

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman, hubungan dalam sistem internasional lambat laun mengalami perubahan. Buzan dan Lawson (2015) beragumen bahwa revolusi modernitas pada abad ke-19 telah mengubah sistem internasional yang sebelumnya didominasi oleh dinasti dan kerajaan agraris. Revolusi ini telah meletakkan dasar bagi ide, aktor, sistem, dan proses yang mendefinisikan Hubungan Internasional saat ini. Ini mencerminkan minat pada politik global, bukan hanya antar negara. (Acharya & Buzan, 2019). Studi ini melampaui fokus pada interaksi pemerintah dan negara berdaulat. Sudah beradaptasi dengan perkembangan global, mencakup isu – isu politik rendah dan tinggi. (Masela, 2019).

Interaksi kini melibatkan bidang keamanan, ekonomi, budaya, sosial, dan politik. Untuk menciptakan interaksi ini, negara menggunakan diplomasi sebagai instrument (Masela, 2019). Pada hubungan internasional kontemporer, diplomasi sering dilakukan dengan menggunakan budaya sebagai instrument negara – negara untuk menjalin hubungan damai antara satu sama lain dan juga memenuhi kepentingan nasionalnya sendiri (Reynaldi, 2021). Diplomasi merupakan aktivitas politik yang memanfaatkan sumber daya terampil untuk mencapai kesepakatan dan melindungi negara dari ancaman. Diplomasi modern bermula di Italia pada abad ke-15 dan melibatkan dialog antara aktor negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya. (Berridge. G. R, 2015).

Diplomasi telah menjadi alat penting dalam hubungan antara negara dan telah berkembang sejak pertama kali diterapkan. Diplomasi adalah seni dan praktik negosiasi antar negara untuk mencapai kesepakatan (Setiawan, 2016). Keberhasilan diplomasi tidak hanya bergantung pada diplomat dan pejabat pemerintah saja, tetapi juga pada interaksi antar masyarakat (Hermawan, 2007). Diplomasi merupakan kunci dalam pembentukan citra negara di ranah internasional yang telah berlangsung sejak Perang Dunia I. Ini melibatkan pemeliharaan *soft power*, yang mencakup sistem nilai, unsur budaya, dan kebijakan negara (Aksoy & Cicek, 2018).

Budaya adalah salah satu alat yang digunakan dalam diplomasi, dan lebih dikenal sebagai diplomasi budaya. Ini mencakup tindakan oleh pemerintah atau aktor non-negara seperti organisasi masyarakat atau individu, untuk mempengaruhi hubungan dengan masyarakat atau negara melalui budaya (Aksoy & Cicek, 2018). Budaya memainkan peran penting dalam bagaimana individu melihat satu sama lain dan menegosiasikan perbedaan. Dengan meningkatnya peluang untuk berinteraksi secara global dan pertukaran, kontak budaya juga berubah. Budaya tidak lagi dipandang sebagai entitas statis yang menampilkan diri mereka kepada orang lain, tetapi sebagai entitas yang bertemu, berbaur, dan berubah (Warsito & Kartikasari, 2007).

Diplomasi budaya menggabungkan dialog antar budaya dan komunikasi kebijakan nasional untuk mencapai kepentingan bersama. Budaya dan politik saling terkait dan mampu digunakan sebagai alat diplomasi. Budaya memiliki kemampuan untuk menjangkau banyak orang, menjadikannya media ideal untuk diplomasi. Lembaga kebudayaan berusaha meningkatkan jumlah pemirsanya melalui berbagai cara, termasuk digitalisasi. Pertukaran budaya telah ada sejak lama dan masih digunakan untuk memahami dan menegaskan kekuatan budaya sendiri. Diplomasi budaya dianggap sebagai aspek *soft power* dalam hubungan internasional (Ang et al., 2015a, 2015b).

Diplomasi ini berfungsi sebagai landasan untuk memperkuat hubungan antara dua negara maupun lebih. Aktivitas budaya dapat membuka peluang Kerjasama dalam bidang apapun, berbagai kedekatan dalam aspek budaya menjadi dasar untuk Kerjasama yang lebih ekstensif (Warsito & Kartikasari, 2007). Diplomasi melalui budaya merupakan strategi efektif bagi suatu negara karena mudah diakses dan dikenal oleh masyarakat, memudahkan mendeteksi penerimaan maupun penolakan dalam pelaksanaannya (Setiawan, 2016). Diplomasi ini membantu negara dalam mengidentifikasi apa yang penting atau unik serta strategis untuk merepresentasikan dirinya di panggung internasional. (Rakanaya, 2015).

