

Upaya Diplomasi Budaya Indonesia terhadap Thailand melalui Kegiatan Kebudayaan Indonesia Tahun 2020 – 2022

Rida Dzahra Yasmarani¹
Denada Faraswacyen L. Gaol²

Abstract

This research is a study aimed to explain Indonesia's cultural diplomacy efforts towards Thailand through Indonesian cultural activities. To analyze these problems, this study uses a constructivism perspective. The periodization of this research is limited between 2020-2022, when the Covid-19 pandemic hit in both countries. This research is qualitative research using constructivism theories, the concept of cultural diplomacy and the concept of public diplomacy. The results of the study show that Indonesia uses its cultural activities to achieve effective cultural diplomacy efforts towards Thailand. This effort is carried out by carrying out three (3) principles in cultural diplomacy. The first principle is the principle of transmission, on this principle Indonesia carries out its cultural dissemination through cultural activities that are disseminated by several stakeholders such as the government and non-governmental organizations. The next principle is acceptance, this involves assessing activities based on the response from Thai society, gauged through the resulting positive perception, which in turn drives economic growth in the tourism sector. Finally, the last principle is the principle of coexistence. This principle underscores Indonesia's strategic deployment of diplomacy to advance its national interests, by employing culture as a non-coercive and peaceful approach to elicit a positive response from Thai society.

Keywords: *constructivism, cultural diplomacy, efforts, public diplomacy*

Pendahuluan

Dalam jalinan hubungan negara dan bangsa, perlu adanya hubungan berkomunikasi yang baik antarnegara. Untuk menjalin hal itu, instrumen yang paling sering digunakan adalah dengan cara berdiplomasi. Pada awalnya diplomasi didominasi dengan praktik politik luar negeri yang menerapkan pemikiran *rill politics* atau *high politics* dengan banyak keterlibatan aktor negara di dalamnya. Pada era modern saat ini, cakupan isu dalam HI dan pemahaman serta aktor yang terlibat di dalamnya semakin banyak yang berakibat

¹ Prodi Hubungan Internasional, FISSIG, Universitas Budi Luhur. Email: ridadzahra06@gmail.com

² Prodi Hubungan Internasional, FISSIG, Universitas Budi Luhur. Email: denada.faraswacyen@budiluhur.ac.id

pada praktik diplomasi juga semakin beragam. Diplomasi budaya adalah salah satu bentuk diplomasi yang semakin berkembang saat ini. Jika digunakan secara efektif, budaya akan berdampak besar pada kepentingan nasional suatu negara di bidang politik, ekonomi, dan citra negara akan lebih baik di mata banyak orang yang mengikutinya. Hal ini dapat terjadi karena budaya membentuk citra suatu negara, yang kemudian akan membentuk citra negara yang lebih baik (Khatrunada, 2019: 104-121).

Indonesia merupakan salah satu negara yang aktif melakukan penyebaran atau pengenalan budaya melalui diplomasi. Keberagaman budaya yang terdiri dari ras, suku, kuliner, kesenian tradisional, dan adat istiadat, dapat dijadikan modal untuk membangun citra positif negara melalui diplomasi. Selain itu, keberagaman budaya inilah yang membuat Indonesia menarik perhatian masyarakat dunia. Dalam hal ini, dukungan dari lini masyarakat juga sangat dibutuhkan untuk melaksanakan diplomasi kebudayaan. Hal ini harus terjadi mengingat perkembangan praktik diplomasi sekarang ini tidak hanya mengandalkan aktor negara tetapi juga peran aktor non negara. Diplomat tidak hanya bertindak sebagai perwakilan negara atau pemerintah pusat; berbagai aktor, seperti individu, juga akan terlibat dalam proses diplomasi budaya. Ini dapat dilihat dari beberapa kegiatan kebudayaan yang sering Indonesia lakukan, pada kegiatan kebudayaan terdapat banyak individu maupun kelompok yang ikut andil di dalam kegiatannya.

Ada banyak kegiatan budaya Indonesia yang dapat diperkenalkan ke dunia internasional, seperti tarian, makanan, bahasa, dan lain-lain. Pelaksanaan kegiatan budaya sendiri mempunyai banyak tujuan, selain untuk instrumen berdiplomasi, kegiatan kebudayaan, juga memiliki beberapa tujuan, seperti (Kusumawardhana, 2021: 41-55):

- Melestarikan warisan budaya
- Memperkenalkan budaya kepada masyarakat
- Meningkatkan pendidikan dan kesadaran terhadap budaya
- Memperkuat identitas budaya
- Meningkatkan pariwisata
- Membangun jaringan sosial dan diplomatik
- Menyampaikan pesan

Kegiatan budaya memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antarmanusia, melestarikan warisan budaya, dan membangun pemahaman lintas budaya. Mereka juga berkontribusi pada kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat, serta membantu menciptakan identitas budaya yang kaya dan beragam. Berdasarkan tujuan kegiatan budaya yang telah disebutkan maka penting bagi suatu negara untuk mempunyai identitas negara melalui budaya agar negara dapat menggunakan budaya untuk mencapai kepentingan nasional yaitu ekonomi, sosial, budaya, politik, pariwisata, dan lain-lain.

