menurut Andreas Pacher (2018), diplomasi publik dapat dipahami sebagai *people-centered diplomacy* yang berfokus pada komunikasi, kolaborasi, dan keterlibatan langsung dengan publik asing untuk mencapai kepentingan nasional melalui pendekatan soft power. Dalam konteks ini, negara berupaya menumbuhkan pemahaman dan empati terhadap nilai-nilai, budaya, dan kebijakan nasional di kalangan masyarakat luar negeri (Pacher, 2018).

Indonesia sebagai negara dengan kekayaan budaya, alam, dan pariwisata yang melimpah telah menjadikan diplomasi publik sebagai instrumen penting untuk memperkuat *nation branding*. Diplomasi publik Indonesia berperan dalam mendukung pencapaian target pembangunan nasional, khususnya di sektor pariwisata yang menjadi penyumbang devisa terbesar pasca migas (Kementerian Luar Negeri RI, 2022). Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari 38 provinsi dan lebih dari 17.508 pulau, memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam. Keanekaragaman budaya ini menjadi salah satu aset terbesar Indonesia dalam menarik perhatian dunia, terutama dalam sektor pariwisata. Budaya Indonesia, yang mencakup berbagai bentuk ekspresi seni, tarian, musik, kuliner, serta kerajinan tangan, menawarkan pengalaman yang kaya dan autentik bagi para

wisatawan, baik domestik maupun mancanegara (Sukma, 2022).

Sektor pariwisata budaya ini tidak hanya bertujuan untuk menarik wisatawan, tetapi juga untuk memperkenalkan, melestarikan dan memperkaya pemahaman tentang budaya Indonesia di dunia internasional. Salah satu pasar potensial yang semakin berkembang adalah Australia, mengingat kedekatan geografis serta hubungan bilateral yang erat antara kedua negara (Halim, 2023). Australia sebagai negara yang terletak di dekat Indonesia, memiliki hubungan bilateral yang erat dengan Indonesia, baik dalam bidang ekonomi, sosial, maupun budaya. Selain itu juga, Australia menjadi salah satu negara yang banyak mengirimkan wisatawan ke Indonesia, Australia menjadi pasar yang sangat potensial untuk pengembangan pariwisata Indonesia, khususnya dalam promosi budaya dan adat istiadat (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Berdasarkan data dari BPS, kunjungan wisatawan asing khususnya wisatawan dari Australia konsisten menempati posisi lima besar kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia, terutama ke destinasi Bali, Lombok, dan Yogyakarta. Namun, pandemi COVID-19 pada tahun 2020–2021 menyebabkan penurunan signifikan kunjungan, pada 2019 kunjungan wisatawan mencapai 1,38 juta menjadi 256,219 kunjungan pada 2020 (BPS, 2024).

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Australia.

Tahun	Jumlah kunjungan wisatawan Australia ke Indonesia 2017-2024
2017	1.188.449
2018	1.301.478

2019	1.386.803
2020	256.291
2021	655.370
2022	1.212.574
2023	1.430.000
2024	1.671.222

Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)

Catatan : Diolah oleh penulis.

Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), hingga pada pertengahan 2021, adanya pemberitahuan penurunan wabah covid-19 di Indonesia sehingga diberlakukan kembali aktivitas masyarakat dengan peraturan kesehatan yang berlaku. Pada 14 Oktober 2021 Indonesia siap membuka kembali tempat pariwisata untuk wisatawan asing khususnya Australia (Baliprov, 2021). Setelah dibuka kembali tempat pariwisata Indonesia menurut data BPS (2024), tercatat sejak 2021 hingga 2024, Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan asal Australia yang berkunjung. Pada September 2022, kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia didominasi oleh wisatawan berkebangsaan Australia sebanyak 1,2 juta kunjungan (17,16 persen); diikuti oleh wisatawan berkebangsaan Singapura sebanyak 85,99 ribu kunjungan (15,97 persen); berkebangsaan Malaysia sebanyak 57,24 ribu kunjungan (10,63 persen); berkebangsaan India sebanyak 33,30 ribu kunjungan (6,19 persen); dan berkebangsaan Inggris sebanyak 22,90 ribu kunjungan (4,25 persen) (BPS, 2024). Tahun 2022 terjadi lonjakan yang cukup pesat, yaitu 1.212.574 kunjungan,

1.430.000 kunjungan pada tahun 2023, hingga mencapai 1.671.222 kunjungan pada tahun 2024.

