**IMPLEMENTASI DIPLOMASI KEBUDAYAAN INDONESIA DI JEPANG MELALUI RUMAH BUDAYA INDONESIA (RBI) PERIODE 2017-2019**

Rahmandha Chasdiana1, Asep Kamalauddin N2, Garcia Krisnando N3

1 Ilmu Hubungan Intenasional, UPN “VETERAN” Jakarta

2Ilmu Hubungan Intenasional, UPN “VETERAN” Jakarta

3Ilmu Hubungan Intenasional, UPN “VETERAN” Jakarta

**Abstract**

*This paper aim to analyze about the Implementation of Indonesian Cultural Diplomacy in Japan through Rumah Budaya Indonesia (RBI) Period 2017-2019. In this era, culture has become an important issue that deserves to be discussed. Besides being national identity of a country, culture also used as a instrument to achieve the country's national interests. Currently, Indonesia is one of the countries that uses cultural diplomacy as an effort to achieve its national interests. In this case, the Ministry of Education and Culture established Rumah Budaya Indonesia (RBI) in Japan to reinforce Indonesian cultural diplomacy. The result of this research show that the influential Rumah Budaya of the positive image of Indonesia and the increasing number of tourist to Indonesia. This paper uses the diplomacy theory, the concept of cultural diplomacy and the concept of a Rumah Budaya.*

**Keywords:** *Cultural Diplomacy, Diplomacy, Indonesian Cultural Houses, Indonesia and Japan*

1. **PENDAHULUAN**

Dewasa ini bukan hal baru bila diplomasi dijadikan sebagai metode yang digunakan oleh suatu negara untuk mencapai kepetingan - kepentingan negara tersebut dan dapat dilakukan secara damai (Roy, 1995). Saat ini*, soft power* sendiri telah menjadi sesuatu yang dianggap penting atau layak untuk digunakan dalam kehidupan masyarakat internasional. Adapun wujud dari *soft power diplomacy* berupa *culture, ideas, values, policies* ataupun *achievment,* wujud dari *soft power* tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah alat untuk meningkatkan kekuatan suatu negara pada situasi tertentu bahkan pada tingkat formal sekalipun (Yudoyono, 2010).

Saat ini, sudah banyak negara-negara yang mempromosikan kebudayaan yang dimiliki negaranya sebagai alat meningkatkan eksistensinya untuk meraih kepentingan nasional negara tersebut. Dengan menggunakan diplomasi kebudayaan negara tersebut tidak perlu lagi melakukan kekerasan atau menggunakan kekuatan militer untuk mencapai kepentingan nasional negaranya, tetapi melalui cara yang lembut, perlahan tapi pasti. Diplomasi kebudayaan biasanya dilakukan melalui film, musik, tarian-tarian, makanan dan sebagainya. Hal tersebut dipercaya dapat mempengaruhi, meraih, merangkul dan mengambil hati masyarakat dari berbagai belahan dunia dengan mudah (Fitria Apriyanti, 2014, hal. 2).

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengguakan diplomasi kebudayaan sebagai strategi dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Salah satu wujud nyata pemerintah Indonesia dalam melakukan strategi diplomasi menggunakan aspek kebudayaan yaitu melalui Rumah Budaya Indonesia (RBI). Pemerintah menjadikan RBI sebagai sarana diplomasi yang memanfaatkan keberagaman kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia beberapa diantaranya berupa seni tari, pakaian adat, alat-alat musik tradisional dan lain-lain. Dengan dibentuknya RBI ini diharapkan dapat lebih memudahkan Indonesia dalam mencapai kepentingan nasionalnya.

Selain itu, RBI juga dapat dijadikan sebagai salah satu upaya pemerintah dalam memitigasi terjadiya klaim budaya Indonesia yang dilakukan oleh negara lain, di era globalisasi seperti saat ini bukan hal baru jika budaya yang dimiliki suatu negara bisa dengan mudah masuk ke dalam negara lain. Kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk melestarikan budaya membuat budaya - budaya Indonesia kurang dikenal oleh khalayak internasional. oleh karena itu, hingga saat ini masyarakat internasional hanya beberapa kebudayaan Indonesia yang memang sudah diakui oleh *United Nation Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO), tentunya dengan kondisi tersebut menjadi peluang bagi negara-negara lain untuk melakukan klaim budaya yang dimiliki Indonesia. Hingga saat ini setidaknya ada beberapa contoh kasus pengklaiman budaya yang terjadi seperti lagu Bengawan Solo yang diklaim oleh Belanda, Kain Ulos dan tari Reog Ponorogo yang diklaim oleh Malaysia, dan lain sebagainya.

Dengan demikian, RBI selain dijadikan pemerintah Indonesia sebagai strategi diplomasi dalam mencapai kepentingannya juga dijadikan sebagai wadah representasi negara untuk mempromosikan serta melestarikan budaya Indonesia agar tidak punah. Pemerintah Indonesia berharap dengan adanya Rumah Budaya dapat memperkuat kerjasama Indonesia dengan negara lain. Dalam pelaksanaannya proses pembangunan Rumah Budaya di luar negeri akan dilakukan secara bertahap oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) yang bekerjasama dengan Kementerian Luar Negeri (Kemlu) serta perwakilan RI, yang dimulai dengan mempersiapkan konsep dan akan dilanjutkan dengan inisiasi perkembangannya di 10 negara yaitu Timor Leste, Amerika Serikat, Jepang, Singapura, Belanda, Korea Selatan, Jerman, Turki dan Perancis.

