

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diplomasi budaya merupakan salah satu aspek penting dalam hubungan internasional yang memungkinkan sebuah negara untuk mempromosikan warisan budayanya, meningkatkan citra negara, dan memperkuat hubungan bilateral serta multilateral¹. Praktik diplomasi budaya juga telah diterapkan oleh Indonesia untuk meningkatkan pengaruh kerjasama internasional, hal ini secara tidak langsung dapat membangun citra positif dan juga membangun daya tarik Indonesia yang berkontribusi terhadap potensi dan kompetensi negara ini.² Diplomasi budaya mengacu pada penggunaan interaksi budaya, pertukaran, dan inisiatif suatu negara untuk memajukan tujuan kebijakan luar negeri dan meningkatkan hubungan antar negara.

Indonesia sebagai negara berdaulat secara aktif menjalankan diplomasi untuk mewujudkan kepentingan nasionalnya, salah satunya melalui jalur budaya. Upaya ini dilaksanakan oleh Kementerian Luar Negeri (Kemlu RI) bersama dukungan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di berbagai negara, yang mengimplementasikan program prioritas nasional sekaligus memperkuat hubungan

¹ Attahira, Azzahra. *Diplomasi Budaya Indonesia Di Amerika Serikat Melalui House Of Angklung*. Diss. Universitas Komputer Indonesia, 2023. hal 29-30. <https://elibrary.unikom.ac.id/>

²Nursita, Rizki Dian, and Ahmad Sahide. "Diplomasi Kebudayaan Indonesia:: Era Orde Baru Hingga Kini." *Jisiera: The Journal of Islamic Studies and International Relations* 3, no. 1 (2018): 46. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6790048>. <http://journal.insiera.org/index.php/jisiera/article/view/27>

bilateral dengan mitra melalui kerja sama lintas sektor, termasuk bidang kebudayaan.³

Kepentingan nasional Indonesia berfokus pada upaya melindungi serta meningkatkan kesejahteraan warga negara, baik yang berdomisili di dalam negeri maupun di luar negeri. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah senantiasa menempuh berbagai strategi dan kebijakan yang relevan, pemerintah memikirkan bahwa perlu adanya bantuan secara internasional. Aktor-aktor yang mempunyai peran dalam kancah internasional perlu diajak bekerjasama dengan pemerintah Indonesia agar kepentingan nasional dapat lebih mudah untuk tercapai. Proses diplomasi yang dilakukan ini memerlukan kerjasama bilateral.⁴ Dengan demikian, Indonesia membangun hubungan bilateral dengan 162 negara di berbagai kawasan dunia, salah satunya adalah Italia.

Dalam upaya diplomasi kebudayaan, Indonesia aktif mempromosikan warisan budayanya melalui industri fashion di berbagai negara, termasuk Italia. Italia dipilih sebagai lokasi strategis bagi pelaksanaan diplomasi budaya Indonesia karena reputasinya sebagai pusat mode dunia sekaligus mitra penting Indonesia di kawasan Eropa.⁵ Italia dikenal memiliki pengaruh besar dalam industri fesyen internasional, yang menjadikannya panggung ideal untuk memperkenalkan kain

³Lestari, Widya, and Anna Yulia Hartati. "Diplomasi Komunitas Diaspora Indonesia Dalam Indonesia Sunday Market Di Ho Chi Minh City Vietnam." *Spektrum* 20, no. 2 (2023): 19-21. <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/SPEKTRUM/article/view/8553/4740>

⁴ Arry Bainus & Junita Budi Rachman (2018), *Editorial: Kepentingan Nasional dalam Hubungan Internasional*, *Intermestic: Journal of International Studies*, Vol. 2 No. 2, hlm. 109–115. <http://dx.doi.org/10.24198/intermestic.v2n2.1>

⁵ Giorgio, *Diplomasi Budaya Indonesia melalui Fashion Show* (Jurnal Hubungan Internasional, Vol. 12, No. 2, 2024), 15. <https://share.google/FKGcqUzxFae8AhLtl>

dan batik Indonesia. Selain itu, hubungan bilateral Indonesia-Italia yang telah terjalin sejak tahun 1949 semakin menguat, termasuk dalam bidang ekonomi kreatif, pendidikan, dan kebudayaan. Momentum peringatan 75 tahun hubungan diplomatik Indonesia-Italia pada 2024 menjadikan penyelenggaraan kegiatan budaya di Italia semakin relevan dan bermakna, karena dapat mempererat kerja sama bilateral melalui jalur non-politik yang lebih dekat dengan masyarakat.⁶