Untuk mencapai kepentingan nasional, negara perlu melakukan adanya kegiatan diplomasi. Dalam hal ini, diplomasi budaya merupakan salah satu diplomasi yang efektif agar negara mendapatkan kepentingannya dengan cara yang "soft". Indonesia merupakan negara yang sering melakukan diplomasi budaya melalui kegiatan budaya, salah satu negara yang sering menjadi tujuan diplomasi budaya Indonesia adalah Thailand. Thailand merupakan salah satu negara yang bersahabat baik dengan Indonesia, kedua negara mempunyai banyak kesamaan, seperti: kawasan, kebudayaan, wisata alam dan kedua negara juga merupakan negara yang aktif dalam organisasi kawasan Asia Tenggara yaitu ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*). Selain itu, diketahui bahwa hubungan bilateral kedua negara sudah terjalin sejak lama, dan pada awalnya kedua negara disatukan karena adanya kebudayaan. Hubungan kedua negara sudah terjalin lama bahkan sejak ratusan tahun yang lalu. Tepatnya pada abad ke-12 M pada saat Indonesia masih berbentuk kerajaan, Kerajaan Majapahit dan Sriwijaya sangatlah berhubungan baik dengan

Kerajaan Thailand. Pada saat itu, kedua bangsa aktif saling melakukan pertukaran peradaban dan terhubung melalui seni budaya, agama, dan karya arsitektur (Kementerian Luar Negeri Indonesia, 2021). Dapat terlihat bahwa memang sejak dahulu kedua negara aktif melakukan pertukaran budaya dan hal ini menghasilkan hubungan bilateral yang baik untuk kedua negara. Pada akhirnya di zaman modern ini, pertukaran budaya melalui diplomasi budaya nyatanya masih sangat diperlukan karena diplomasi melalui budaya sudah menjadi kebiasaan kedua negara sejak dahulu. Oleh karena itu sangat penting bagi Indonesia untuk mengenalkan budaya Indonesia kepada Thailand agar hubungan kedua negara semakin lebih baik lagi dengan segala kesamaan serta kerja sama yang telah terjalin, Indonesia harus tetap menggunakan agenda diplomasi terutama diplomasi budaya agar terhindar dari adanya konflik dengan Thailand.

Pembahasan

Hubungan diplomasi antara Indonesia dan Thailand yang telah terjalin sejak lama semakin mempererat hubungan budaya antara kedua negara. Kegiatan kebudayaan pun senantiasa dilakukan Indonesia dalam melakukan diplomasi budaya di Thailand, khususnya pada tahun 2020 – 2022. Saat pandemi covid-19 merabak, Indonesia tetap melakukan kegiatan kebudayaan sebagai bentuk diplomasi agar kepentingan nasional tetap terlaksana. Dalam sejarah dari diplomasi budaya, terdapat definisi yang cukup kompleks yang dijelaskan oleh Richard T. Arndt bahwa mayoritas dari diplomasi budaya, menggunakan “budaya” seperti apa yang dilakukan oleh para ilmuwan antropologi, yaitu untuk menunjukkan kompleksnya faktor-faktor pikiran dan nilai-nilai yang menjadi identitas suatu negara atau kelompok, khususnya faktor-faktor yang diwariskan melalui proses intelek seperti gagasan. Oleh karena itu hubungan budaya atau *cultural relations* secara harfiah diartikan sebagai hubungan budaya antarnegara yang di dalamnya terdapat aspek kecerdasan dan pendidikan yang bersarang di masyarakat dan masyarakat saling bertukar pikiran, kecerdasan melalui budaya yang pada akhirnya terhubung dengan institusi asing (terjadinya kerja sama).

Lebih lanjut Richard menjelaskan bahwa hubungan budaya antarnegara tumbuh secara alami dan organik serta tanpa campur tangan pemerintah, adanya transaksi perdagangan dan pariwisata, arus pelajar (pertukaran pelajar), komunikasi, sirkulasi buku, migrasi, akses media, dan yang terakhir adanya perkawinan lintas budaya. Hubungan lintas budaya ini benar adanya dan terjadi atas perilaku manusia. Hal ini mengartikan bahwa diplomasi budaya hanya dapat dikatakan terjadi ketika para diplomat melayani pemerintah nasional (pemerintah pusat), dengan membentuk dan menyalurkan arus alami yang terjadi pada hubungan budaya antarnegara untuk masing-masing memajukan kepentingan nasionalnya (Arndt, 2005:18). Diplomasi budaya memiliki dua tujuan, tujuan pertama yaitu, negara berusaha untuk mempengaruhi audiens asing dengan memanfaatkan elemen budaya mereka. Ini dilakukan agar negara pertama mendapatkan pandangan positif tentang masyarakat, budaya, dan kebijakan negara tersebut. Selanjutnya, diplomasi budaya bertujuan untuk meningkatkan kerja sama antara dua negara, membantu mengubah kebijakan atau lingkungan politik yang tepat sasaran. Tujuan yang terakhir yaitu untuk mencegah, menyelesaikan, dan mengurangi konflik dengan negara yang menjadi sasaran diplomasi budaya (Weller, 2009).