Menurut wakil menteri Kemendikbud Wiendu Nuryanti mengatakan bahwa Rumah Budaya merupakan salah satu program yang didasari keprihatinan khusus dikarenakan lemahnya budaya Indonesia di luar negeri. “Di Jakarta banyak pusat kebudayaan negara-negara seperti Jerman, Belanda, Perancis, Italia, dan sebagainya. Lalu mengapa kita tidak bisa seperti itu.” Tutur Wamendikbud Wiendu Nuryanti saat jumpa pers di Gedung Kemendikbud Jakarta, Rabu (12/3) dalam rangka penyerahan hadiah sayembara desain bangunan RBI (Destiana, 2014).

 Salah satu Rumah Budaya yang telah berdiri berada di Jepang, Rumah Budaya tersebut diresmikan pada Agustus Tahun 2017 silam tepatnya di Tokyo. RBI yang diberi nama *“Cultural Centre”* diharapkan akan menjadi pusat pembelajaran serta pengenalan seni dan budaya Indonesia khususnya kepada kalangan pelajar di Jepang, lembaga seni atau sanggar tari, *friends of Indonesia* dan sekaligus menjadi sebuah media untuk mempromosikan tujuan wisata Indonesia kepada masyarakat Jepang (Ricky Suhendar, 2015). Selain itu, faktor hubungan diplomatik Indonesia-Jepang yang sudah berlangsung lama tepatnya dimulai pada 20 Januari 1958 membuat pemerintah Indonesia merasa perlu mengembangkan RBI di Jepang. Hal tersebut dilakukan agar hubungan Indoenesia semakin kian harmonis kedepannya.

1. **Pembahasan**

**Dinamika Hubungan Bilateral Indonesia – Jepang**

Hubungan bilateral Indonesia-Jepang sudah terjalin cukup lama bahkan ketika Indonesia saat itu masih bernama Hindia-Belanda sejak akhir abad ke-19 M. Pada tahun 1930-an hubungan antara Indonesia - Jepang semakin intensif khususnya pada bidang ekonomi dan industri. Kemudian muncul beberapa pengusaha besar yang datang ke Indonesia serta berhasil menanamkan modal / saham di Indonesia seperti Sumitomo, Mistsui, Mitsubishi. Selanjutnya para pengusaha ini mengembangkan usahanya dan melakukan ekspansi usaha mereka dengan mendirikan banyak cabang di seluruh Indonesia. Di era itu para pengusaha besar maupun kecil yang berasal dari Jepang mengalami perkembangan yang sangat pesat di bumi Indonesia.

Pada tanggal 20 Januari 1958 Jepang dan Indonesia menandatangani fakta perdamaian dan perjanjian pampasan antara Jepang dan Indonesia, hubungan diplomatik Indonesia - Jepang dimulai pada tanggal 15 April 1958 (Nishihara, 1994: 52). Pertemuan ini adalah wujud perundingan paling lama yang dilakukan Jepang mengenai masalah pampasan perang hal ini berhubungan dengan banyaknya konstelasi dan tarik ulur politik di negara Indonesia sendiri karena membutuhkan banyak bantuan. Semenjak saat itu Jepang dan Indonesia resmi melakukan hubungan diplomatik Indonesia - Jepang.

Jepang merupakan salah satu negara yang berhasil membangun negaranya yaitu dengan cara melakukan diplomasi kebudayaan. Kebudayaan dijadikan sebagai instrumen untuk membuat pandangan yang baru kepada negaranya yang pada awalnya Jepang dikenal sebagai negara yang Imperialis menjadi negara yang sangat menjunjung perdamaian dan memiliki citra yang baik. Selain itu, Jepang menggunakan kebudayaan sebagai media yang krusial untuk menjalankan politik luar negeri di negaranya. Keberhasilan Jepang dalam pembangunan ekonomi negaranya yang telah sangat maju mengakibatkan dominasi ekonomi untuk kawasan Asia Tenggara seperti Indonesia dan negara ASEAN lainnya membuat bermacam-macam kecaman dari rakyat di negara tersebut yang melihat bahwa Jepang dianggap sebagai negara penjajah yang hanya mengeksploitasi kekayaan alam negara-negara ASEAN namun gagal memberikan ganti yang seimbang. Bahkan saat Perdana Menteri (PM) Jepang Tanaka Kakuei melakukan kunjungan ke Indonesia pada tahun 1974, terjadi demo besar-besaran di Indonesia pada tanggal 15 Januari 1974 atau yang lebih terkenal dengan peristiwa **Malari**. Jepang membuat satu langkah dengan membuat perubahan pada kebijakan luar negeri di negaranya, yang pada sebelumnya hanya berfokus pada pembangunan hubungan melalui diplomasi ekonomi kemudian menjadi diplomasi kebudayaan.

Pada tahun 1990-an sampai dengan tahun 2000-an di Indonesia telah terjadi peredaran anime Jepang secara banyak melalui rental atau *took anime* dalam format VCD/DVD. Pada awal tahun 2000-an kepopuleran anime Jepang sangat begitu besar dan sangat luar biasa yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya oleh para penikmat anime sebelumnya. Salah satu anime yang paling digemari oleh penikmat anime adalah Naruto, film animasi ini mendominasi program animasi lain diberbagai stasiun televisi di dunia. Indonesia merupakan salah satu negara yang merasakan dampak dari diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Jepang. Media diplomasi yang sangat efektif bagi negara Jepang adalah melalui anime, karena anime menyuguhkan jalan cerita mengenai Jepang melalui visualisasi yang baik dan menceritakan mengenai Jepang seperti sejarah, budaya, gaya hidup, karakter masyarakat, dan kondisi sosial.