Fashion Show “Kain dan Batik Ku Indonesia” merupakan wujud konkret diplomasi budaya tersebut. Acara ini diselenggarakan oleh diaspora Indonesia di Italia, yaitu Ibu Eny Thalib, dengan dukungan penuh dari KBRI Roma. Kegiatan ini dilaksanakan pada 2 Juli 2024 di San Polo d’Enza (Reggio Emilia) dan pada 6 Juli 2024 di Roma, menampilkan karya desainer Indonesia, Dian Natalia Assamady, bersama model-model Puteri Indonesia. Acara ini tidak hanya menampilkan batik dan songket sebagai representasi identitas budaya Indonesia, tetapi juga memperkenalkan kuliner khas Nusantara seperti kopi dan teh, yang memperkaya pengalaman diplomasi budaya. Dukungan dari Wali Kota San Polo d’Enza yang menyediakan Castello sebagai lokasi acara, serta keterlibatan aparat keamanan Italia (Karabinieri), menunjukkan adanya penerimaan dan kolaborasi lintas aktor.⁷

Penelitian ini memiliki urgensi karena diplomasi budaya Indonesia melalui fashion show di Italia belum banyak dikaji, padahal acara ini melibatkan peran

⁶ Menparekraf, “Menparekraf Dukung Pagelaran ‘Keindahan Karya Kain dan Batik Ku Indonesia’ di Italia: Merajut Budaya, Merangkul Dunia,” *OKO CENews*, 29 Mei 2024.

<http://www.kosadata.com/jejakota.com/read/pagelaran-keindahan-karya-kain-dan-batik-ku-indonesia-di-italia-mendapat-dukungan-penuh-dari-pemerintah>

⁷ "Batik dan Songket Indonesia Ditampilkan di Italia." *Antara News*, 6 Juni 2024,

<https://www.antaranews.com/berita/4146777/batik-dan-songket-indonesia-ditampilkan-di-italia>.

penting diaspora bersama pemerintah dalam memperkenalkan warisan budaya ke panggung internasional. Belum adanya kajian mendalam mengenai strategi diplomasi budaya melalui media fashion show di negara yang dikenal sebagai pusat mode dunia, terlebih ketika penyelenggaraannya bertepatan dengan peringatan 75 tahun hubungan diplomatik Indonesia–Italia, menjadikan penelitian ini semakin relevan untuk ditelaah. Selain itu, batik yang telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Takbenda sejak tahun 2009 semakin menegaskan pentingnya upaya promosi dan pelestarian melalui jalur diplomasi budaya. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis Fashion Show “*Kain dan Batik Ku Indonesia*” sebagai instrumen diplomasi budaya yang strategis dalam memperkenalkan identitas bangsa sekaligus memperkuat hubungan bilateral Indonesia–Italia serta meningkatkan citra positif Indonesia di kancah global.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan tersebut, rumusan masalah yang akan diangkat adalah **“Bagaimana upaya diplomasi kebudayaan Indonesia dalam mempromosikan kain dan batik melalui Fashion Show “Kain dan Batik Ku Indonesia” di Italia?”**

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana kepentingan Indonesia diwujudkan melalui diplomasi budaya lewat Fashion Show “*Kain dan Batikku Indonesia*” di Italia.

- b. Mengetahui Sejauh mana kain dan batik dapat berperan sebagai simbol identitas budaya dalam diplomasi kebudayaan Indonesia di tingkat internasional.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat baik secara akademis maupun praktis, sebagai berikut:

- a. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan mengenai diplomasi kebudayaan sebagai bagian dari strategi soft power Indonesia dalam hubungan internasional. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya kajian tentang peran fashion show sebagai media promosi budaya serta memberikan kontribusi dalam pengembangan studi diplomasi publik dan industri kreatif.

- b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah, desainer, dan pelaku industri kreatif dalam memanfaatkan fashion show sebagai sarana diplomasi budaya yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu meningkatkan strategi pemasaran kain dan batik Indonesia di pasar internasional, khususnya di Italia. Lebih lanjut, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi komunitas budaya dan para desainer mengenai pentingnya peran fashion dalam membangun citra budaya Indonesia di kancah global.