Sepanjang tahun 2020 – 2022, Indonesia telah melakukan banyak kegiatan kebudayaan setiap tahunnya di Thailand. Pada tahun 2020, Indonesia telah melakukan sebanyak 5 kegiatan kebudayaan (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2020), pada tahun 2021, kegiatan kebudayaan yang telah dilakukan sebanyak 2 kegiatan, menurun dibanding tahun lalu dikarenakan peningkatan kasus pandemi di kedua negara (Laporan Kinerja KBRI

Bangkok, 2021), dan pada tahun 2022 pandemi mulai menurun dan mulai diterapkannya *new normal* dan sebanyak 11 kegiatan kebudayaan yang telah dilakukan Indonesia di Thailand (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2022). Indonesia menggunakan 3 prinsip dalam diplomasi budaya dalam upaya diplomasi budayanya ke Thailand. Tiga prinsip ini diperkenalkan oleh Dewan Promosi Diplomasi Budaya di Jepang yang menyebutkan beberapa tahapan prinsip diplomasi budaya ini, di antaranya: prinsip penyebaran (*transmission*), penerimaan (*acceptance*), dan koeksistensi (*coexistence*) (Japan Council on Promoting of Public Diplomacy, 2005).

Prinsip Penyebaran

Prinsip penyebaran merujuk pada cara diplomasi budaya dijalankan oleh suatu entitas subjek dengan cara menggambarkan identitas negaranya. Pelaku diplomasi mengemas pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui berbagai bentuk ekspresi budaya. Pesan-pesan ini dihadirkan dalam bentuk produk kebudayaan yang mewakili potensi negara, dengan tujuan untuk meningkatkan rasa ingin tahu dan minat audiens terhadap pelaku diplomasi. Penyebaran ide, nilai, dan budaya muncul ketika suatu negara menentukan hal-hal yang dianggap esensial atau paling efektif dalam mewakili citra negara di kancah internasional. Pada prinsip penyebaran terdapat beberapa pihak yang terlibat dalam proses penyebaran budaya yang dilakukan Indonesia.

KBRI Bangkok berperan sebagai penyelenggara kegiatan-kegiatan kebudayaan yang dilakukan di Thailand karena itu merupakan tugas mereka sebagai representasi atau perwakilan dari Indonesia yang bertanggung jawab menjalankan kewajibannya untuk memperkenalkan dan mempromosikan kebudayaan Indonesia. Dalam menjalani peran dan fungsinya tersebut, KBRI Bangkok berpegang kepada Visi "Melaksanakan Diplomasi Aktif dan Efektif di Thailand dalam mewujudkan Indonesia Maju". Adapun Misi KBRI Bangkok, meliputi (LKJ KBRI Bangkok 2020) :

1. Memberikan nilai manfaat ekonomi yang optimal melalui hubungan baik dengan Thailand untuk mendukung struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan berdaya saing.
2. Memberikan perlindungan Warga Negara Indonesia (WNI)/ Badan Hukum Indonesia (BHI) di Thailand yang prima sebagai upaya perlindungan bagi segenap bangsa Indonesia.
3. Menjaga integritas dan kedaulatan NKRI serta meningkatkan citra positif Indonesia di wilayah akreditasi KBRI Bangkok.
4. Meningkatkan infrastruktur diplomasi KBRI Bangkok.

Dalam menjalankan diplomasi budaya terdapat fungsi dan atase khusus dalam KBRI Bangkok yang memang tugasnya untuk menjalankan dan memastikan berjalannya diplomasi budaya yang dilakukan Indonesia di Thailand, yaitu fungsi pensosbud (penerangan, sosial dan budaya). Tugas dari pensosbud yaitu melaksanakan sebagian tugas KBRI Bangkok di bidang informasi, sosial dan budaya, dan dengan fungsi sebagai berikut (LKJ KBRI Bangkok 2020):

1. Meningkatkan kegiatan sosial budaya yang bermanfaat bagi kepentingan nasional Indonesia, khususnya dalam upaya memperkenalkan secara luas potensi budaya dan pariwisata Indonesia di Thailand yang pada gilirannya dapat menjadi elemen penting dalam membangun citra positif Indonesia di Thailand;
2. Memantau secara aktif pola-pola kebijakan pemerintah negara akreditasi di bidang sosial budaya, termasuk masalah lingkungan hidup, pendidikan, dan peranan wanita;

