**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN**

Hubungan Internasional adalah salah satu kajian politik dan penting bagi suatu negara karena di masa sekarang diyakini bahwa tidak ada negara yang dapat berdiri sendiri. Dengan adanya hubungan internasional, pencapaian tujuan negara akan lebih mudah dilakukan dan perdamaian dunia lebih mudah diciptakan. Hubungan Internasional mencakup seluruh hubungan yang dilakukan baik oleh negara maupun non-negara (individual), dimana hubungan tersebut melewati batas yuridiksi wilayah masing-masing.

Menurut K.J Holsti, Hubungan Internasional adalah semua bentuk interaksi antara masyarakat yang berbeda, apakah itu disponsori oleh pemerintah atau tidak, mencakup juga studi mengenai serikat perdagangan internasional, Palang Merah Internasional, turisme, perdagangan internasional, transportasi, komunikasi, dan perkembangan nilai dan etik internasional.(Hoya, n.d.) Didalam Hubungan Internasional terdapat Politik Luar Negeri dimana menurut Hans.J.Morgentau Dalam bukunya yang berjudul “*Politics Among Nations*”, politik internasional sama halnya dengan politik-politik lainnya karena berkaitan erat dengan kekuasaan (*power*) sebagai tujuan utamanya yaitu manusia mengontrol pikiran dan tindakan manusia lainnya.

Di dalam kajian ini akan berfokus terhadap diplomasi dimana sebagai kajian keilmuan dari Hubungan Internasional yang termasuk kedalam politik luar negeri yang digunakan sebagai salah satu inisiatif mempromosikan negara, meningkatkan eksistensi, atau menyebarkan pengaruh ke negara lain untuk meraih kepentingan nasional bagi masing-masing negara. Diplomasi itu sendiri mempunyai berbagai bentuk yang bermacam-macam namun dalam kajian ini akan memfokuskannya terhadap Diplomasi kebudayaan.

Diplomasi dimaksudkan untuk meningkatkan *image building, nation branding*, dan *soft power* suatu negara di luar negeri sebagai bangsa yang memiliki kebudayaan yang tinggi. Diplomasi Budaya adalah usaha memperjuangkan kepentingan nasional suatu negara melalui kebudayaan secara mikro, seperti olahraga, dan kesenian, atau secara makro contohnya propaganda dan lain-lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer.

Di dalam Diplomasi Budaya, kebudayaan dapat begitu efektif sebagai media diplomasi, karena kebudayaan memiliki unsur-unsur universal (*cultural universals*) dimana unsur-unsurnya terdapat dalam semua kebudayaan bangsa-bangsa di dunia. Jika mengutip analisis Koentjaraningrat yang mengadaptasi konsepsi B. Malinowski (1944), dalam semua kebudayaan ada tujuh buah unsur universal, dimana kesenian adalah salah satu unsurnya. Tapi jika mengutip pembahasan Sutan Takdir Alisjahbana yang berlandaskan klasifikasi Edward Spranger (1921), ada enam nilai universal, salah satunya adalah nilai seni yang bersifat ekspresif.

Pada dasarnya kebudayaan bersifat komunikatif yang berarti mudah dipahami, bahkan oleh masyarakat yang memiliki latar belakang budaya berbeda. Kebudayaan juga bersifat manusiawi, yaitu dapat lebih mendekatkan bangsa yang satu dengan lainnya. Sifat-sifat positif dari kebudayaan inilah yang bisa membuka jalan bagi tercapainya tujuan diplomasi kebudayaan. Oleh sebab itu, misi kesenian sering digunakan sebagai media diplomasi budaya. (Andris Adhitra, n.d.)

Diplomasi dapat digunakan untuk mendekatkan suatu negara dengan negara yang lain. Indonesia pada zaman Presiden Soekarno memiliki hubungan yang dekat dengan Negara Rusia, namun pada zaman Presiden Ke- 2 Indonesia yaitu Soeharto Hubungan Indonesia dan Rusia menjadi lenggang dikarenakan kebijakan anti-komunisme oleh Presiden Soeharto, tetapi pada pertengahan 1990-an hubungan kedua negara terlihat semakin membaik dan dekat.(“Hubungan Indonesia dengan Rusia,” n.d.)