KBRI Canberra menjalankan berbagai program dan kegiatan budaya sebagai bagian dari diplomasi publik yang memiliki tujuan ganda yakni memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia kepada masyarakat Australia sekaligus mendorong kunjungan wisatawan ke Indonesia. Kegiatan-kegiatan tersebut termasuk di antaranya pertunjukan tarian tradisional dari berbagai daerah seperti tari saman dari Aceh, tari randai dari Sumatera Barat, dan cerita rakyat Lutung Kasarung dari Jawa Barat dalam Festival Multikultural Nasional di Australia. Selain itu, KBRI Canberra mengundang tim kesenian dari Universitas Indonesia untuk tampil secara langsung, sehingga tidak hanya mengenalkan budaya Bali yang selama ini dikenal luas tetapi juga kekayaan budaya lain yang merepresentasikan keanekaragaman Indonesia. KBRI Canberra juga aktif menyelenggarakan program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) melalui pendekatan “Indonesian Goes to School” dan “Indonesian Goes to Campus” di sejumlah sekolah dan universitas di Australia. Program ini memfokuskan upaya pada pendidikan bahasa sebagai jembatan budaya untuk mempermudah masyarakat Australia memahami masyarakat dan budaya Indonesia secara komprehensif. Penguatan penggunaan Bahasa Indonesia diyakini dapat meningkatkan minat wisata dan hubungan komunitas melalui people-to-people yang erat (Dzaki, 2022). Selain itu, KBRI mengelola Balai Wisata Budaya yang menyediakan pelatihan langsung seperti bermain musik tradisional angklung dan belajar tarian nusantara, serta rutin mengadakan acara budaya seperti Hari Angklung Sedunia dan Hari

Betawi yang dihadiri komunitas lokal dan pemerintah Australia setempat. Kegiatan-kegiatan ini menciptakan interaksi budaya yang mendalam dan memperkuat jejaring publik strategis yang dapat merangsang peningkatan kunjungan wisatawan ke Indonesia.

Pada penelitian sebelumnya oleh Dzaky (2022) yang berjudul “Strategi Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) Di Australia Tahun 2022” fokus pada penggunaan pendidikan bahasa sebagai jembatan budaya untuk memperkuat pemahaman publik Australia terhadap Indonesia. Kasus lain Kardinal GT (2024) “Strategi Diplomasi Budaya Indonesia melalui Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing di Australia” mengkaji strategi KBRI Canberra dalam menjalankan diplomasi budaya dengan pendekatan bahasa dan pendidikan sebagai kunci membuka akses budaya dan pariwisata. Ahmad Fahreza (2021) “Festival Indonesia di Canberra dalam Perspektif Diplomasi Kebudayaan” Studi ini mengkaji peran Festival Indonesia sebagai wujud diplomasi budaya Indonesia di Australia, dengan tujuan memperkenalkan seni dan masakan tradisional Indonesia pada masyarakat Australia serta mempererat hubungan bilateral.

Ketiga jurnal di atas memfokuskan pada aspek diplomasi budaya Indonesia di Australia melalui program pendidikan bahasa dan kegiatan budaya. Namun masih terdapat gap riset yang dapat diisi dengan penelitian yang mengkaji strategi diplomasi publik KBRI Canberra secara lebih holistik dan terintegrasi, menggabungkan semua program budaya, pendidikan, komunitas diaspora, serta promosi pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Australia ke

Indonesia pada periode 2021-2024.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka rumusan masalah yang dapat diangkat adalah “Bagaimana upaya diplomasi publik yang dilakukan KBRI Canberra untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Australia ke Indonesia pada periode 2021-2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “UPN” Veteran Jawa Timur