3. Memperkokoh dan meningkatkan persahabatan Indonesia – Thailand baik yang dilakukan melalui asosiasi ataupun perhimpunan Indonesia – Thailand yang telah atau akan terbentuk (*P-to-P contacts*);
4. Memanfaatkan semaksimal mungkin situasi dan kondisi yang ada untuk meningkatkan promosi pariwisata dan kebudayaan Indonesia, dengan tetap memperhatikan kemungkinan adanya tuntutan-tuntutan/tindakan resiprositas yang dapat memberatkan pihak Indonesia;
5. Meningkatkan hubungan kerja sama penerangan dengan negara akreditasi yang bermanfaat bagi kepentingan nasional;
6. Meningkatkan citra positif Indonesia di negara akreditasi antara lain dengan melakukan berbagai upaya preventif terkait dengan pemberitaan negatif Indonesia di Thailand;
7. Mewakili RI dalam melaksanakan hubungan/kerja sama penerangan dan media massa dengan negara akreditasi dalam memperjuangkan kepentingan nasional dan memantapkan serta meningkatkan citra positif Indonesia;
8. Mencegah penularan ideologi yang bertentangan dengan Pancasila serta melakukan pembinaan terhadap masyarakat Indonesia yang menetap di Thailand;
9. Mengamati, menelaah dan melaporkan aspek pemberitaan mengenai Indonesia serta perkembangan penerangan media massa negara akreditasi yang mungkin dampak terhadap kepentingan Indonesia.

Selain KBRI Bangkok dan fungsi pensosbud, terdapat banyak pihak yang juga terlibat dalam penyebaran budaya Indonesia di Thailand, yaitu pihak-pihak yang bekerja sama dengan KBRI Bangkok seperti NGO dan institusi untuk melaksanakan kegiatan kebudayaan. KBRI Bangkok banyak melakukan kerja sama dengan instansi-instansi pendudukan di Thailand untuk mengadakan agenda pertukaran budaya atau pengenalan budaya. Salah satu instansi yang secara berkala bekerja sama dengan KBRI Bangkok adalah Universitas Chulalongkorn. Pemerintah Indonesia bersama Universitas Chulalongkorn telah banyak melakukan kegiatan pertukaran maupun pengenalan budaya pada tahun 2020 – 2022. Beberapa kegiatan yang dilakukan yaitu, penyelenggaraan kegiatan Indonesian Festival di Kamphaeng Phet Rajabhat University dan Nakhon Sawan Rajabhat University pada 4 – 6 Desember 2020. Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Arya Mangkunegara (KGPA) Mangkunegara X dan tim yang melakukan kunjungan ke Universitas Chulalongkorn, Bangkok pada tanggal 19 September 2022, dalam rangka mempromosikan budaya Jawa khususnya Solo ke Thailand. Pada praktiknya diplomasi budaya yang dilakukan Indonesia melalui kegiatan kebudayaan di Thailand melibatkan banyak pihak sehingga *output* yang dihasilkan dari diplomasi budaya haruslah baik dan dapat membangun citra positif Indonesia.

Prinsip Penerimaan

Prinsip penerimaan pada kegiatan kebudayaan yang telah dilakukan Indonesia di Thailand, dinilai dari efektivitas diplomasi budaya yaitu yang telah tercermin dalam Nilai Capaian Kinerja Organisasi (NCKO) yang diperoleh dari serangkaian perhitungan dengan menggunakan data target dan realisasi IKU (Indikator Kinerja Utama) yang diperoleh. Dalam hal ini, diplomasi budaya yang diterima baik dalam masyarakat akan terlihat jelas hasilnya melalui capaian kerja. Pada bidang diplomasi budaya, *output* yang paling terlihat adalah adanya citra positif dan peningkatan jumlah wisatawan asing yang berkunjung. Pada prinsip penerimaan akan dijelaskan nilai capaian kerja dan realisasi IKU kegiatan kebudayaan yang dilakukan dari tahun 2020-2022 oleh Indonesia melalui KBRI Bangkok, sebagai berikut:

1. KBRI Bangkok sepanjang tahun 2020 telah menghasilkan 22 kesepakatan dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya dan 6 di antaranya adalah kegiatan kebudayaan untuk diplomasi budaya. Dari target 12 kesepakatan yang telah ditetapkan pada perencanaan kinerja. Realisasi capaian kinerja KBRI Bangkok dapat dilihat pada tabel berikut (LJK KBRI Bangkok 2020):

IKU C1.1	2019		2020	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Jumlah kesepakatan di bidang ekonomi, sosial, dan budaya	17	15	12	22
Capaian	88,24%		120%	