Upaya pemerintah dalam mempromosikan budaya dapat terasa terbatas jika hanya melibatkan pemerintah atau aktor negara. Namun, dengan melibatkan aktor non-negara seperti tokoh masyarakat, budayawan, dan seniman, target yang ingin dicapai dapat lebih luas dan mudah dijangkau oleh khalayak umum serta internasional. Sebagai negara yang

berdaulat, Indonesia juga melakukan diplomasi untuk meraih kepentingan nasionalnya sendiri. Diplomasi yang dilakukan oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (KEMLU RI) yang juga dibantu oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) turut mengaktualisasikan program dan prioritas dalam memajukan bangsa selagi tugas dan kompetensi utama dengan mempromosikan dan meningkatkan intensitas hubungan bilateral Indonesia dengan negara lain (Rakanaya, 2015).

Diplomasi ini membutuhkan Kerjasama bilateral. Indonesia telah menjalin hubungan luar negeri dengan berbagai negara sejak proklamasi kemerdekaannya pada 17 Agustus 1945. Indonesia telah merancang berbagai forum, baik bilateral, regional, maupun multilateral, bersama negara – negara lain. Dalam membangun hubungan ini, Indonesia selalu mempromosikan nilai – nilai saling menghormati, non-intervensi dalam urusan domestic negara lain, penolakan terhadap penggunaan kekerasan, dan prioritas pada consensus dalam pengambilan Keputusan. Aktor – aktor dengan peran penting di panggung internasional perlu berkolaborasi dengan pemerintah Indonesia untuk memudahkan pencapaian kepentingan nasional (Fadhilah Wijaya & Purbantina, 2022).

Oleh karena itu, Indonesia telah menjalin Kerjasama bilateral dengan 162 negara, termasuk Korea Selatan. Hubungan bilateral dengan Korea Selatan telah berjalan baik sejak September 1973, dengan berbagai sektor termasuk ekonomi, sosial budaya, dan pertahanan meski hubungan tingkat konsulat telah dimulai sejak Agustus 1966. Indonesia dan Korea Selatan terus berupaya meningkatkan hubungan dan Kerjasama mereka, baik secara bilateral, regional, maupun multilateral. Hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan meningkat secara signifikan setelah meratifikasi *Join Declarations on Strategic Partnership to promote Friendship and Cooperation in the 21st Century* oleh kedua pemimpin negara di Jakarta selama kunjungan Presiden Republik Korea, Roh Moo-Hyun pada 4 Desember 2006. (Fadhilah Wijaya & Purbantina, 2022).

Deklarasi ini mencakup 32 area Kerjasama dalam bidang politik, pertahanan, ekonomi, sosial budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi, serta hukum. Kemudian selama masa pemerintahan Presiden Moon Jae-In, Republik Korea Selatan mengunjungi lagi dari tanggal 8-10 November 2017, di mana kedua pemimpin negara sepakat untuk meningkatkan Kemitraan Strategis menjadi Kemitraan Strategi Khusus. Pembentukan ini

menegaskan Kemitraan Strategis antara Indonesia dan Republik Korea. Kerjasama antara dua negara ini pun terjadi di bidang sosial – budaya. Dari perspektif Politik Luar Negeri Indonesia, Korea Selatan, yang berada di Asia Timur, merupakan mitra strategis penting setelah ASEAN. (Fadhilah Wijaya & Purbantina, 2022).

Hubungan dan Kerjasama bilateral antara kedua negara telah meningkat secara signifikan dalam decade terakhir, terutama sejak mereka memasuki kemitraan strategis khusus. Hubungan Indonesia dan Korea Selatan bersifat mendukung di berbagai forum regional dan internasional, dan berada dalam posisi saling melengkapi, di mana kedua negara memiliki potensi untuk saling melengkapi dalam menjalankan Kerjasama bilateral. Kedua negara telah melakukan pertukaran kunjungan budaya, di bidang kebudayaan Indonesia telah berpartisipasi dalam berbagai acara tahunan di Korea Selatan. Seperti Pameran Internasional (WEDDEX) di Seoul, Bazaar Internasional, Asosiasi Wanita Internasional Seoul (SIWA) di Seoul, dan Festival Film Internasional Busan di Busan. Adapun beberapa kelompok seni budaya tradisional Indonesia juga telah berkontribusi dalam mempromosikan budaya Indonesia di Korea Selatan (Fadhilah Wijaya & Purbantina, 2022).