1.3.2 Tujuan Khusus

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Diplomasi Publik Indonesia yang dijalankan oleh KBRI Canberra untuk mempromosikan pariwisata Indonesia.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan bagian dari kebijakan luar negeri yang menekankan pada komunikasi dan hubungan langsung dengan masyarakat asing untuk membangun citra positif serta mendukung kepentingan nasional. Diplomasi publik memanfaatkan kekuatan soft power seperti budaya, pendidikan, dan

pariwisata untuk mempengaruhi persepsi masyarakat luar negeri terhadap suatu negara (Nye, 2008). Pacher jurnalnya berjudul *Strategic Publics in Public Diplomacy: A Typology and a Heuristic Device for Multiple Publics* menempatkan diplomasi publik sebagai proses komunikasi yang berlapis dan bersifat partisipatif. Ia menilai bahwa diplomasi publik modern harus berpijak pada konsep “people-centered engagement”, yakni diplomasi yang menempatkan manusia dan hubungan sosial sebagai inti dari praktik diplomasi publik.

Menurutnya, diplomasi publik seharusnya tidak hanya berfokus pada komunikasi antara pemerintah dan masyarakat asing, tetapi juga pada relasi timbal balik antara berbagai aktor yang membentuk opini publik internasional. Diplomasi publik merupakan proses yang melibatkan pemerintah, aktor non-negara (seperti media, akademisi, dan organisasi masyarakat), serta publik luas di negara sasaran (Pacher, 2018).

Pacher membagi hubungan diplomasi publik ke dalam tiga tingkatan yaitu :

1.4.1.1 Government-to-Government (G2G)

Tingkat ini mencakup hubungan antaraktor negara, seperti kementerian luar negeri, kedutaan, dan lembaga pemerintahan. Fokus utamanya adalah membangun kepercayaan dan kerja sama politik, ekonomi, serta kebijakan luar negeri. Meskipun bersifat formal, hubungan G2G memiliki pengaruh kuat dalam menciptakan framework kebijakan yang mendukung kegiatan diplomasi publik di level berikutnya (Pacher, 2018). Selain itu, pada level ini pemerintah berperan sebagai inisiator, komunikator, dan pelaksana utama dalam menjalankan diplomasi publik. Hubungan G2G juga dapat diwujudkan melalui kunjungan kenegaraan, pertemuan

bilateral, atau kerja sama antarlembaga yang menghasilkan kesepakatan di berbagai bidang seperti ekonomi, budaya, pariwisata, dan pertahanan (Ma'mun, 2012; Tinangon, 2023).

Sebelum kegiatan budaya berskala internasional seperti festival seni atau promosi pariwisata diadakan, pemerintah biasanya terlebih dahulu menjalin komunikasi dan hubungan positif dengan mitra luar negeri agar tercipta kerja sama yang saling menguntungkan (Asi & Maliki, 2023). Dengan demikian, tingkat G2G menjadi pondasi penting dalam memperkuat hubungan diplomatik yang mendukung keberhasilan diplomasi publik pada tingkatan lainnya.

1.4.1.2 Immediate Strategic Publics

Tingkatan ini mencakup kelompok publik yang memiliki pengaruh strategis terhadap pembentukan opini masyarakat luas, seperti akademisi, jurnalis, media, organisasi sosial, dan komunitas diaspora. Hubungan dengan kelompok ini bersifat dialogis dan kolaboratif untuk memperkuat kredibilitas dan kepercayaan terhadap negara pelaku diplomasi (Huijgh, 2016). Dalam praktiknya, publik strategis berperan penting sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat luas. Melalui kolaborasi dengan kelompok ini, negara dapat menyampaikan pesan, nilai budaya, dan citra nasional secara lebih efektif. Misalnya, pada Samosir International Music Festival dan Pesta Kesenian Bali, para seniman, budayawan, serta maestro seni—baik dari dalam maupun luar negeri—menjadi bagian dari upaya diplomasi publik untuk memperkenalkan kebudayaan nasional ke khalayak internasional (Hutasoit & Dermawan, 2019).