Tabel 1. Capaian IKU Tahun 2020

Sumber: Laporan Kinerja KBRI Bangkok Tahun, 2020

Lalu untuk *output* nya, pada *output* citra Indonesia di Thailand tahun 2020, KBRI telah menyebarkan kuesioner *'Views of Indonesia* secara luring dan daring kepada berbagai pemangku kepentingan di Thailand. KBRI Bangkok menerima kembali sebanyak 143 kuesioner yang terdiri dari 40 responden secara luring dan 143 responden secara daring. Dari hasil penghitungan yang dilakukan, dapat disampaikan hasil Indeks Citra Indonesia di Thailand adalah sebagai berikut: *average score: 3.9, Index Category: 78,06, Participants: 183, dan Score Definition: Baik*. KBRI Bangkok juga sudah menginput analisis Indeks Citra Indonesia beserta data dukung lainnya ke dalam aplikasi citra Indonesia. Dari hasil survey daring dan luring terlihat perbedaan signifikan persepsi pemangku kepentingan di Thailand terhadap indeks citra Indonesia. Kuesioner yang dibagikan kepada responden yang secara langsung, mengikuti kegiatan promosi yang dilakukan oleh KBRI Bangkok mendapat nilai yang jauh lebih baik dibandingkan responden yang mengisi survei secara daring. Hal ini mengingat para pemangku kepentingan merasakan langsung manfaat kegiatan yang dilakukan oleh KBRI Bangkok dan mendapatkan pemahaman mengenai Indonesia secara baik. (Laporan Kinerja KBRI Bangkok 2020)

Pada *output* jumlah wisatawan asing di bidang pariwisata, Merujuk data dari BPS, jumlah wisatawan mancanegara asal Thailand yang berkunjung ke Indonesia untuk periode Januari – Oktober 2020 tercatat berjumlah 20.000 orang. Jumlah ini sangat jauh berkurang bila dibandingkan tahun 2019 yang mencapai jumlah 116.440 orang. Dengan demikian, perbandingan capaian kinerja KBRI Bangkok untuk IKU ini dapat dilihat pada tabel berikut:

IKU S1.1	2019		2020	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Persentase peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia dari negara akreditasi KBRI Bangkok	8%	9,43%	1%	-82,5%
Capaian	117,88%		0%	

Sumber: Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2020

Berbeda dengan tahun 2019, tidak tercapainya target dari IKU ini sudah dapat diprediksi sejak awal tahun 2020. Kendala terbesar yang dihadapi dalam pencapaian IKU adalah pandemi Covid-19 yang sangat mempengaruhi lalu lintas manusia. Penghentian sementara kebijakan bebas visa dan *visa on arrival* juga memberikan pengaruh pada pengurangan jumlah wisatawan Thailand ke Indonesia. Selain itu, tingginya jumlah kasus Covid-19 di Indonesia juga mempengaruhi keinginan warga Thailand untuk berkunjung ke Indonesia. Perbandingan jumlah kunjungan wisatawan dari Thailand ke Indonesia dapat dilihat dalam table berikut:

Negara	Jan – Okt 2019	Jan – Okt 2020	Peningkatan (%)
Thailand	116.440	20.000	-82,5%

Meskipun *output* yang dihasilkan pada tahun 2020 kurang pada bidang pariwisata, tetapi Indonesia masih tetap mengadakan kegiatan kebudayaan yang tentu nya pada saat itu dengan regulasi yang sudah ditetapkan, tetapi di satu sisi output untuk citra positif negara masih sangat baik dan tidak terjadi penurunan.

2. Tahun 2021, KBRI Bangkok sepanjang tahun 2021 telah menghasilkan 18 kesepakatan dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya dan 2 diantaranya adalah kegiatan kebudayaan untuk diplomasi budaya. Dari target 18 kesepakatan yang telah ditetapkan pada Perencanaan Kinerja. Realisasi capaian kinerja KBRI Bangkok dapat dilihat pada tabel berikut (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2021):
Sumber: Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2021

IKU C1.1	2020		2021	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Jumlah kesepakatan di bidang ekonomi, sosial, dan budaya	12	22	18	18
Capaian	120%		100%	

Untuk pengukuran IKU Indeks Citra Indonesia Tahun 2021, KBRI telah menyebarkan kuesioner secara luring dan daring kepada berbagai pemangku kepentingan di Thailand dari bulan Januari hingga Desember 2021. KBRI Bangkok menerima kembali sebanyak 165 kuesioner yang terdiri dari 20 responden secara luring dan 145 responden secara daring. Penyebaran kuesioner survei citra Indonesia tahun 2021 dilakukan baik secara daring maupun luring kepada berbagai pemangku kepentingan di Thailand, baik itu Warga Negara Thailand yang tengah mendapatkan pelayanan di loket pelayanan KBRI Bangkok. Dari hasil penghitungan yang dilakukan maka diperoleh hasil Indeks Citra Indonesia di Thailand adalah sebagai berikut: *average score: 3.71, Index Category: 74,26, Participants: 165, dan Score Definition: Baik*. KBRI Bangkok juga sudah menginput analisis Indeks Citra Indonesia beserta data dukung lainnya ke dalam aplikasi Citra Indonesia. (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2021)

Adapun kendala yang ditemui di lapangan pada saat melakukan survei Indeks Citra Indonesia adalah tidak dapat dilakukannya kegiatan *outreach* ke berbagai pemangku kepentingan di Thailand karena meningkatnya kasus Covid-19 di Thailand khususnya pada semester pertama tahun 2021. Selain itu, adanya sikap warganet Indonesia yang negatif atas berita/informasi di Thailand yang beredar di berbagai media daring yang ada telah menyulut kemarahan masyarakat

Thailand yang terlihat dari banyaknya keluhan yang disampaikan melalui media sosial KBRI Bangkok. Dalam mengatasi kendala tersebut, KBRI Bangkok berusaha menjawab berbagai pertanyaan dan kritikan yang disampaikan melalui platform media sosial KBRI Bangkok dan mencoba untuk tidak terlalu mengikuti arus di media sosial yang membahas informasi tersebut. (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2021).

