

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan globalisasi telah membawa perubahan yang cukup besar terhadap pola hubungan internasional. Sebelumnya hubungan internasional lebih banyak dijalankan oleh negara melalui pemerintah pusat, saat ini muncul keterlibatan aktor lain seperti pemerintah daerah, perusahaan, komunitas masyarakat, organisasi non pemerintah, hingga individu. Perubahan ini menunjukkan bahwa hubungan internasional tidak lagi bersifat sentralistik, melainkan semakin terbuka dan melibatkan banyak pihak dengan kepentingan yang beragam. Dalam kondisi tersebut, aktor lokal memiliki peluang untuk ikut berperan dalam kegiatan yang berdampak pada hubungan lintas negara (Baylis et al., 2023). Perubahan tersebut juga memunculkan pendekatan baru dalam membangun pengaruh, salah satunya melalui konsep soft power yang menekankan pada kemampuan suatu aktor untuk mempengaruhi pihak lain melalui daya tarik budaya, nilai, identitas tanpa menggunakan kekuatan koersif, Joseph Nye menjelaskan bahwa budaya merupakan salah satu sumber utama soft power karena memiliki kemampuan untuk menciptakan ketertarikan sekaligus membentuk persepsi positif dikalangan audiens eksternal, sehingga memungkinkan terjadinya penyebaran pengaruh secara tidak langsung (Nye, 2021).

Dalam konteks Indonesia, potensi pemanfaatan budaya sebagai instrument soft power sangat besar, salah satunya karena dengan melalui batik yang memiliki nilai historis dan simbolik yang kuat. Pengakuan batik sebagai warisan budaya takbenda oleh UNESCO pada tahun 2009 menunjukkan bahwa batik tidak hanya memiliki nilai lokal, tetapi juga telah memperoleh legitimasi global sebagai bagian dari identitas budaya Indonesia (UNESCO, 2009). Pengakuan ini memperkuat

posisi batik sebagai media yang berpotensi digunakan untuk memperkenalkan identitas budaya Indonesia kepada audiens yang lebih luas melalui jalur non formal.

Dalam konteks tersebut, penyebaran budaya lokal ke audiens internasional tidak selalu berlangsung melalui hubungan formal antar pemerintah, tetapi bisa juga terjadi melalui aktivitas non-formal seperti promosi budaya, wisata edukasi, dan pemanfaatan media digital, praktik ini juga bisa dikategorikan sebagai bagian dari diplomasi budaya, yaitu upaya memperkenalkan dan menyebarkan unsur budaya untuk membangun pemahaman serta hubungan baik dengan audiens eksternal, tanpa harus melibatkan mekanisme kerja sama formal antar negara, dengan begitu aktivitas tersebut bisa menjadi bagian dari diplomasi (Nye, 2021).

Pada tingkat daerah, kabupaten Cirebon merupakan salah satu wilayah yang memiliki kekuatan budaya melalui batik, khususnya yang berkembang di Kawasan Trusmi. Kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai sentra produksi, tetapi juga berkembang menjadi destinasi wisata budaya yang menarik pengunjung dari berbagai daerah. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa Kawasan Trusmi berkontribusi terhadap pengembangan pariwisata berbasis budaya serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di daerah, karena batik industri batik sendiri menjadi salah satu sektor yang berperan dalam meningkatkan aktivitas ekonomi lokal (Rachmawati & Kamal, 2021). Namun jika melihat dari data kunjungan wisatawan, kondisi wisatawan mancanegara ke Kabupaten Cirebon masih fluktuatif dan cenderung rendah. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Cirebon mengalami fluktuasi dalam lima tahun terakhir, pada tahun 2019 tercatat sebanyak 5.178 wisatawan mancanegara, kemudian angka ini menurun drastis pada tahun 2020 menjadi 2.357 orang atau turun sebesar 54,5% akibat pandemi COVID-19. Setelah sempat meningkat menjadi 9.031 orang pada tahun 2022 dan mencapai puncaknya sebesar 14.227 orang pada tahun 2023, jumlah wisatawan mancanegara kembali turun drastis pada tahun 2024 menjadi 5.454 orang, atau turun sebesar 61,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan bahwa pemulihan wisatawan mancanegara pasca pandemic masih

belum stabil dan menjadi tantangan bagi pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Cirebon. Data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon juga menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki kontribusi yang terus meningkat terhadap perekonomian daerah, dengan kunjungan wisatawan mancanegara menjadi salah satu indikator penting dalam pengukuran daya tarik pariwisata daerah (Badan Pusat Statistik, 2022). Namun demikian, fluktuasi jumlah wisatawan mancanegara yang masih belum stabil menunjukkan perlunya strategi promosi yang efektif untuk menarik Kembali wisatawan asing ke Kabupaten Cirebon.