Adanya anime di Indonesia semakin menjelaskan bahwa Jepang adalah negara atau bangsa yang besar dan anime menjadi sub-kultur yang semakin lama semakin dikenal luas dan telah memiliki banyak peminatnya di Indonesia khususnya remaja. Sehingga membuat Jepang hampir disejajarkan dengan Amerika Serikat dengan film-film hollywood-nya dari segi popularitasnya seperti yang dikatakan oleh Hans J. Mogenthau dalam bukunya yang berjudul *Politics Among Nations* *“When we speak of power, we mean man’s control over the minds and actions of other men”.* Keberhasilan Jepang dalam menanamkan pengaruhnya pada sektor ekonomi, hal ini juga akan mempengaruhi untuk sektor lainnya seperti politik, karena negara yang sudah memiliki ketergantungan terhadap ekonomi akan mudah ditanamkan untuk pengaruh politiknya.

**Rumah Budaya Indonesia (RBI)**

Diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia merupakan bagian dari upaya diplomasi publik. Saat ini diplomasi kebudayaan telah menjadi prioritas dalam politik luar negeri Indonesia pada era informasi karena sangat efektif dalam meningkatkan hubungan antar negara (Djelantik, 2016, hal. 236). Karena kebudayaan dianggap dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mempererat hubungan antar negara. Salah satu bentuk nyata yang dilakukan oleh Indonesia dalam menjalakan diplomasi kebudayaan yaitu dengan didirikannya pusat kebudayaan Indonesia yaitu RBI yang merupakan bentuk kerjasama yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dengan Kementerian Luar Negeri Indonesia untuk memperkenalkan kebudayaan Indonesia di dunia internasional.

RBI merupakan ruang publik yang digunakan Indonesia untuk memperkenalkan kekayaan kebudayaan bangsa Indonesia di dunia internasional dalam upaya meninngkatkan citra dan apresiasi serta menjalin hubungan kerjasama Indonesia dengan negara-negara lain dalam bidang kebudayaan. RBI juga merupakan upaya yang dilakukan oleh Indonesia untuk memperkenalkan kebudayaan kepada generasi mendatang di tanah air karena generasi mendatang akan menjadi penerus yang bertanggung jawab untuk melestarikan kekayaan kebudayaan Indonesia. Dengan adanya RBI diharapkan Indonesia dapat mencapai beberapa kepentingan nasional, salah satunya untuk meningkatkan citra positif Indonesia di dunia internasioal.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia menggagas konsep diplomasi kebudayaan bertajuk RBI sebagai implementasi dari rencana strategi pemerintah Indonesia. RBI akan menjadi program bagi pemeritah Indonesia untuk menunjukkan keanekaragaman kebudayaaan bangsa di mancanegara. Dalam pelaksanaannya RBI juga sering mengadakan beragam kegiatan yang akan mendukung kampanye promosi wisata dalam jangka panjag. RBI di mancanegara itu sendiri didefinisikan sebagai upaya untuk mencapai kepentingan bangsa dalam memahami, menginformasikan, membangun dan meningkatkan citra bangsa Indonesia di mata internasional lewat kebudayaan. RBI diharapkan dapat menjalankan tiga peran penting bagi kebudayaan Indonesia yaitu:

1. Sebagai rumah ekspresi dan presentasi seni budaya Indonesia bagi masyarakat internasional, maupun WNI yang menetap di luar negeri *(Indonesian culture expression)*.
2. Sebagai rumah belajar budaya Indonesia bagi masyarakat internasional, maupun WNI yang menetap di luar negeri *(Indonesian culture learning).*
3. Sebagai rumah diskusi dan pengembangan citra budaya Indoesia agar dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat internasional maupun WNI yang menetap di luar negeri, khususnya penguatan pengakuan internasional akan ikon-ikon budaya Indonesia (*tangible* maupun *intangible*) (Kemlu, 2012).

Tujuan dari pendirian RBI di luar negeri adalah untuk meningkatkan pengakuan dan penghormatan dunia international terhadap hakekat, martabat, peran bangsa dan negara, menjadi salah satu sarana dalam menciptakan stabilitas dan perdamaian dunia, meningkatkan kerjasama pengembangan di bidang kebudayaan antara Indonesia dengan berbagai negara yang ada di dunia. Serta sebagai upaya untuk mencapai kepentingan bangsa dalam memahami, menginformasikan dan membangun citra bangsa lewat kebudayaan.

Didirikannya RBI di Jepang merupakan salah satu bentuk untuk menggambarkann pelaksanaan *soft diplomacy* yang dilakukan Indonesia melalui bidang kebudayaan. Diplomasi kebudayaann yang dilakukan Indonesia melalui RBI di Jepang merupakan hal yang penting bagi Indonesia untuk mempererat hubugan dengan Jepang. RBI Jepang berperan penting sama halnya dengan RBI lainnya, yaitu sebagai pusat dan upaya diplomasi kebudayaan yang dilakukan Indonesia di mancanegara melalui beberapa kegiatan yang dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat internasional dan berperan efektif sebagai alat *soft diplomacy*.

Tujuan dari pendirian RBI tidak hanya untuk memperkenalkan kebudayaan yang dimiliki Indonesia, tetapi juga untuk meningkatkan pengakuan dan penghormatan masyarakat Jepang dan masyarakat internasional terhadap harkat, martabat bangsa Indonesia. RBI ini juga sebagai bagian dari diplomasi kebudayaan Indonesia dan membangun hubugan kerjasama antara Indonesia dan Jepang khususnya pada bidang pendidikan dan kebudayaan. Diplomasi kebudayaan ini diharapkan dapat mencapai beberapa kepentingan nasional Indonesia melalui kebudayaan serta meningkatkan apresiasi dan citra positif Indonesia di mata masyarakat Jepang dan juga masyarakat internasional.