Berdasarkan data BPS, jumlah wisatawan mancanegara asal Thailand yang berkunjung ke Indonesia untuk periode Januari – Oktober 2021 tercatat berjumlah 3.491 orang. Jumlah ini sangat jauh berkurang bila dibandingkan tahun 2020 yang mencapai jumlah 20.547 orang. Dengan demikian, perbandingan capaian kinerja KBRI Bangkok untuk IKU ini dapat dilihat pada tabel berikut:

IKU S1.1	2020		2021	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Persentase peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia dari negara akreditasi KBRI Bangkok	1%	-82,5%	1%	-83%
Capaian	0%		0%	

Tabel 4. Perbandingan Capaian IKU Tahun 2020 dan 2021

Sumber: Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2021

Tidak dapat dipenuhinya target dari IKU ini sudah dapat diprediksi sejak awal tahun 2021 mengingat adanya kendala dihentikannya pemberian bebas visa serta visa kunjungan wisata serta belum dibukanya kunjungan wisatawan ke Indonesia untuk mengantisipasi penyebaran Covid-19 yang memberikan pengaruh signifikan pada masuknya WNA, khususnya warga negara Thailand, ke Indonesia. Selain itu, lamanya waktu karantina juga memberikan pengaruh pada rencana kunjungan warga Thailand ke Indonesia. Perbandingan jumlah kunjungan wisatawan dari Thailand ke Indonesia dapat dilihat dalam tabel berikut:

Negara	Jan - Okt 2020	Jan - Okt 2021	Peningkatan (%)
Thailand	20.547	3.491	-83%

Tabel 5. Perbandingan Peningkatan Wisatawan

Sumber: Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2021

Meskipun dengan berbagai keterbatasan, KBRI Bangkok telah melakukan beberapa kegiatan guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dari Thailand, seperti penyelenggaraan Pertemuan Duta Besar RI Bangkok dengan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada 2 Juli 2021 dan memperkenalkan Indonesia kepada publik Thailand melalui *the 4th Indonesian Performing Arts Festival (IndoFest)* yang diselenggarakan di sebuah pusat perbelanjaan, Siam Square, pada 7 April 2021.

3. Tahun 2022, KBRI Bangkok sepanjang tahun 2022 telah menghasilkan 19 kesepakatan dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya dan 11 di antaranya adalah kegiatan kebudayaan untuk diplomasi budaya. Dari target 19 kesepakatan yang telah ditetapkan pada Perencanaan Kinerja. Realisasi capaian kinerja KBRI Bangkok dapat dilihat pada tabel berikut (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2022):

IKU C1.1	2021		2022	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Jumlah kesepakatan di bidang ekonomi, sosial, dan budaya	18	18	19	19
Capaian	100%		100%	

Tabel 6. Perbandingan Capaian IKU Tahun 2021 dan 2022

Sumber: Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2022

Lalu, untuk pengukuran IKU Indeks Citra Indonesia Tahun 2022, Indeks citra positif Indonesia diukur dengan menggunakan kuesioner dengan pendekatan Anholt skala 0 s/d 5. Survey dilakukan dengan alternatif versi manual dan online. Responden untuk mengukur indeks Citra Indonesia adalah masyarakat internasional yang bukan warganegara Indonesia. Realisasi capaian kinerja KBRI Bangkok untuk tahun 2022 untuk sebagaimana terlihat dalam tabel berikut:

Sumber: Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2022

IKU S3.1	2021		2022	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Indeks Citra Indonesia di negara akreditasi KBRI Bangkok	3,85	3,71	3,90	4,01

Tabel 7. Perbandingan Capaian IKU Tahun 2021 dan 2022

Untuk pengukuran IKU Indeks Citra Indonesia Tahun 2022, KBRI Bangkok telah melakukan survei indeks citra Indonesia tahun 2022 melalui penyebaran link secara daring dan penyebaran kuesioner secara luring kepada berbagai pemangku kepentingan di Thailand baik itu warga negara Thailand yang mau berkunjung ke Indonesia (loket para pelaku usaha/pebisnis (pertemuan dengan Kadin dan temu bisnis), akademisi, mahasiswa dan pecinta seni budaya di Thailand (*Indonesian Day* dan *Indonesian Festival*), pejabat di berbagai kementerian dan insan media di Thailand. Hasil survei Indeks Citra Indonesia secara total baik daring maupun luring sebanyak 159 responden adalah 4.04 dengan indeks kategori 78.87 dengan kategori baik. (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2022)

Pada *output* pariwisata, Jumlah kunjungan wisatawan Thailand ke Indonesia dari Januari – Oktober 2022 adalah 30.262. Angka tersebut naik sekitar 700 % dari jumlah kunjungan wisatawan tahun 2021 yaitu 3.992 orang.