Hubungan dengan publik strategis bersifat dua arah dan dialogis, sehingga

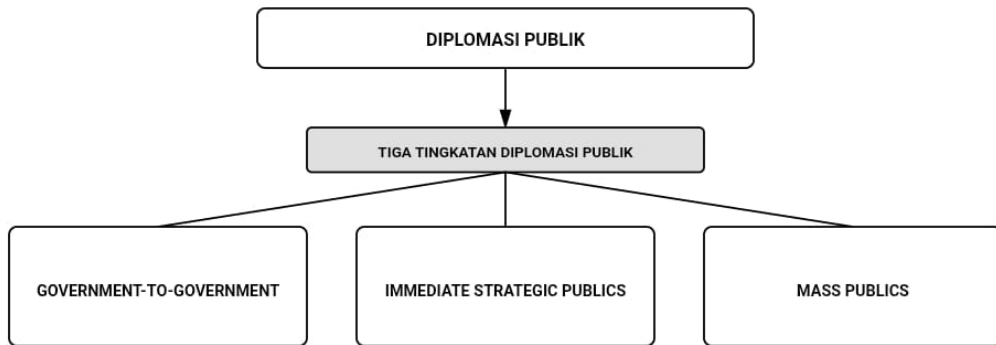
memungkinkan terciptanya ruang percakapan lintas budaya dan pertukaran ide antarbangsa (Tiffany & Azmi, 2019). Kolaborasi antara pemerintah dan aktor non-negara ini menunjukkan bahwa diplomasi publik tidak hanya dijalankan oleh negara, tetapi juga oleh masyarakat yang memiliki peran dan kompetensi di bidangnya masing-masing.

1.4.1.3 Mass Publics

Lapisan terluas dari diplomasi publik adalah mass publics, yaitu masyarakat umum di negara tujuan. Pacher menjelaskan bahwa komunikasi dengan publik luas memerlukan strategi emotional appeal dan cultural engagement, yang dapat dilakukan melalui media, kegiatan budaya, pameran pariwisata, kuliner, dan pendidikan bahasa (Pacher, 2018). Komunikasi dengan masyarakat luas kini semakin bergantung pada media digital dan teknologi komunikasi. Penyebaran pesan diplomasi publik dapat dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X (sebelumnya Twitter), yang memiliki jangkauan luas dan cepat (Hutasoit & Dermawan, 2019).

Oleh karena itu, diperlukan koordinasi antara pemerintah, lembaga budaya, dan pelaku diplomasi publik dalam menentukan strategi komunikasi, bahasa, serta bentuk pesan yang sesuai dengan audiens internasional yang beragam (Hennida, 2009). Melalui pemanfaatan media dan kegiatan budaya yang menarik, negara dapat menumbuhkan citra positif dan memperkuat kedekatan emosional dengan masyarakat global, sehingga memperluas jangkauan diplomasi publik di era globalisasi.

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1.1 Bagan Sintesa Pemikiran.

Sumber: Diolah dari Badan Pusat Statistik (2024)

Bagan tersebut merepresentasikan sintesis pemikiran yang menjadi landasan dalam penelitian ini, menggambarkan alur konseptual yang akan digunakan untuk mengkaji strategi diplomasi publik. Penelitian ini mengacu pada teori tiga tingkat diplomasi publik dari Andreas Pacher, yang secara struktural menekankan bahwa diplomasi budaya merupakan pendekatan strategis yang melibatkan kerja sama antar pemerintah, menasar aktor-aktor berpengaruh, serta menyampaikan pesan yang kuat kepada masyarakat luas. Dalam konteks ini, strategi tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana KBRI Canberra menjalankan diplomasi publik guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Australia ke Indonesia selama periode 2021–2024 melalui kekuatan budaya sebagai instrumen diplomatik.