**Pementasan Sastra**

Dalam pelaksanaan program kegiatan yang dilakukan RBI di Jepang, anggaranya bersumber dari Kemendikbud yang diatur oleh Biro Perencanaan Kerjasama Luar Negeri (PKLN). Dana dari semua kegiatan itu berupa biaya konsumsi, biaya ATK, biaya transportasi lokal, dokumentasi dan publikasi. Bapak Rekso Grahara selaku Biro Pinjaman Komersial Luar Negeri (PKLN) mengatakan setiap negara diberikan dana untuk menyelenggarakan kegiatan Rumah Budaya tidak sama, tergantung dengan kegiatan yang akan dijalankan tetapi biasanya setiap Rumah Budaya diberikan dana 1 Milyar sampai 1,5 Milyar. Namun dana sebesar itu dinilai masih sedikit dikarenakan adanya perbedaan nilai mata uang sehingga setiap RBI masih terbatas untuk melaksanakan kegiatannya.

Program kegiatan Rumah Budaya di Jepang berupa event rutin maupun tidak, terdapat kegiatan rutin yang memang sudah ada di Jepang, program-program tersebut yang memang dirancang oleh Rumah Budaya di Jepang. Pogram Rumah Budaya sangat bermanfaat bagi warga negara Indonesia yang tinggal di Jepang serta bagi lingkungan internasional yang telah banyak ikut serta dalam beberapa program yang diselenggarakan, antara lain:

* Lomba Pidato Bahasa Indonesia

Penyelenggaraan kegiatan lomba pidato bahasa Indonesia yang dilakukan oleh RBI di Jepang didasari oleh pertimbangan bahwa di dalam era globalisasi, posisi bahasa Indonesia dalam dunia internasional semakin penting dan memiliki potensi untuk dijadikan sebagai salah satu sarana komunikasi dalam berbagai kegiatan kenegaraan.

Pada 15 Juli 2017 RBI Jepang berkoordinasi dengan KBRI Tokyo dan bekerjasama dengan Indonesian Kanda University, menyelenggarakan lomba pidato Bahasa Indonesia bagi penutur Asing. Lomba pidato Bahasa Indonesia ini diselenggarakn dengan tujuan umum untuk memberikan wawasan dan pemahaman akan pentingnya Bahasa Indonesia sebagai wahana dalam bekerjasama dengan Bangsa Indonesia.

* Lomba Penulisan *Essay*

Penyelenggaraan lomba penulisan *essay* yang dilakukan Rumah Budaya di Jepang sebagai salah satu bentuk antusias dalam penyambutan 60 tahun persahabatan Indonesia - Jepang. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada 30 Juli 2017. Lomba penulisan *essay* tersebut diadakan secara *online* dengan proses seleksi yang cukup ketat. Tema yang diangkat dalam lomba *essay* yaitu “Menjelang 60 Tahun Persahabatan Indonesia - Jepang: Dulu, Kini dan Esok”. Adapun pilihan sub tema dari lomba *essay* tersebut berkaitan dengan berbagai dimensi politik, ekonomi, sosial - budaya, pendidikan, pertahanan - keamanan, peran kedua negara di dunia internasional.

Adapun kriteria penjurian dalam lomba ini meliputi keselarasan antara isi artikel dengan tema yang dipilih, kedalaman dan keluasan isi artikel, ketepatan penulisan kata dalam artikel tersebut, serta orisinilitas dari artikel tersebut dengan batas maksimal pengutipan sebesar 20 persen dan wajib mencantumkan sumber refrensinya. Selanjutnya akan dipilih satu pemenang dengan akumulasi nilai tertinggi dan pemenang tersebut berhak mendapatkan hadiah tiket Tokyo - Jakarta (Pulang – Pergi) serta akomodasi selama di Jakarta.

**Pagelaran *Indonesian Day***

* *Minang Day’s*

Pada tanggal 19 Agustus 2017, RBI di Jepang mengadakan kegiatan Indonesian Day yang bertemakan *“Minang Day’s”.* Minang atau Minangkabau merupakan salah satu suku yang ada di Indonesia tepatnya di daerah Sumatera Barat. Minangkabau sendiri merupakan satu-satunya suku di Indonesia yang memakai sistem matriakat (Keibuan). Di dalam kegiatan ini nantinya akan dijelaskan secara historis mengenai budaya Minang, menampilkan tarian-tarian yang berasal dari Minang, serta pemberian dan tentunya acara tersebut juga menyajikan kuliner khas suku Minangkabau seperti soto Padang, rendang dan sate Padang. Acara ini merupakan acara yang terbuka untuk umum baik untuk Warga Negera Indonesia (WNI) di Jepang maupun masyarakat Jepang dengan kapasitas tamu undangan sebanyak 50 peserta.