Tingkat efektivitas diplomasi ekonomi di sektor pariwisata dengan negara akreditasi KBRI Bangkok	Jumlah
SUB IKU 2 Jumlah wisman dari negara akreditasi ke Indonesia (30%)	3.600 orang
Realisasi	30.262 orang
Target	3.600 orang
Capaian	120 %
Toleransi Capaian	120 %

Tabel 8. Capaian IKU Tahun 2022

Sumber: Laporan Kinerja KBRI Bangkok 2022

Secara umum target peningkatan jumlah wisatawan Thailand ke Indonesia telah melebihi target yaitu 700%. Hal ini mengingat selama 2 tahun pandemi, masyarakat Thailand banyak sekali ingin berlibur ke luar negeri namun terkendala oleh berbagai kebijakan baik yang ditetapkan oleh pemerintah Thailand maupun oleh negara penerima wisatawan Thailand sebagai upaya untuk memerangi penyebaran virus Covid-19. Pada tahun 2022 ketika berapa negara mulai membuka diri dan menerima wisatawan asing termasuk Indonesia, terdapat fenomena "*revenge tourism*" di berbagai belahan dunia, termasuk Thailand karena masyarakat ingin melakukan perjalanan wisata sebanyak mungkin ke berbagai negara/tempat untuk mengobati keinginan berwisata mereka yang tertunda selama dua tahun sebelumnya. Kebijakan pembukaan lintas batas dan kemudahan perjalanan kedua negara menjadi faktor kuat dalam peningkatan jumlah wisatawan Thailand ke Indonesia. (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2022)

Pada tahun 2022, tidak terdapat kendala khusus yang dihadapi oleh KBRI Bangkok dalam upaya peningkatan arus wisatawan Thailand ke Indonesia. Namun demikian, KBRI Bangkok melakukan berbagai langkah dalam upaya peningkatan wisatawan tersebut antara lain melalui:

1. KBRI Bangkok terus berupaya menggandeng berbagai pihak/*counterparts* di Indonesia seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata di berbagai Provinsi untuk secara bersama-sama mempromosikan pariwisata Indonesia di Thailand.
2. KBRI Bangkok juga akan terus menggandeng *Indonesianist*, alumni penerima beasiswa Seni dan Budaya Indonesia dan Darmasiswa untuk bersama-sama mempromosikan kekayaan seni dan budaya Indonesia di Thailand.
3. Pada tahun 2023, Indonesia akan tetap menyelenggarakan kegiatan *Trade, Tourism, Investment, and Cultural Forum* pada bulan September 2022 dalam upaya mempromosikan perdagangan, investasi, pariwisata dan budaya Indonesia kepada masyarakat Thailand dan komunitas internasional yang berada di Thailand.

Selama 2 tahun perkembangan kegiatan budaya Indonesia di Thailand dapat dilihat perbedaan yang signifikan dari tahun ke tahun. Teruntuk *output* citra positif Indonesia dari tahun 2020 – 2022, *output* yang diberikan itu sama dan tidak berubah yaitu memang citra negara Indonesia di Thailand itu baik. Namun pada *output* pariwisata, terlihat sekali perbedaan angka dari jumlah wisatawan, dimulai dari tahun 2020 – 2021 bahwa pada saat itu dunia sedang dilanda pandemi covid-19 sehingga menjadikan kegiatan budaya yang dilakukan tidak menjadi terlalu efektif penerimaannya karena jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia berkurang secara drastis. Selanjutnya memasuki tahun 2022, sektor pariwisata mulai membaik dan indeks realisasinya pun melebihi ekspektasi. Pada tahun 2022 akhirnya masyarakat dunia dapat merasakan *new normal* dan kegiatan kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia di Thailand pun menjadi efektif penerimaannya yang terbukti dari meningkatnya jumlah wisatawan. Dari sini dapat dilihat bahwa diplomasi budaya Indonesia melalui kegiatan kebudayaan Indonesia di Thailand dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Thailand karena Indonesia mempunyai citra yang positif, dan mampu mempromosikan budayanya hingga menarik bagi wisatawan asing. (Laporan Kinerja KBRI Bangkok, 2022)