Usaha diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia untuk memperdekatkan diri ke Negara Rusia yang akan dibahas di kajian ini adalah melalui Festival Indonesia di Moskow yang dilaksanakan oleh KBRI di Rusia yang bertempat di Moskow. Upaya diplomasi yang dilakukan oleh Indonesia dalam meningkatkan pariwisata Indonesia di dunia internasional ini bertujuan untuk mempromosikan potensi pariwisata Indonesia kepada masyarakat internasional yang tidak hanya dilakukan oleh pemerintah saja, namun juga berbagai kalangan yang turut serta berpartisipasi dalam mempromosikan pariwisata Indonesia, seperti lembaga-lembaga swasta, LSM, pengusaha, pengrajin, media, kalangan akademisi, sampai warga negara sebagai individu. Dalam menjelaskan hal ini, Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi

yang dikenal dengan istilah Multi Track Diplomacy. Multi Track Diplomacy pada dasarnya merupakan kerangka kerja konseptual dalam memandang proses perwujudan perdamaian internasional

sebagai sebuah sistem kehidupan. Semuanya tercakup dalam sebuah model jaring-jaring yang saling terkait antara kegiatan individual, institusi, dan komunitas yang bekerja bersama-sama untuk satu tujuan, yaitu perdamaian dunia. (Wehrenfennig, 2008) Upaya diplomasi yang dilakukan oleh Indonesia dalam meningkatkan pariwisata Indonesia di dunia internasional

ini merupakan cara diplomasi yang melibatkan beberapa aspek Multi Track

Diplomacy, yaitu

-track one (government)

-track two (non-government)

-track three (business)

-track four (private citizen)

-track five (Research/Training/Education)

-track nine (media)

Implementasi diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia yang akan dibahas di kajian ini adalah melalui Festival Indonesia di Moskow yang dilaksanakan oleh KBRI di Rusia yang bertempat di Moskow.

Pada beberapa tahun yang lalu dapat dilihat dari Data akhir tahun statistik wisatawan rusia ke Indonesia itu tidaklah tinggi dari tahun 2014 wisatawan yang mendatangi Indonesia sebanyak 7.601 orang dan pada tahun 2015 wisatawan yang mendatangi Indonesia hanyalah 8.081 dari hal ini bisa dilihat dari 2014 sampai 2015 wisatawan Indonesia menaik sedikit hanya 6,31%.(Kementrian Pariwisata, 2018) Hal ini dilihat oleh KBRI di Rusia bahwa warga Rusia kurang minat dan kurang mengetahui mengenai Indonesia, menurut Minister Counsellor Information and Social Culture KBRI Darmawan Suparno yang saya wawancarai “orang orang luar itu kurang mengetahui mengenai Indonesia, jadi orang luar itu hanya mengetahui Bali dulu” dari sini bisa disimpulkan orang orang luar negri maupun orang Rusia mereka kurang mengetahui mengetahui tentang Indonesia dan Apa saja yang membuat Indonesia menarik hal inilah yang membuat KBRI di Moskow untuk mengadakan Festival Indonesia di Moskow agar memperkenalkan budaya-budaya Indonesia agar masyarakat Rusia lebih mengetahui mengenai bertapa menariknya Indonesia dan dapat menaikan potensi Wisatawan Rusia ke Indonesia menaik.

Awal mula di buatnya Festival Indonesia di Moskow adalah pada tahun 2016 Duta Besar KBRI Rusia Mohamad Wahid Supriyadi membuat sebuah ide untuk melaksanakan sebuah festival untuk menyebarkan pengetahuan mengenai kebudayaan-kebudayaan di Indonesia dan juga untuk mempromosikan betapa unik nya Indonesia yaitu bernama Festival Indonesia di Moskow.

Festival Indonesia di Moskow itu sendiri merupakan sebuah acara yang diselenggarakan oleh KBRI, dimana festival ini merupakan bentuk diplomasi budaya. Festival ini mengenalkan berbagai macam budaya yang menarik dan unik di Indonesia dan ditampilkan di Rusia agar mendorong peningkatan nilai ekspor Indonesia ke Rusia, arus investasi, dan wisatawan Rusia ke Indonesia.