* *Java Day’s*

Pada tanggal 2 Desember 2017 telah diselenggarakan sebuah event bertajuk *Jawa Day’s.* Tujuan dari acara ini sendiri adalah untuk memperkenalkan salah satu suku bangsa dari Indonesia yaitu suku Jawa. Pada acara tersebut memiliki misi memperkenalkan nilai-nilai, tradisi, dan juga budaya yang ada di suku Jawa seperti alat musik, tarian-tarian, sejarah, hingga kuliner. Pada acara tersebut akan disuguhkan berbagai filosofi mulai dari alat musik hingga tarian khas dari suku Jawa. Acara ini terselenggara karena juga ada dukungan dari Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Jepang. Kapasitas peserta yang diperbolehkan datang pada acara ini sampai dengan 60 orang dan sangat terbuka untuk umum. Dengan adanya acara seperti ini diharapkan dapat menarik minat warga negara Jepang khususnya untuk lebih mengenali karakter dari bangsa Indonesia itu sendiri.

* *Sunda Day’s*

*Sunday Day’s* merupakan sebuah acara yang dikemas oleh RBI Jepang dan dengan dukungan dari KBRI di Jepang dengan tujuan memperkenalkan ciri khas suku Sunda. Pada acara yang diselenggarakan pada tanggal 17 Febuari 2018 berfokus pada memperkenalkan alat musik dan tarian Jaipong khas suku Sunda. Pada kesempatan ini para penyelenggara juga melihat ketertarikan warga negara Jepang kepada alat musik khas Sunda seperti Angklung.

Acara ini dilakukan di area terbuka sehingga setiap warga Jepang maupun warga Indonesia yang ada di Jepang dapat melihat langsung bagaimana pameran budaya ini dilaksanakan. Pameran budaya ini bertujuan untuk memperkenalkan kultur Indonesia di kancah Internasional khususnya di Jepang. Festival *Sunda Day’s* sendiri adalah program RBI yang cukup diminati oleh pengunjung yang datang ke acara tersebut.

* *Dayak Day’s*

Suku Dayak merupakan salah satu suku yang sudah cukup dikenal dunia. Pada acara Festival Indonesia di Jepang yang dilaksanakan pada 7 Juni 2018 oleh RBI yang ada di Jepang berfokus pada memperkenalkan suku khas dari Indonesia yaitu suku Dayak. Perkenalan budaya Dayak ini bertujuan untuk memperkenalkan tarian Tattoo khas suku Dayak, dan pakaian khas tenun suku Dayak. Dalam festival ini para pengunjung akan disuguhkan nilai dan filosofi dari tarian, budaya, pakaian khas dan lainnya. Acara ini diharapkan dapat meningkatkan citra Indonesia di dunia Internasional dengan ragam budaya yang dimiliki oleh Indonesia.

**Pameran Batik**

*Batik Design Exhibition* merupakan serangkaian acara yang diselenggarakan oleh RBI Jepang dan KBRI yang bekerjasama dengan Persatuan Pelajar Indonesia (PPI) Jepang. Acara tersebut dilaksanakan pada 30 September 2017 bertempat di *Ishikawa International House*. Adapun serangkaian kegiatan dalam acara tersebut berupa kompetisi desain batik dan diringi dengan *Talk Show* yang betema *“The Development of Batik in The World*”. Beberapa pembicara dari *talk show* tersebut adalah Dr. Ir. Alinda F.M Zain, M.Sc selaku Atase Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia Jepang, Dr. Ir. Rodia Syamwil, M.Pd, dan Prof. Haruya Kagami.

**Pelatihan Musik Tradisional**

* Pelatihan Angklung

Para pengurus program RBI di Jepang telah mengadakan sebuah pelatihan salah satu alat musik dari Indonesia yaitu Angklung pada tanggal 24 Juli 2017 dengan kapasitas 20 orang peserta. Hal ini merupakan wujud kepedulian pemerintah terhadap pelestarian warisan budaya tanah air, sekaligus menjalankan misi mengharumkan budaya Indonesia di kancah internasional. Angklung sebagai bagian dari kebudayaan Indonesia, lahir dari peradaban Sunda dan memiliki nilai filosofi yang sangat tinggi. Angklung mengajarkan manusia tentang pentingnya kerjasama, disiplin, tanggung jawab serta saling menghargai. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan *awareness* masyarakat Jepang tentang pentingnya hubungan kedua negara Indonesia - Jepang. Salah satu peserta yang hadir dari kalangan orang Jepang yang ikut dalam acara menyebutkan bahwa angklung memiliki daya tarik tersendiri yang amat berguna untuk diterapkan bagi terapi kesehatan. Terutama sekali, untuk terapi kalangan usia lanjut.

* Pelatihan Gamelan

Dalam rangka mewujudkan kepedulian terhadap pelestarian budaya tradisional budaya Indonesia, Program RBI KBRI Jepang terus melakukan berbagai kegiatan untuk mewujudkannya. Pada tanggal 21 Juli 2018 KBRI Tokyo membuka sebuah pelatihan alat musik khas Jawa yaitu Gamelan. Gamelan sendiri akan diajarkan kepada mahasiswa yang ada di Jepang dengan kapasitas 20 orang. Pelatihan perdana dilakukan oleh para murid Sekolah Republik Indonesia Tolyo (SRIT) yang dipandu oleh diaspora yang memiiki profesi sebagai Dalang di Jepang, sdr Sumiyanto. Ruang gamelan dapat dimanfaatkan baik oleh Indonesianist maupun diaspora yang berminat untuk melestarikan budaya leluhur Indonesia. Untuk menguji hasil pelatihan, para pelatih gamelan akan menyelenggarakan pentas seni Gamelan yang dimainkan langsung oleh orang Jepang sudah mempelajari alat musik ini.