Dari sisi kebijakan Pemerintah Kabupaten Cirebon melalui dokumen RPJMD 2019 – 2024 disitu tercantum bahwa telah menetapkan pengembangan sektor pariwisata, ekonomi kreatif, dan UMKM sebagai prioritas pembangunan daerah, termasuk pengembangan Kawasan batik Trusmi sebagai destinasi unggulan. Kebijakan ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah berperan dalam menciptakan ekosistem yang mendukung berkembangnya aktivitas budaya dan ekonomi lokal. Namun demikian, peran pemerintah daerah dalam konteks ini lebih bersifat fasilitatif, karena hanya melalui penyediaan infrastruktur, pengembangan kawasan wisata, serta pemberdayaan pelaku usaha lokal, tanpa secara langsung melakukan promosi budaya kelingkungan internasional yang menyasar wisatawan mancanegara (Bapperida Kabupaten Cirebon, 2019).

Selain itu dalam ekosistem tersebut muncul aktor non-negara yang memiliki peran dalam memperluas jangkauan budaya, salah satunya adalah BT Batik Trusmi yang berada di Kabupaten Cirebon, Jawa barat, dalam penelitian ini, Trusmi merujuk pada Kawasan atau wilayah desa yang dikenal sebagai sentra batik di Kabupaten Cirebon, khususnya desa Trusmi wetan dan desa Trusmi kulon, sementara itu, BT Batik Trusmi merupakan nama perusahaan, yaitu PT Batik Trusmi, yang bergerak dalam bidang produksi, penjualan, dan promosi batik. Dengan demikian, Trusmi sebagai perusahaan merupakan dua hal yang berbeda, meskipun keduanya memiliki keterkaitan dalam ekosistem batik dan pariwisata (Bapperida Kabupaten Cirebon, 2019).budaya di kabupaten Cirebon. pendekatan ini menunjukkan bahwa aktivitas yang dilakukan tidak hanya bereorientasi pada

aspek ekonomi saja melainkan mengandung promosi bidang kebudayaan Indonesia yang memungkinkan terjadi transfer nilai dan pengetahuan budaya kepada pengunjung, khususnya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kawasan Trusmi (Trisni & Putri, 2023).

Secara empiris, aktivitas tersebut menghasilkan eksposur eksternal, yaitu penyebaran informasi dan nilai budaya kepada audiens diluar wilayah asal. Hal ini bisa dilihat dari adanya kunjungan wisatawan mancanegara ke kawasan BT Batik Trusmi serta jejak digital berupa ulasan pengunjung asing pada berbagai platform yang menunjukkan keberagaman asal audiens. Selain itu, pemanfaatan media digital seperti website dan media sosial memungkinkan informasi mengenai batik Cirebon diakses secara luas tanpa batas geografis. Dengan demikian, budaya lokal tidak hanya dinikmati secara internal tetapi juga disebarluaskan kepada masyarakat eksternal dari berbagai media.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penyebaran budaya dalam konteks kontemporer tidak hanya melalui mekanisme formal antar negara. Penyebaran budaya juga bisa dilakukan melalui aktivitas ekonomi, pariwisata, edukasi dan media digital yang mampu menjangkau audiens lintas negara. Dalam perspektif Hubungan Internasional, aktivitas tersebut dapat dianalisis melalui konsep diplomasi budaya dan soft power. Diplomasi budaya digunakan untuk melihat bagaimana nilai, identitas, pengetahuan, dan simbol budaya diperkenalkan kepada masyarakat luar, sedangkan soft power digunakan untuk menjelaskan daya Tarik budaya dalam membentuk persepsi positif tanpa menggunakan kekuatan koersif.