Dari dibuatnya Festival Indonesia di moskow itu adalah cara pemasaran kepariwisataan. Dalam pemasaran perwisata pada keseluruhanya produk wisata yang dikembangkatnya atau yang di promosikanya hendaknya dilihat dalam kaitanya dengan keinginan dan harapan wisatawan. Sebagai pembeli, wisatawan harus dapat memahami keseluruhan produk wisata yang ada di destinasi. dan dalam kasusnya di sini yaitu mengenal budayanya dan mengenalkan Indonesia nya itu sendiri agar menarik wisatawan-wisatawan yang datang dari Rusia selain itu juga dari festival kita jadi bisa memberi wawasan mengenai betapa unik dan indahnya budaya-budaya dari Indonesia.

Dalam festival ini warga Rusia disuguhi tidak hanya berbagai macam pertunjukan budaya, tetapi juga makanan dan buah-buahan khas Indonesia. Festival ini sudah digelar tiga kali pada 20-21 Agustus 2016, pada 4-6 Agustus 2017 dan pada 3-5 Agustus 2018 dimana pada tahun 2016 dan 2017 diadakan di Hermitage Garden, Moskow, Rusia. lalu pada 2018 pindah tempat ke Krasnaya Presnya Park Moscow dikarnakan tempat nya lebih luas. Festival ini diadakan dengan tujuan untuk mempromosikan destinasi wisata, budaya, kuliner, serta fashion tradisional Indonesia. Festival ini sangat berkaitan dengan diplomasi budaya.

Fokus dari Festival Indonesia di Moskow ini adalah TTIC ( Trade, Tourismn, Investment and Culture) Jadi Festival Indonesia di moskow selain Membahas Kebudayaan ( Tourismn) itu juga membahas Trade dan Investment. Karna KBRI tidak dapat berdiri sendiri karna itulah dibutuhkan *stockholder* untuk ikut membantu dalam mengadakan Festival Indonesia di Moskow.

*Stockholder* yang di bahas di dalam penelitian ini *adalah stockholder* dalam kontek *event stockholder* adalah Peran pemerintah dalam hal ini adalah sebagai suatu lembaga yang mendukung suatu event tersebut secara nasional maupun secara regional. Dalam hal ini pemerintah mendukung event yang berkaitan misalnya dengan budaya, pariwisata, pendidikan dan sebagainya. (Karina, 2013)

Kerjasama perusahaan dengan lembaga pemerintah tersebut dapat diwakili oleh kementrian yang menaunginya seperti dalam pembahasan dari penelitian ini yaitu event yang berkaitan dengan Budaya dan Pariwisata dapat bekerjasama dengan Kementrian Pariwisata. Contoh lain penyelenggaraan event yang berkaitan dengan event pameran edukasi tentu saja kita dapat bekerjasama dengan kementrian pendidikan nasional. Selain itu, lembaga pemerintah dapat di libatkan adalah dalam masalah keamanan yaitu lembaga kepolisian. Namun dalam pembahasan ini adalah melibatkan dengan budaya dan pariwisata.

Umumnya, bentuk kerjasama dengan berbagai lembaga pemerintahan dengan event organizer akan terkait dengan birokrasi untuk berbagai hal yang bersifat administratif. Perjanjian kerjasama merupakan hal yang tidak mudah karena di pemerintahan harus ada tanda tangan pemimpin tertinggi dan para wakilnya dan melalui tahapan tertentu.

Hal ini sudah menjadi rahasia umum. Perlu waktu untuk mengajukan penandatanganan tersebut karena melalui berbagai tahapan dan proses tertentu. Untuk itu diperlukan lobi, negosiasi dan diplomasi yang baik ketika kita mau mengadakan suatu kerjasama dalam penyelenggaraan event. Manfaat yang dapat diperoleh dari kerjasama ini adalah event yang dibuat berskala nasional atau paling tidak berskala regional artinya bukan bersifat lokal. Kemudian, event yang melibatkan pemerintah akan mendapat liputan media yang sifatnya nasional karena umunya setiap lembaga pemerintah sudah bekerjasama dengan sejumlah media massa cetak maupun elektronik dan lembagai itu juga sudah mempunyai media yang mereka kelola sendiri.