**Membangun Citra Positif**

Sesuai dengan kebijakan diplomasi luar negeri Indonesia dirumuskan untuk memperjuangkan kepentingan nasional melalui hubungan, perjanjian dan kerjasama dengan negara-negara di dunia. Kepentingan nasional yang diperjuangkan dapat bersifat global, regional, ataupun nasional. Sebagai salah satu cara Indonesia untuk memperjuangkan kepentingannya Indonesia menggunakan konsep Rumah Budaya sebagai bagian dari strategi diplomasi kebudayaan. Rumah Budaya di Jepang menjadi salah satu cara Indonesia untuk mencapai kepentingan nasionalnya di luar negeri.

Dengan adanya diplomasi kebudayaaan yang dilakukan Indonesia melalui Rumah Budaya di Jepang, saat ini Indonesia sudah dapat merasakan dampak positif pada sektor ekonomi (pariwisata). Namun hal tersebut tidak menjadi hal yang terpenting karena tujuan diplomasi kebudayaan adalah untuk menciptakan *mutual* *understanding* dan membentuk citra positif Indonesia di luar negeri. Tumbuh dan berkembangnya citra positif terhadap Indonesia menjadi salah satu faktor pendukung suksesnya diplomasi Indonesia guna pencapaian kepentingan nasional di berbagai aspek, terutama dalam bidang ekonomi (pariwisata). Salah satunya dengan melakukan penguatan diplomasi kebudayaan di luar negeri dengan tujuan untuk menigkatkan citra Indonesia di mancanegara, dengan meningkatkan minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Dengan adanya peningkatan kunjungan wisatawan maka menunjukan hal positif, karena hal ini menunjukan bahwa citra bangsa Indonesia di dunia internasional semakin bagus.

**Grafik 1. Capaian Citra Positif Indonesia di Dunia Internasional Berdasarkan Kawasan**

Sumber : Laporan Kerja Kementerian Luar Negeri 2018

Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa citra Indonesia di wilayah Asia Pasifik tergolong baik, hal tersebut menunjukan bahwa diplomasi kebudayaan yang dilakukan Indonesia di Jepang berhasil dengan cukup baik. Namun pemerintah Indonesia tetap harus melakukan peningkatan kegiatan dengan berbagai upaya diantaranya melakukan kegiatan promosi mengenai Indonesia dan berbagai kegiatan lainnya yang dianggap dapat mendukung peningkatan citra Indonesia di luar negeri secara lebih intensif.

Peranan RBI terhadap pencapaian citra Indonesia sudah terkonfirmasi dengan dilakukannya wawancara terhadap 3 orang warga negara Jepang yang ada Indonesia dengan profesi yang berbeda. Narasumber yang pertama adalah Shiho Takada yang merupakan warga negara Jepang yang berprofesi sebagai guru bahasa Jepang di salah satu SMA di Jakarta. Narasumber selanjutnya adalah salah satu pelajar Jepang yang sedang melakukan pertukaran pelajar di Indonesia yang bernama Ryohei Kimura. Narasumber terakhir penulis melakukan wawancara kepada Misaki Suzuku yang merupakan salah satu karyawan Jepang yang bekerja di Indonesia. Adapun hasil dari wawancara tersebut 2 dari 3 orang yang penulis wawancarai mengaku mengetahui tentang adanya RBI di Jepang (lihat lampiran). Maka dapat disimpulkan bahwa dampak dari pengembangan RBI di Jepang terbilang cukup membantu pemerintah dalam melakukan diplomasi kebudayaannya.

**Grafik 2. Perbandingan Citra Positif Indonesia di Wilayah Akreditasi**

**2015-2018**

Sumber: Laporan Kerja Kementerian Luar Negeri 2015-2018

Selain itu, Keberhasilan Indonesia dalam meningkatkan citra positif Indonesia di dunia internasional dapat terlihat dari persentase di atas. Dari laporan kinerja Kementerian Luar Negeri setiap tahunnya citra positif Indonesia mengalami peningkatan. Diharapkan ditahun-tahun berikutnya citra positif Indonesia terus mengalami peningkatan, karena dengan semakin meningkatnya citra positif Indonesia di dunia internasional maka akan mempermudah Indonesia untuk mencapai beberapa kepentingan nasionalnya.

**Meningkatkatnya Wisatawan Jepang di Indonesia**

Indonesia melalui Rumah Budaya di Jepang telah menjalankan diplomasi kebudayaan dengan upaya untuk mencapai kepentingan ekonomi. Adapun pencapaian kepentingan ekonomi Indoesia sebagai hasil dari promosi kebudayaan adalah pada sektor pariwisata.

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan letak geografis berada digaris khatulistiwa yang dapat menjadi daya tarik untuk mengundang para wisatawan asing untuk berkungjung ke Indonesia. Dari Sabang sampai Merauke wilayah Indonesia memliki ciri khas masing-masing setiap daerahnya. Terdapat berbagai macam keanekaragaman mulai dari bahasa daerah, flora, fauna, tarian daerah, kuliner dan lain sebagainya. Hal tersebut menjadi salah satu alasan yang membuat warga negara asing ingin mengunjungi Indonesia.

Dengan keanekaragaman yang dimiliki Indonesia dinilai dapat memajukan sektor pasriwisata Indonesia. Saat ini sektor pariwisata telah dijadikan sebagai salah satu pilar utama yang dapat menopang ekonomi negara, dengan menargetkan dari kunjungan wisatawan asing. Melalui kunjungan wisatawan asing ke Indonesia dapat dijadikan sebagai lahan pendapatan negara. Oleh karena itu sektor pariwisata saat ini telah menjadi salah satu prioritas penting bagi Indonesia.