Sebagai mitra strategis Indonesia, Korea Selatan telah berhasil mempromosikan budayanya secara luas melalui *Korean Wave*. Fenomena ini melibatkan music, drama, Bahasa, makanan, dan *fashion*. Sementara itu, batik, sebagai salah satu produk budaya Indonesia, telah menjadi fokus utama dalam upaya mempromosikan budaya Indonesia melalui Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Seoul. Indonesia telah giat mempromosikan batik di Korea Selatan secara luas sejak tahun 2010 sebagai *wearable art* dan telah menarik banyak perhatian masyarakat setempat. Pada tahun 2012, Korea Selatan menjadi salah satu tujuan ekspor batik terbesar ketiga setelah Amerika Serikat dan Jerman (Reynaldi, 2021).

Kerjasama budaya antara Indonesia dan Korea Selatan tidak hanya melibatkan batik dengan bertujuan untuk memperdalam pemahaman antar masyarakat, memperkuat hubungan sosial dan budaya, serta mempromosikan keaneka ragaman budaya. Mulai dari program pertukaran budaya, yang mencakup pertukaran seniman, penulis, serta pementasan seni tradisional, yang memperkaya pengalaman budaya masyarakat di kedua

negara. Lalu ada Festival Budaya, dengan penyelenggaraan festival ini menampilkan seni, music, tarian, dan kuliner tradisional dari kedua negara, menciptakan suasana meriah yang memberikan pengalaman langsung pada masyarakat. Kemudian ada Pameran dan Pertunjukan Seni, Pelatihan dan *Workshop*, Pertukaran Pendidikan dan Penelitian Budaya (Reynaldi, 2021).

Indonesia sebagai negara yang kaya dengan beragam suku, bahasa, agama, dan adat istiadat memiliki ratusan budaya yang menciptakan berbagai seni yang mencerminkan masyarakatnya, seperti Wayang Kulit, Keris, Gamelan, Angklung, dan Batik. Batik sendiri sebagai salah satu budaya kebanggaan Indonesia, telah menjadi instrument penting dalam diplomasi dan hubungan bilateral Indonesia bersama berbagai negara. Batik memiliki berbagai motif dan filosofi, serta perkembangannya dapat ditelusuri hingga zaman Majapahit. Batik tidak hanya sebagai kain, tetapi juga sebagai representasi dari berbagai aspek kehidupan manusia dan identitas budaya Indonesia di mata internasional (Reynaldi, 2021).

Sebagaimana yang kita ketahui, batik selalu menjadi bagian dari Indonesia yang sudah diakui oleh *National Educational, Scientific, and Cultural Organization* atau UNESCO sebagai *Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity* pada bulan Oktober 2009 yang sampai saat ini berperan penting sebagai alat diplomasi budaya Indonesia. Batik, sebagai bagian dari identitas Indonesia, telah menjadi alat diplomasi budaya yang diterima secara luas di Tingkat Internasional. (Reynaldi, n.d.). Telah banyak desainer Indonesia seperti Oscar Lawatala, Denny Wirawan, dan Ghea Panggabean telah menggunakan batik dalam desain mereka di panggung *fashion* internasional. Bahkan lebih dari itu, desainer dunia ternama seperti Dries Van Noten, dan Nicole Miller telah memasukan batik kedalam koleksi mereka. Ada selebritis dunia seperti Paris Hilton, Julia Roberts, dan pendiri Microsoft, Bill Gates juga telah terlihat menggunakan batik (Fadhilah Wijaya & Purbantina, 2022).

Pemerintah Indonesia bekerja sama dengan pemangku kepentingan terkait, telah mempromosikan batik secara intensif dan berkelanjutan di mata internasional. Batik juga sering digunakan oleh pejabat tinggi negara sebagai pakaian formal dalam pertemuan resmi, termasuk saat kedatangan Presiden Amerika ke-44, Barack Obama, untuk

Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ke-19 ASEAN di Bali pada tahun 2011. Keberadaan batik di dunia internasional terus meningkat setelah pengakuannya oleh organisasi seperti PBB, atau Perserikatan Bangsa – Bangsa. (Fadhilah Wijaya & Purbantina, 2022).