Prinsip Koeksistensi

Prinsip koeksistensi dalam diplomasi budaya mengacu pada bagaimana pemanfaatan instrumen budaya dapat mendorong nilai-nilai perdamaian. Kegiatan kebudayaan Indonesia di Thailand selama tahun 2020 – 2022 merupakan contoh implementasi prinsip ini. Pelaksanaan kegiatan tersebut sesuai dengan perencanaan Pemerintah Indonesia yang mengemukakan bahwa diplomasi budaya akan mengikuti arahan UUD 1945 pasal kedua, yang menegaskan bahwa Indonesia turut berperan aktif serta berpartisipasi dalam menjaga tatanan dunia yang bercirikan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial. Melalui instrumen diplomasi budaya, Indonesia berusaha mewujudkan prinsip koeksistensi dengan mempromosikan nilai-nilai perdamaian. Sesuai dengan tujuannya diselenggarakannya kegiatan kebudayaan ini yaitu untuk mempererat hubungan diplomatik kedua negara sehingga dalam pelaksanaannya memberikan pesan yang beragam baik itu mengenai seni, budaya, makanan, bahasa pada akhirnya kedua negara dapat saling menghargai, toleransi, dan damai meskipun terdapat perbedaan budaya di dalamnya. Melalui pelaksanaan kegiatan kebudayaan Indonesia ini, sebagai bentuk diplomasi budaya Indonesia, dapat kita lihat bahwa tidak ada unsur keterpaksaan dan mengandung perwujudan perdamaian. Dalam kata lain, peserta ataupun pengunjung yang hadir pada seluruh kegiatan kebudayaan ini datang secara sukarela dan atas dasar ketertarikan dan keinginan mereka untuk mengetahui budaya-budaya yang dimiliki oleh Indonesia.

Kesimpulan

Diplomasi budaya Indonesia terhadap Thailand melalui kegiatan kebudayaan Indonesia sudah efektif dan bermanfaat bagi kedua negara. Melalui upaya yang dilakukan yaitu pada prinsip penyebaran, penerimaan dan koeksistensi, telah menunjukkan bahwa diplomasi budaya yang dilakukan oleh Indonesia terhadap Thailand dinilai berhasil dan efektif karena telah bisa meningkatkan pendapatan ekonomi negara melalui pariwisata, yang didapatkan melalui citra positif negara yang berasal dari respon masyarakat Thailand terhadap kegiatan kebudayaan Indonesia yang telah dilaksanakan di Thailand selama tahun 2020 – 2022. Upaya yang dilakukan Indonesia pada prinsip penyebaran berupa kegiatan kebudayaan Indonesia yang disebarkan di Thailand oleh beberapa institusi dan instansi terkait.

Pada prinsip penerimaan, penerimaan kegiatan kebudayaan, dinilai dari efektivitas diplomasi budaya, yaitu yang telah tercermin dalam Nilai Capaian Kinerja Organisasi (NCKO) yang diperoleh dari serangkaian perhitungan dengan menggunakan data target dan realisasi IKU (Indikator Kinerja Utama) yang diperoleh. Dalam hal ini, diplomasi budaya yang diterima baik dalam masyarakat akan terlihat jelas hasilnya melalui capaian kerja. Terakhir pada prinsip koeksistensi, yaitu prinsip yang dimana mengatakan bahwa diplomasi budaya Indonesia harus menjunjung nilai-nilai perdamaian sebagaimana tertuang pada pembukaan UUD 1945 alinea ke-4. Perwujudan perdamaian dalam kegiatan-kegiatan kebudayaan yang dilakukan ini, dapat dilihat dari peserta ataupun pengunjung yang hadir pada kegiatan kebudayaan ini datang secara sukarela dan atas dasar ketertarikan dan keingintahuan mereka untuk mengetahui budaya yang dimiliki Indonesia.

Referensi

- Akil, S. A., & Kusumawardhana, I. (2021). Diplomasi Budaya Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan Dalam Festival Banjar 2018-2019. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(1): 41-55.
- Japan Council on Promoting of Public Diplomacy, (2005) "Establishing Japan as a "Peaceful Nation of Cultural Exchange"
https://japan.kantei.go.jp/policy/bunka/050711bunka_e.html
- Kementerian Luar Negeri Indonesia, (2021), "Hubungan Indonesia dan Thailand Sudah Terbangun Sejak Zaman Kerajaan Sebelum Kemerdekaan"
<https://kemlu.go.id/bangkok/id/news/13355/hubungan-Indonesia-dan-Thailand-sudah-terbangun-sejak-zaman-kerajaan-sebelum-kemerdekaan>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, (2020), Laporan Kinerja KBRI BANGKOK Tahun 2020
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, (2021), Laporan Kinerja KBRI BANGKOK Tahun 2022
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, (2022), Laporan Kinerja KBRI BANGKOK Tahun 2021
- Richard T. Arndt, (2005), *The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*. Washington, D.C.: Potomac Books, hal.18
- Siti Afifah Khatrunada & Gilang Nur Alam, (2019), "Diplomasi Budaya Indonesia melalui Gamelan Festival 2018 di Solo", *Padjajaran Journal of International Relations Vol.1, No.2*: 104-121