**Tabel 1. Perbandingan Posisi Kepariwisataan Indonesia Tahun 2015-2019**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahun | Peringkat Dunia | Peringkat ASEAN |
| 2015 | 50 | 4 |
| 2017 | 42 | 4 |
| 2019 | 40 | 4 |

Sumber : WEF 2015, 2017, 2019

Dari tabel di atas dapat terlihat di kawasan ASEAN dari tahun 2015-2019 Indonesia berhasil menempatkan urutan ke-4 di sektor pariwisata. Di tingkat dunia secara bertahap Indonesia mengalami peningkatan dari sektor pariwisata yang pada tahun 2013 Indonesia berada pada peringkat 50. Pada tahun 2015 Indonesia mengalami peningkatan daya saing sektor pariwisata yang menempati urutan ke 42, serta pada tahun 2017 Indonesia kembali mengalami peningkatan berada pada urutan ke 40 ditingkat dunia.

Hal ini telah menandakan bahwa *image* Indonesia pada sektor pariwisata telah mendapatkan respon positif dari masyarakat internasional. Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya mengeni keberadaaan RBI di Jepang merupakan sebagai salah satu cara Indonesia untuk menarik wisatawan asing karena Jepang termasuk 20 besar negara yang banyak dikunjungi wisatawan asing. Dengan demikian Jepang merupakan negara yang berpotensi dari segi pariwisata, sehingga promosi kebudayaan Indonesia akan mejadi lebih mudah ketika masyarakat internasional yang berkunjung ke Jepang dapat mengetahui informasi mengenai kebudayaan Indonesia yang begitu beragam dengan harapan memiliki ketertarikan untuk melakukan kunjungan ke Indoensia.

**Tabel 2. Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2015-2018**

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Kunjungan Wisata Mancanegara Ke Indonesia |
| 2015 | 10.406.759 |
| 2016 | 11.519.275 |
| 2017 | 12.678.883 |
| 2018 | 14.263.074 |

Sumber : Kementerian Pariwisata

Berdasarkan tabel dan grafik di atas, dari tahun 2015 sampai tahun 2018 kunjungan wisatasan mancanegara ke Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya dan secara tidak langsung meningkatkan pendapatan sektor pariwisata. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia hingga tahun 2018 menyentuh angka 14 jutaan. Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama Januari - Desember mencapai 14.263.074, hal tersebut telah melampaui dari target yang diperkirakan

**Gambar 1. Data Kunjungan Mancanegara Januari - Oktober 2019**



Sumber : Kementerian Pariwisata

Dari grafik diatas dapat kita lihat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu pada bulan Oktober 2019 berjumlah 1.354.396 kunjungan atau mengalami peningkatan sebesar 4,86 persendibandingkan periode yang sama bulan Oktober 2018 yang berjumlah 1.291.605 kunjungan.

**Tabel 3. Kedatangan Wisatawan Jepang ke Indonesia Tahun 2015-2019**

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Jepang |
| 2015 | 528.606 |
| 2016 | 542.392 |
| 2017 | 573.310 |
| 2018 | 584.243 |
| 2019 | 590.189 |

Sumber : Kementerian Pariwisata

Kebudayaan dan kepariwisataan merupakan dua hal yang saling berkesinambungan. Rumah Budaya memperkenalkan kebudayaan Indonesia sebagai salah satu upaya untuk menarik masyarakat internasional dan Jepang untuk berkunjung ke Indonesia. RBI di Jepang tidak secara langsung mempromosikan Indonesia sebagai tujuan wisata, program kegiatan Rumah Budaya di Jepang menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang menggambarkan betapa kayanya Indonesia akan kebudayaan yang beragam menjadi salah satu pendukung meningkatnya kunjungan wisatwan mancanegara.

Seperti yang telah dijelaskan Indonesia mengalami peningkatan daya saing pariwisata pada tingkat ASEAN dan dunia, serta kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan Jepang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Akan tetapi kekuatan pariwisata Indonesia masih terkendala oleh beberapa faktor yang melemahkan Indonesia, seperti infrastuktur, keamanan, kelestarian lingkungan hidup dan sanitasi masih jauh jika dibandingkan dengan Jepang.

1. **KESIMPULAN**

Implementasi dari kegiatan yang dilakukan RBI di Jepang dapat dikatakan sudah maksimal dan berhasil. Hal ini terlihat dari beberapa kegiatan yang dilaksanakan dapat memberikan dampak positif bagi Indonesia. Dengan demikin dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Rumah Budaya di Jepang dapat membuat citra posisitif Indonesia di dunia internasional melalui program kegiatan-kegiatannya. Akan tetapi dampak nyata dari diplomasi kebudayaan Indonesia tidak dapat terlalu terukur dan terlihat secara langsung tapi bisa dilihat secara kualitatif dapat dilihat dari keberhasilan Indonesia dalam melakukan diplomasi kebudayaan di Jepang dengan semakin meningkatnya kunjungan wisatawan Jepang maupun wisatawan mancanegara ke Indonesia.