Pemerintah terus berupaya mempromosikan batik sebagai alat diplomasi yang memiliki polemic besar untuk meningkatkan minat masyarakat internasional dan menarik wisatawan asing untuk lebih mengenal budaya Indonesia. Melalui batik, dampak positif yang diterima tidak hanya terbatas pada bidang budaya, tetapi juga pariwisata, karena berhasil menarik perhatian warga negara asing yang tertarik dengan batik. Perlindungan terhadap kekayaan budaya Indonesia sangatlah penting untuk mencegahnya tergerus oleh waktu dan terlupakan, yang dapat menyebabkan budaya tersebut mudah diklaim oleh pihak atau negara lain. Dengan terdaftarnya batik di UNESCO, hak Indonesia dipertahankan dan memberikan keuntungan karena memudahkan langkah Indonesia untuk memperkenalkan batik kepada masyarakat luas, yang juga sangat berpengaruh dan bermanfaat bagi diplomasi budaya Indonesia (Reynaldi, 2021)

Terdapat 20 desain batik Indonesia ditampilkan dalam Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik 2021, yang diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia dan *Korean Cultural Center* Indonesia (KCCI). KCCI sebagai perwakilan dari delegasi tetap Korea Selatan, menonjolkan diplomasi budaya melalui batik dengan mengorganisir berbagai kegiatan yang mengangkat tema kebudayaan tradisional dalam bentuk *fashion modern*. Indonesia sedang mempromosikan dan melestarikan warisan tradisi mereka untuk membangun citra positif yang dapat menjadi dasar pondasi diplomasi budaya (Korean Cultural Center, 2021).

Fashion Show Hanbok – Batik yang diselenggarakan oleh KCCI bertujuan untuk mempromosikan hanbok dan batik melalui kegiatan budaya modern di Seoul. Kegiatan ini didukung oleh Kementerian Budaya, Olahraga, dan Pariwisata Republik Korea, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia (Kemendikbud Riset), KCCI, dan Badan Promosi Budaya dan Desain Kerajinan Korea, yang bekerja sama untuk menjalankan misi melestarikan kekayaan dan keindahan batik dari Indonesia (Korean Cultural Center, 2021a)

Hanbok sendiri merupakan pakaian tradisional Korea Selatan yang telah berevolusi sepanjang Sejarah dengan mencerminkan perubahan dalam masyarakat dan budaya Korea Selatan. Awalnya hanbok adalah pakaian sederhana dari bahan alami, pada masa era Dinasti Goryeo (918 – 1392 M) hanbok berubah menjadi lebih longgar dan lebar. Lalu pada era Dinasti Joseon (1392 – 1897 M), pengaruh konfusianisme membuat hanbok lebih formal dan simetris dengan warna dan desain mencerminkan status sosial dan usia. Dalam masa penjajahan Jepang (1910 – 1945 M), hanbok beradaptasi dengan pengaruh barat yang menjadi lebih pendek dan sederhana. Masyarakat Korea Selatan jaman dahulu seringkali gemar memakai pakaian berwarna putih, sampai disebut juga sebagai “*Baekkeui Minjok* (etnis putih)”. Dengan menyesuaikan tempat dan waktu, masyarakat Korea Selatan juga menggunakan berbagai jenis hanbok berwarna putih lengkap bersama topi yang cocok dengan pakaiannya (id.korean-culture.org, 2022).

Setelah kemerdekaan Korea Selatan, hanbok menjadi symbol identitas nasional dan tradisional. Desainer modern telah mengembangkan variasi hanbok yang memadukan elemen tradisional dengan gaya kontemporer. Hanbok kontemporer yang digunakan dalam acara – acara tradisional dan sehari – hari telah mendapatkan pengakuan dan popularitas internasional. Hanbok bukan hanya symbol warisan budaya Korea Selatan, tetapi juga mencerminkan perpaduan antara tradisi dan inovasi yang menjadikannya relevan dalam konteks masyarakat modern. (id.korean-culture.org, 2022).

Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik merupakan manifestasi kolaborasi antara Pemerintah Indonesia dan *Korean Cultural Center* Indonesia (KCCI), yang melibatkan desainer terkemuka seperti Lee Hyo-Jae dan Novita Yunus dalam menerapkan praktik diplomasi budaya Indonesia. KCCI berperan aktif dalam kegiatan ini dengan tujuan mempromosikan pertukaran budaya antara Korea Selatan dengan Indonesia untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya budaya Indonesia (Korean Cultural Center, 2021).