Beberapa *stockholder* dari Festival Indonesia adalah dari berbagai lembaga yaitu Kementrian Luar Negri, Kementrian Pariwisata, Kementrian Perdagangan, Badan Invenstasi. Didalamnya Kementrian Pariwisata ikut bergabung namun membuat stand sendiri dimana dinamakan stand nya “Wonderful Indonesia” dimana itu merek dagang nya Kementrian Pariwisata.

setelah wawancara dengan Bapak Nanang Fadillah dari fungsional diplomat madiyah di direktorat eropa 3 dikatakan bahwa Festival Indonesia di Moskow adalah Kegiatan Trade, Tourismn, Investment and Culture yang diselengarakan oleh KBRI di Rusia bekerjasama dengan Kementrian Luar negri, Kementrian Pariwisata, Kementrian Perdagangan, BKPM (Badan Kordinasi Penanaman Modal), Pemprov (se Indonesia yang ikut dengan tiap tahun berganti ganti pemprov yang ikut), Pemkab dan Pemkot, dan juga para pengusaha yaitu UMKM dan juga para pengisi kegiatan culture seni dan budaya, wartawan dan masyarakat Indonesia yang ikut berpastisipasi termasuk keluarga besar KBRI di Rusia.

Dari persoalan di atas, maka penulis mengemukakan judul :

**“IMPLEMENTASI DIPLOMASI KEBUDAYAAN MELALUI FESTIVAL INDONESIA DI MOSKOW DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN RUSIA DI INDONESIA”**

* 1. **IDENTIFIKASI MASALAH**

Identifikasi masalah merupakan suatu tahap permulaan dari penguasaan masalah dimana suatu objek dalam suatu jalinan situasi tertentu dapat kita kenali sebagai suatu masalah. Identifikasi masalah adanya upaya untuk menjelaskan suatu fenomena pada situasi tertentu. Untuk memudahkan dalam identifikasi masalah diperlukan adanya suatu penjelasan (Suriasimantri, 1993:309).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka Penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk Kemajuan ataupun Kemunduran pada Festival Indonesia di Moskow pada periode 2016-2018?
2. Bagaimana awal mula Festival Indonesia di Moskow di buat dan apa tujuanya?
3. Bagaimana Implementasi Diplomasi kebudayaan melalui Festival Indonesia di Moskow dengan efeknya bagi Indonesia?

**1.3 PEMBATASAN MASALAH**

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis akan membatasi penelitian dengan lingkup Pengaruh dari Festival Indonesia di moskow yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan Rusia ke Indonesia. penulis hanya mengambil data sepanjang tahun 2016 hingga 2018 saja.

**1.4 PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan pada permasalahan tersebut untuk mempermudah kajian permasalahan yang akan diangkat, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yang diharapkan dapat menjadi rumusan dalam menganalisa masalah yaitu:

**“Bagaimana Implementasi Diplomasi Kebudayaan melalui Festival Indonesia di Moskow berpengaruh terhadap peningkatan kehadiran wisatawan Rusia di Indonesia tahun 2016-2018?”**

**1.5 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN**

**1.5.1 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulisan karya ini untuk mengungkapkan tentang:

1. Menjelaskan kemajuan atau kemunduran pada Festival Indonesia melalui perbandingan hasil pengunjung dari festival ini pada tahun 2016 sampai dengan 2018.
2. Menjelaskan mengenai Festival Indonesia dan Tujuan dibentuk nya Festival Indonesia.
3. Memperlihatkan Hasil dari Festival Indonesia di Moskow dan efeknya bagi Indonesia.

**1.5.2 KEGUNAAN PENELITIAN**

Kegunaan dari penelitian ini dibuat adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi syarat akademik dalam menempuh ujian Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Hubungan Internasional.
2. Untuk memberikan informasi terkait Festival Indonesia di Moskow dan Untuk menjelaskan efek nya Festival Indonesia di Moskow Dalam meningkatkan wisatawan Rusia yang berkunjung ke Negara Indonesia.
3. Sebagai dedikasi pada masyarakat, sehingga dapat dijadikan referensi kelak pada penelitian-penelitian yang sifatnya hampir sama khususnya Hubungan Internasional.