Paradiplomasi tidak digunakan sebagai konsep utama dalam penelitian ini karena berdasarkan data dan dokumen yang dianalisis, belum ditemukan bukti mengenai adanya kerja sama formal antara Pemerintah Kabupaten Cirebon dan pemerintah daerah atau pemerintah kota di luar negeri. Selain itu, aktor utama yang dikaji adalah BT Batik Trusmi sebagai perusahaan dan aktor non-negara, bukan Pemerintah Kabupaten Cirebon sebagai pemerintah subnasional. Oleh karena itu, aktivitas pengenalan batik dan identitas budaya Cirebon kepada audiens mancanegara lebih tepat dianalisis melalui perspektif diplomasi budaya. Secara

empiris, aktivitas BT Batik Trusmi menghasilkan eksposur budaya melalui kunjungan wisatawan mancanegara, ulasan pengunjung asing pada berbagai platform digital, serta pemanfaatan website dan media sosial. Data tersebut menunjukkan bahwa batik Cirebon telah diperkenalkan kepada audiens di luar wilayah asalnya. Namun, data tersebut belum bisa digunakan untuk menyimpulkan bahwa promosi BT Batik Trusmi secara langsung menyebabkan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara. Oleh karena itu, penelitian ini memposisikan data tersebut sebagai bukti jangkauan dan penyebaran informasi budaya, bukan sebagai bukti jangkauan dan penyebaran informasi budaya, bukan sebagai hubungan sebabakibat secara langsung.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan antara potensi batik sebagai identitas budaya lokal dan kajian mengenai peran aktor non-negara dalam memperkenalkan budaya tersebut kepada audiens mancanegara. Penelitian mengenai Kawasan Batik Trusmi selama ini lebih banyak berfokus pada aspek ekonomi, produksi, dan pariwisata. Sementara itu, penelitian yang secara khusus menganalisis BT Batik Trusmi sebagai aktor non-negara dalam perspektif Hubungan Internasional, khususnya diplomasi budaya, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis peran BT Batik Trusmi sebagai aktor non-negara dalam menjalankan diplomasi budaya melalui promosi batik, penyampaian nilai dan filosofi budaya, pemberian pengalaman budaya kepada pengunjung, serta pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan batik dan identitas budaya Cirebon kepada audiens mancanegara.

1.2. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana BT Batik Trusmi mengonstruksi promosi budaya berbasis digital dan wisata edukasi sebagai instrumen diplomasi budaya?
2. Bagaimana peran Pemerintah Kabupaten Cirebon dalam mendukung upaya BT Batik Trusmi dalam pelaksanaan diplomasi budaya tersebut?

3. Bagaimana praktik diplomasi budaya BT Batik Trusmi berkontribusi terhadap daya tarik kunjungan wisatawan mancanegara?

1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini mengkaji praktik diplomasi budaya dalam eksposur budaya Kabupaten Cirebon melalui BT Batik Trusmi dalam perspektif Hubungan Internasional, dengan menekankan pada interaksi non-formal melalui eksposur budaya. Ruang lingkup penelitian difokuskan pada analisis peran BT Batik Trusmi sebagai aktor non-negara dalam menciptakan jangkauan eksternal, serta kontribusinya terhadap pengenalan Kabupaten Cirebon kepada wisatawan mancanegara. Kawasan Trusmi dalam penelitian ini hanya digunakan sebagai latar belakang untuk memahami lingkungan pariwisata dan ekonomi kreatif yang mendukung aktivitas BT Batik Trusmi, sementara peran Pemerintah Kabupaten Cirebon dibahas sebatas sebagai fasilitator dalam pengembangan ekosistem tersebut.

Batasan penelitian ini mencakup fokus pada satu aktor utama, yaitu BT Batik Trusmi, sehingga penelitian ini tidak membahas keseluruhan industri batik di Cirebon. Selain itu, penelitian ini tidak mengkaji kerja sama internasional formal seperti perjanjian antarpemerintah atau sister city, melainkan berfokus pada praktik diplomasi budaya non-formal melalui eksposur budaya yang dijalankan oleh aktor non-negara. Penelitian ini juga tidak menitikberatkan pada analisis ekonomi kuantitatif, melainkan pada pembentukan citra daerah melalui jangkauan eksternal.