Pemerintah memanfaatkan kesempatan ini untuk menampilkan, memperkenalkan, mempromosikan, dan menunjukkan keindahan budaya Indonesia di panggung internasional, juga sebagai pengakuan internasional untuk identitas bangsa Indonesia. Festival ini menampilkan kekayaan tekstil Nusantara, yang merupakan kain tradisional

yang sarat dengan makna budaya Indonesia, dan menunjukkan kolaborasi antara hanbok dan batik. Kegiatan ini bertujuan sebagai wadah untuk memperkenalkan keragaman batik Indonesia dalam rangka meningkatkan citra dan apresiasi internasional terhadap Indonesia. Kegiatan ini berfungsi untuk menyajikan seni dan budaya Indonesia kepada masyarakat Korea Selatan secara lebih mendalam. Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik ini diselenggarakan langsung pada dua lokasi sekaligus, yaitu Jakarta dan Seoul. Tepatnya di Istana Chojeong, di mana itu merupakan tempat peristirahatan raja yang terletak di kota Cheongju (Korean Cultural Center, 2021).

Latar belakang penelitian ini memperlihatkan beberapa aspek, yang diantaranya adalah penelitian ini memiliki relevansi yang kuat dengan upaya peningkatan hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan, khususnya dalam konteks pertukaran budaya. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya diplomasi budaya sebagai alat yang efektif dalam diplomasi internasional. penelitian ini mengangkat batik sebagai symbol budaya Indonesia yang kaya akan nilai Sejarah dan estetika. Dengan mempromosikan batik melalui Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik, yang menggabungkan antara hanbok yang di mana itu merupakan pakaian tradisional Korea Selatan, penelitian ini menunjukkan bagaimana dua budaya yang berbeda dapat saling menghargai dan belajar satu sama lain. Ini juga mencerminkan bagaimana diplomasi budaya dapat menjadi sarana untuk memperkuat identitas nasional di panggung internasional.

Penelitian ini signifikansi karena membahas tentang strategi promosi yang inovatif dan kreatif, yang tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang batik tetapi juga meningkatkan penghargaan dan pemahaman terhadap keberagaman budaya. Ini penting di era globalisasi, di mana pemahaman lintas budaya menjadi kunci untuk membangun hubungan yang harmonis antar bangsa. Pun, penelitian ini juga mengkaji bagaimana diplomasi budaya Indonesia melalui festival tersebut dapat menjadi salah satu strategi untuk mempromosikan batik di Korea Selatan. Penelitian ini relevan dengan perkembangan hubungan bilateral Indonesia dan Korea Selatan yang semakin erat dengan memperkenalkan dan memadukan busana tradisional kedua negara. Peneliti mengangkat fenomena ini menjadi sebuah penelitian yang berjudul “**Diplomasi Budaya Indonesia**

Melalui Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik Sebagai Upaya Mempromosikan Batik Indonesia Di Korea Selatan”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, terdapat hasil rumusan masalah yang akan diambil, yaitu “**Bagaimana Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik dalam memperkenalkan budaya batik Indonesia di Korea Selatan?”**

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini lebih terarah dan mendalam, pembatasan masalah telah ditetapkan dengan memfokuskan pada rentang waktu tahun 2019 – 2023. Pembatasan ini dipilih berdasarkan tahun pelaksanaan Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik di Jakarta dan Seoul. Tujuannya adalah untuk mengamati bagaimana perkembangan budaya batik Indonesia di Korea Selatan sebelum kegiatan dimulai, lalu keberlangsungan kegiatan serta perkembangan pasca – kegiatan, untuk melihat pada tingkatan mana perkembangan budaya batik Indonesia di Korea Selatan.

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui diplomasi Indonesia di Korea Selatan.
2. Untuk mengetahui promosi Batik Indonesia di Korea Selatan sebagai bentuk implementasi diplomasi budaya.
3. Untuk mengetahui diplomasi budaya Indonesia melalui Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik dalam mempromosikan Batik Indonesia di Korea Selatan.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini semoga dapat membantu memahami bagaimana diplomasi budaya, khususnya melalui Festival *Fashion Show* Hanbok – Batik, dapat efektif dalam meningkatkan minat masyarakat Korea Selatan terhadap batik. Besar harapan penulis mampu memberikan wawasan baru tentang bagaimana budaya dapat digunakan sebagai alat diplomasi. Penulis juga berharap dengan menunjukkan bagaimana Festival *Fashion Show*

Hanbok – Batik ini berjalan, mampu mendorong penghargaan yang lebih besar terhadap budaya Indonesia.

2. Kegunaan penulisan ini juga bertujuan untuk memenuhi prasyarat kelulusan mata kuliah skripsi dalam program studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Pasundan.