**Saran**

1. Melalui penelitian ini penulis menyarankan supaya pemerintah Indonesia dapat mengoptimalkan kebudayaan yang dimiliki Indonesia untuk dimanfaatkan melalui diplomasi kebudayaan.
2. Diharapkan RBI memiliki gedung sendiri supaya dapat lebih mengoptimalkan setiap kegiatan serta mempunyai pusat galeri seperti pusat kebudayaan lainnya sehingga dapat menarik perhatian khalayak luas.
3. RBI di Jepang diharapkan kedepannya mempunyai program kegiatan baru dan rutin yang lebih kreatif dan inovatif sehingga dapat menarik perhatian khalayak luas.
4. RBI diharapkan tidak hanya menjalankan festival / kegiatan yang sudah ada sebelumnya di KBRI Jepang, tetapi menciptakan program baru dan berkelanjutan serta dapat pengawasan sekaligus koordinasi oleh lembaga yang berwenang.
5. RBI di Jepang diharapkan dapat lebih aktif untuk mengikuti kegiatan / festival internasional yang diselenggarakan di Jepang agar RBI di Jepang dapat terus berkembang.
6. RBI di Jepang diharapkan dapat mampu untuk mengadakan festival berskala internasional di negara penempatan pusat kebudayaan agar tujuan pengajuan terhadap Indonesia sebagai negara adidaya dapat terwujud.
7. **Daftar Pustaka**

Nzn Andrew F. Cooper*,* dkk*.* 2013, *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy, Oxford University Press, United Kingdom.*

Atdikbud Tokyo (2019). Rumah Budaya Indonesia di Jepang. <https://atdikbudtokyo.com/category/rumah-budaya-indonesia/>

diakses pada 27 November 2019

Apriyanti, Fitri. (2014). *Diplomasi Kebudayaan Perancis Melalui IFI 2012-2013* (Sktipsi). Universitas Komputer Indonesia.

A, Vandana 1996, *Theory of International Politics*,Vikas Publishing House PVT

LTD, New Delhi.

Bakry, U. S. (2016). *Metode Penelitian Hubungan Internasional.* Yogyakarta: Damar Mulia Pustaka.

Bhagaskoro. P, dkk. 2016, *Rumah Budaya Indonesia: Cultural Promotion in Globalization, ICON LATERALS 2016.* Universitas Brawijaya. Malang.

Bound, Kirsten et al.(2007). *Cultural Diplomacy*. London : Demos.

Creswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches.* California: SAGE Publications, Inc.

Creswell, J.W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan* *mixed.* Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.

Djelantik, D. S (2016). *Diplomasi dalam Politik Global. Bandung:* Unpar Press.

Gabriella, Clarissa 2013, *Peran Diplomasi Kebudayaan dalam Pencapaian Kepentingan Nasionalnya*, Skripsi Studi Hubungan InternasionalUniversitas Hasanuddin. Makassar.

Geoff Berridge and Alan James. (2003). *A Dictionary of Diplomacy Second edition.* MacMillan, Britis: palgrave.

Hermawan, Y. P. (2007) *Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional*. Indonesia: Graha Ilmu.

Kemenpar (2015). Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2015. *http://www.kemenpar.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2015* diakses pada 20 November 2019.

Kemenpar (2016). Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2016. *http://www.kemenpar.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2016.* diakses pada 20 November 2019.

Kemenpar (2017). Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2017. <http://www.kemenpar.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan->mancanegara-bulanan-tahun-2017. diakses pada 20 November 2019.

Kemenpar (2018). Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2018. <http://www.kemenpar.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2018>. Diakses pada 20 November 2019.

Kemenpar (2019). Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2019. <http://www.kemenpar.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2019> diakses pada 20 November 2019.

Kemlu (2017). Laporan Kinerja Tahun 2017. <https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9BS0lQL0tlbWVudGVyaWFuJTIwTHVhciUyME5lZ2VyaS9MS0olMjBLRU1MVSUyMDIwMTclMjBCVUtVJTIwSS5wZGY>= diakses pada 1 Desember 2019.

Poesponegoro, D. M. (1984*). Sejarah Nasional Indonesia Jilid III.*

Jakarta: PN Balai Pustaka.

Roy, S. L. (1995). *Diplomasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sari, N. 2018, *Diplomasi Pemerintah Indonesia dalam Mempromosikan Budaya di Turki*, eJournal Ilmu Hubungan Internasional, Volume 6, No 4, 2018.Universitas Mulawarman. Samarinda*.*

Shiraishi, Takashi dan Shiraishi, Saya.(1998). *Orang Jepang di Koloni Asia* *Tenggara.* Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Shoelhi, M. (2011). *Diplomasi : Praktik Komunikasi Internasional,* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Sinulingga, S. P. 2017, *DIplomasi Kebudayaan Indonesia terhadap Amerika Serikat Melalui Kuliner (GASTRODIPLOMACY) Tahun 2010. 2016,* JOM FISIP Vol. 4 No.2, 2017. Universitas Riau Kampus Bina Widya. Riau.

Suyanto, B., & Sutinah. (2005). Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Prenadamedia Group.

Tabloid Diplomasi (2010). Presiden SBY: Soft Power Memperkuat Formula Diplomasi. <http://www.tabloiddiplomasi.org/preside-ri-soft-power-memperkuat-formula-diplomasi/>. Diakses pada 18 September 2019

Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartikasari*.* 2007, *Diplomasi Kebudayaan : Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang Studi Kasus Indonesia.* Yogyakarta: Ombak.

WEF (2015). World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015.* [https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism- competitiveness-report-2015](https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-%20competitiveness-report-2015). Diakses pada 16 November 2016.

WEF (2017). World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017.* <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>. Diakses pada 16 November 2019.

WEF (2019). World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019.* <http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf>. Diakses pada 16 November 2019.

Winarno, Budi (2014). *Dinamika isu-isu kontemporer.* Yogyakarta: PT. Buku Seru.

Yuza, B. P. 2016, *Strategi Indonesia Menggunakan Rumah Budaya Sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan Terhadap Jerman*, JOM FISIP Vol. 3No.1, 2016. Universitas Riau Kampus Bina Widya. Riau.