1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis BT Batik Trusmi dalam mengonstruksi promosi budaya berbasis digital dan wisata edukasi sebagai instrumen diplomasi budaya.

2. Menganalisis peran Pemerintah Kabupaten Cirebon dalam mendukung upaya BT Batik Trusmi dalam pelaksanaan diplomasi budaya.

3. Menganalisis kontribusi praktik diplomasi budaya yang dilakukan oleh BT Batik Trusmi terhadap daya tarik kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Cirebon.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Hubungan Internasional, khususnya terkait dengan konsep soft power, diplomasi budaya, dan peran aktor non-negara dalam dinamika global di tingkat lokal. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi baru untuk membahas city branding di tingkat lokal yang terkait dengan dinamika global.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Pemerintah Kabupaten Cirebon dalam merumuskan strategi promosi pariwisata yang lebih efektif untuk menarik wisatawan mancanegara, serta menjadi referensi bagi BT Batik Trusmi dan pelaku usaha batik lainnya dalam mengembangkan strategi promosi yang bukan hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga penguatan identitas budaya dan daya tarik daerah di tingkat internasional.

1.5. Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan konsep soft power dari Joseph S. Nye Jr. sebagai teori utama. Soft power adalah kemampuan untuk memengaruhi pihak lain melalui daya tarik, bukan melalui paksaan atau pemberian imbalan. Dalam konsep ini, budaya, nilai, dan legitimasi kebijakan merupakan sumber utama yang dapat membentuk persepsi positif serta ketertarikan dari pihak eksternal. Dalam penelitian ini, soft power digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana batik Cirebon dapat dimanfaatkan sebagai sumber daya tarik budaya yang memperkuat citra Kabupaten Cirebon di mata wisatawan mancanegara.

Sebagai konsep analitis utama, penelitian ini menggunakan diplomasi budaya untuk menjelaskan bagaimana soft power tersebut dioperasionalkan dalam praktik konkret. Diplomasi budaya merupakan upaya memperkenalkan dan menyebarluaskan unsur budaya untuk membangun pemahaman, kedekatan, dan hubungan baik dengan audiens eksternal. Berbeda dengan diplomasi formal yang dijalankan pemerintah melalui saluran resmi antarnegara, diplomasi budaya dapat dilakukan oleh berbagai aktor, termasuk aktor non-negara, melalui aktivitas non-formal seperti promosi budaya, wisata edukasi, dan pemanfaatan media digital. Dalam penelitian ini, diplomasi budaya diwujudkan melalui promosi batik Cirebon, wisata edukasi membatik, penyampaian makna filosofis motif batik, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan informasi budaya. Konsep ini digunakan secara langsung untuk menganalisis bagaimana BT Batik Trusmi mengonstruksi ketiga bentuk aktivitas tersebut, sehingga tidak hanya menjadi kerangka rujukan pada bagian tinjauan pustaka, tetapi juga menjadi alat analisis utama dalam pembahasan pada Bab IV.

Konsep turunan berikutnya adalah aktor non-negara, yang digunakan untuk menjelaskan pelaku yang menjalankan praktik diplomasi budaya tersebut. Aktor nonnegara mencakup perusahaan, komunitas, organisasi masyarakat, dan entitas lain di luar negara yang memiliki kemampuan memengaruhi hubungan internasional. Dalam penelitian ini, BT Batik Trusmi diposisikan sebagai aktor non-negara yang berperan aktif dalam mempromosikan budaya Cirebon melalui berbagai aktivitas yang menjangkau masyarakat lokal maupun wisatawan mancanegara. Posisi ini digunakan secara konsisten di sepanjang penelitian dan tidak menempatkan BT Batik Trusmi sebagai perpanjangan tangan pemerintah maupun entitas pemerintah.