1.6 Argumen Utama

Menurut penulis, dalam upaya mempromosikan pariwisata Indonesia kepada masyarakat Australia, KBRI Canberra menerapkan tiga strategi diplomasi publik Andreas Pacher (2018), strategi ini bertujuan memperkuat hubungan bilateral sekaligus mendukung pemulihan sektor pariwisata Indonesia pasca pandemi COVID-19. Pada tingkat Government-to-Government (G2G), KBRI Canberra berperan sebagai penghubung resmi antara pemerintah Indonesia dan Australia. Bentuk dari strategi ini terlihat pada penyelenggaraan Indonesia-Australia Comprehensive Strategic Partnership, kerja sama antara Kementerian Luar Negeri RI dengan Department of Foreign Affairs and Trade (DFAT) Australia. Kegiatan seperti Festival Indonesia in Canberra atau kerja sama pendidikan budaya di universitas-universitas Australia mencerminkan pendekatan diplomasi publik di tingkat antar pemerintah.

Pada tingkat Immediate Strategic Publics, KBRI Canberra berfokus pada kolaborasi dengan kelompok publik yang memiliki pengaruh strategis, seperti akademisi, komunitas diaspora, media lokal, lembaga pendidikan, serta pelaku industri kreatif dan pariwisata. Strategi ini diwujudkan melalui program seperti Indonesian Cultural Circle (ICC), Indonesian Goes to School, dan Indonesian Goes to Campus yang menghadirkan pertukaran budaya, promosi bahasa Indonesia, dan workshop seni tradisional. Keterlibatan komunitas diaspora Indonesia di Australia menjadi kunci keberhasilan dalam memperluas jejaring publik strategis. Tingkat Mass Publics, KBRI Canberra menargetkan masyarakat luas Australia melalui promosi budaya dan pariwisata yang bersifat terbuka dan menarik secara

emosional. Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan media digital, partisipasi dalam National Multicultural Festival, serta kampanye pariwisata bertema Wonderful Indonesia di berbagai kota besar seperti Canberra, Sydney, dan Melbourne.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan salah satu jenis pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena, peristiwa, atau kondisi secara mendalam dan terperinci, dan sebagaimana adanya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Diplomasi Publik yang dilakukan KBRI Canberra sebagai upaya untuk mempromosikan pariwisata Indonesia.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada rentang waktu 2021-2024, pengambilan waktu tersebut dikarenakan pada tahun 2021 merupakan tahun pemulihan pasca pandemi, KBRI Canberra berfokus mengadakan promosi budaya sampai pada 2024 Australia menjadi negara penyumbang wisatawan terbanyak di Indonesia yang mencapai 2.2 juta kunjungan wisatawan kenaikan ini juga dikarenakan program yang dijalankan oleh KBRI untuk memperkenalkan budaya Indonesia melalui workshop batik dan pertunjukan seni.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Data Dari dua jenis teknik pengumpulan data, yakni data primer dan sekunder, pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sekunder. Data sekunder melalui studi kepustakaan seperti jurnal, buku, press release, dan web resmi resmi yang dapat dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2016).

1.7.4 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang melibatkan pengorganisasian, pengelompokan, dan penandaan data yang telah dikumpulkan untuk dapat menjawab permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, setelah data diperoleh melalui studi pustaka, peneliti akan menganalisisnya menggunakan pendekatan kualitatif. Data tersebut akan diinterpretasikan dengan merujuk pada kerangka teori yang ada, dianalisis sesuai dengan objek yang diteliti, dan disusun secara sistematis dalam bentuk narasi. Teknik analisis ini digunakan untuk menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dan menarik kesimpulan yang tepat berdasarkan uraian yang terstruktur.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun dalam empat bab, yang sudah dibagi secara sistematis sebagai berikut:

BAB I akan membahas pendahuluan akan terdiri dari Latar belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, Landasan Teori dan Konseptual, Sintesa Pemikiran, Argumen Utama, dan Sistematika Penulisan.

BAB II berisi pembahasan mengenai penyelenggaraan Indonesia-Australia Comprehensive Strategic Partnership serta pembahasan mengenai upaya diplomasi publik pemerintah Indonesia dalam menyasar hubungan antar pemerintah.

BAB III berisi pembahasan mengenai upaya diplomasi publik KBRI Canberra dalam promosi pariwisata Indonesia di Australia dengan melibatkan publik strategis dan khalayak global.

BAB IV akan berisi penutup untuk penelitian ini yang berisikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian serta berisi saran untuk penelitian lanjutan atau kebijakan budaya ke depan.