Dengan demikian, soft power menjadi landasan utama penelitian ini, sedangkan diplomasi budaya digunakan sebagai konsep analitis utama untuk menjelaskan ruang praktik dan bentuk kegiatan, serta aktor non-negara digunakan untuk menjelaskan pelaku yang terlibat. BT Batik Trusmi dipahami sebagai aktor non-negara yang memanfaatkan batik sebagai sumber soft power, kemudian mengoperasionalkannya melalui praktik diplomasi budaya. Proses tersebut menghasilkan eksposur budaya

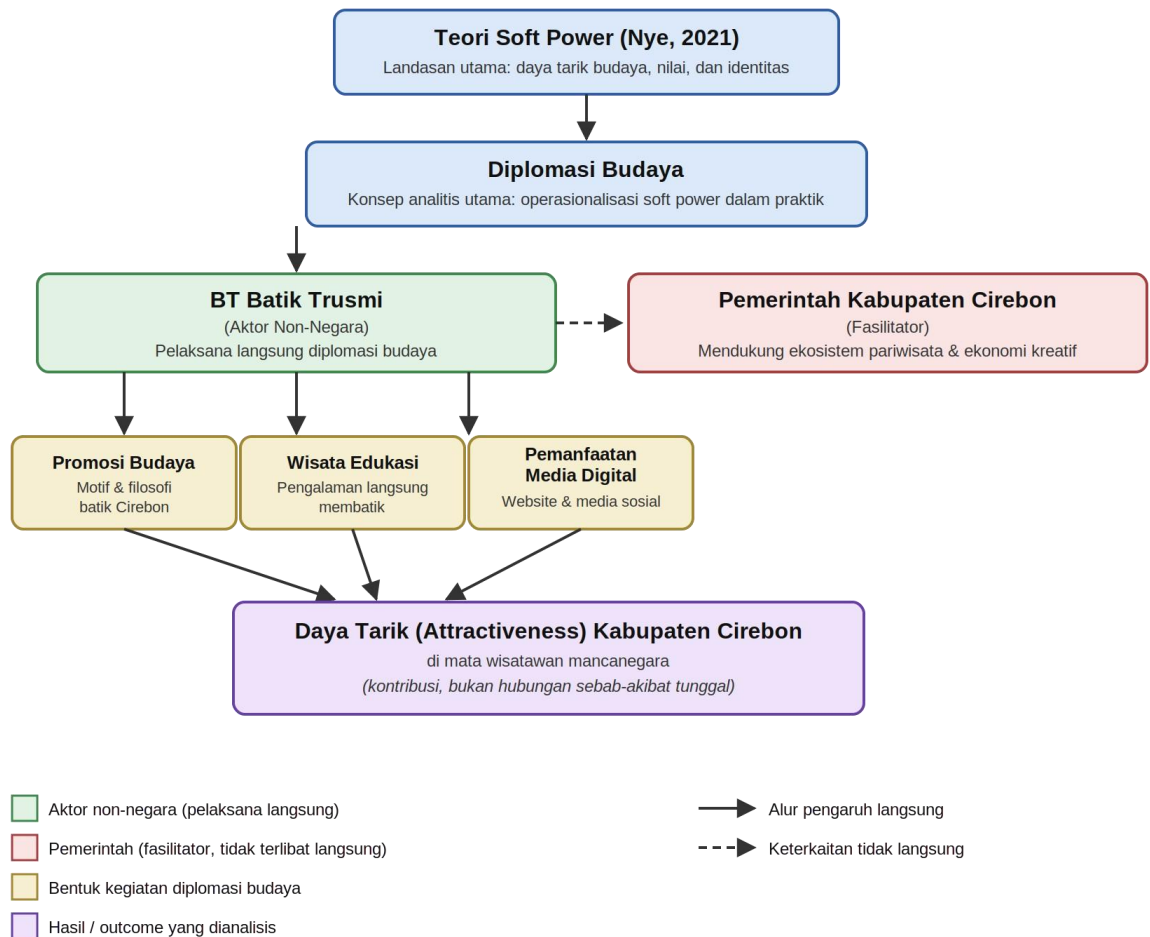
yang berkontribusi terhadap penguatan citra Kabupaten Cirebon di mata wisatawan mancanegara. Adapun peran Pemerintah Kabupaten Cirebon dalam penelitian ini dipahami sebatas peran fasilitatif, yaitu melalui penyediaan infrastruktur dan pengembangan kawasan wisata, dan tidak diposisikan sebagai pelaksana diplomasi budaya itu sendiri.

1.6. Asumsi Penelitian

Peneliti mengasumsikan bahwa praktik diplomasi budaya dalam konteks kontemporer tidak hanya dijalankan melalui hubungan formal antarpemerintah, tetapi juga dapat dilakukan melalui aktivitas budaya, pariwisata, dan media digital yang melibatkan aktor non-negara. Dalam kondisi tersebut, aktor non-negara memiliki peluang untuk menciptakan eksposur budaya yang membantu memperluas jangkauan identitas daerah kepada audiens eksternal. Peneliti juga mengasumsikan bahwa Pemerintah Kabupaten Cirebon lebih berperan sebagai fasilitator dalam pengembangan sektor budaya dan pariwisata, sedangkan praktik eksposur budaya secara langsung lebih banyak dilakukan oleh aktor non-negara, yaitu BT Batik Trusmi, melalui promosi budaya, wisata edukasi, dan pemanfaatan media digital seperti platform Instagram dan media sosial lainnya.

Asumsi utama yang diajukan peneliti adalah bahwa keterlibatan BT Batik Trusmi sebagai aktor non-negara dalam menciptakan eksposur budaya melalui aktivitas promosi, wisata edukasi, dan media digital berpotensi berkontribusi terhadap daya tarik Kabupaten Cirebon di mata wisatawan mancanegara. Hubungan tersebut tetap perlu ditelusuri lebih lanjut melalui data penelitian dan tidak serta-merta dimaknai sebagai hubungan sebab-akibat tunggal.

1.7. Kerangka Analisis



Gambar 1. 1. Kerangka Analisis Penelitian

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025), berdasarkan konsep soft power Nye (2021) dan diplomasi budaya.

Berdasarkan Gambar 1.1, kerangka analisis dalam penelitian ini menunjukkan hubungan antara landasan teori, konsep analitis, aktor, serta aktivitas yang menjadi fokus penelitian. Teori soft power yang dikemukakan oleh Nye (2021) menjadi landasan teoritis yang menjelaskan bahwa daya tarik suatu aktor dapat dibangun melalui budaya, nilai, dan identitas tanpa menggunakan paksaan. Pemikiran tersebut

kemudian digunakan dalam konsep diplomasi budaya sebagai konsep analitis utama penelitian, yang mengacu pada upaya memperkenalkan dan menyebarluaskan unsurunsur budaya kepada audiens di luar lingkungan asalnya.

Dalam pelaksanaannya, diplomasi budaya pada penelitian ini menempatkan dua pihak dengan kedudukan yang berbeda. BT Batik Trusmi sebagai aktor non-negara menjadi pihak yang menjalankan kegiatan secara langsung melalui promosi budaya, wisata edukasi, serta pemanfaatan media digital. Sementara itu, Pemerintah Kabupaten Cirebon tidak ditempatkan sebagai pelaksana diplomasi budaya. Posisi pemerintah daerah dalam kerangka analisis ditunjukkan melalui garis putus-putus yang mengarah pada keterangan “tidak terlibat langsung”. Hal tersebut menunjukkan bahwa peran pemerintah lebih berkaitan dengan fasilitasi terhadap lingkungan pariwisata dan ekonomi kreatif, bukan sebagai aktor yang secara langsung menjalankan aktivitas diplomasi budaya dalam penelitian ini.

Ketiga bentuk kegiatan yang dilakukan oleh BT Batik Trusmi selanjutnya diarahkan pada pembentukan daya tarik (*attractiveness*) Kabupaten Cirebon bagi wisatawan mancanegara. Namun, hubungan tersebut tidak dipahami sebagai hubungan sebab-akibat secara langsung. Keterangan “kontribusi, bukan hubungan sebab-akibat tunggal” pada kerangka analisis digunakan untuk menegaskan bahwa penelitian ini tidak menyimpulkan bahwa aktivitas BT Batik Trusmi secara langsung menyebabkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Sebaliknya, kerangka tersebut digunakan untuk melihat kontribusi praktik diplomasi budaya BT Batik Trusmi dalam membentuk citra dan daya tarik Kabupaten Cirebon. Kerangka analisis ini kemudian menjadi dasar bagi penyusunan instrumen analisis pada Bab III serta digunakan sebagai acuan dalam membahas temuan penelitian pada Bab IV.