Dengan berbagai manfaat yang diharapkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan diplomasi budaya Indonesia dan

mendorong pemanfaatan warisan budaya sebagai aset penting dalam hubungan internasional.

1.4 Penelitian Terdahulu

Terdapat berbagai literatur yang dapat membantu penulisan penelitian ini dalam mengkaji strategi diplomasi budaya Indonesia melalui Fashion Show "*Kain dan Batik Ku Indonesia*" di Italia. Dengan adanya beberapa rujukan literatur terdahulu, penelitian ini dapat memperoleh landasan teoritis yang kuat serta memberikan kontribusi sebagai referensi dalam menganalisis peran acara tersebut dalam mempromosikan kain tradisional Indonesia di kancah internasional.

Pertama, karya skripsi dari Amin Trimanto Toineno, mahasiswa jurusan hubungan internasional, Universitas Amikom Yogyakarta tahun 2024 yang berjudul "**Diplomasi Budaya Kain Tenun Nusa Tenggara Timur Dalam Peningkatan Hubungan Bilateral Indonesia – Timor Leste**".⁸ Penelitian yang dilakukan oleh Amin berfokus pada pemanfaatan kain tenun sebagai instrumen diplomasi budaya antara Indonesia dan Timor Leste pada periode 2020–2023, dengan perhatian utama pada penguatan hubungan bilateral kedua negara. Kain tenun dipandang memiliki peranan signifikan dalam diplomasi budaya, khususnya dalam mendukung sektor usaha informal melalui kerajinan tradisional tenun ikat. Masyarakat yang tinggal di wilayah perbatasan kedua negara juga memperlihatkan keragaman budaya dalam tradisi pembuatan kain tenun ikat, yang kemudian menjadi simbol persatuan budaya. Melalui diplomasi budaya berbasis kain tenun asal Nusa Tenggara Timur,

⁸ Amin Trimanto Toineno, "*Diplomasi Budaya Kain Tenun Nusa Tenggara Timur Dalam Peningkatan Hubungan Bilateral Indonesia – Timor Leste*." Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Amikom Yogyakarta 2024). <https://eprints.amikom.ac.id/id/eprint/25070/>

Indonesia berpotensi memperluas dan memperdalam hubungan dengan negara-negara di kawasan Pasifik, termasuk Timor Leste.

Kedua, Bersumber dari Jurnal yang berjudul **“Peran Unesco Dan Upaya Indonesia Mengangkat Ulos Toba Sebagai Warisan Dunia”**⁹ yang ditulis oleh Fitri N Situmorang mahasiswa Universitas Potensi Utama. Penelitian ini menjelaskan bahwa Ulos merupakan salah satu karya hasil pemikiran dan keterampilan seni berkualitas tinggi yang diwariskan oleh leluhur, serta termasuk dalam kategori warisan budaya takbenda yang wajib dilestarikan. Nilai sakral Ulos mencerminkan kehidupan batin masyarakat Batak, di mana setiap lembar Ulos mengandung makna serta tujuan tertentu bagi pemberi maupun penerimanya. Penetapan Ulos sebagai warisan budaya takbenda Indonesia menumbuhkan harapan baru agar kelak dapat diakui sebagai warisan dunia (world heritage). Dari segi esensi, Ulos merepresentasikan keterhubungan manusia dengan semesta yang sarat akan makna. Lebih jauh, Ulos berfungsi sebagai simbol kasih sayang, restu, dan persatuan, sekaligus menjadi kebutuhan primer dalam praktik adat Batak.

Ketiga, bersumber dari **Artikel *The Collaboration between Dior and Balinese Endek Woven within The Framework of Indonesian Cultural Diplomacy***¹⁰ yang ditulis oleh **Putu Rati Kumala Dewi dan I Made Anom Wiranata** pada tahun 2023. Pada artikel ini menjelaskan tentang kolaborasi tenun endek bali dengan perusahaan perusahaan fesyen ternama asal Perancis, Dior,

⁹ Fitri N. Situmorang, dan En Domloboy Nst. "Peran Unesco Dan Upaya Indonesia Mengangkat Ulos Toba Sebagai Warisan Dunia." *Journal of Global Perspective* Vol. 1 No. 1 (2023): 13-24. Diakses dari <https://kti.potensi-utama.org/index.php/JoGP/article/view/36>

¹⁰ Putu Ratih Kumala Dewi, & I Made Anom Wiranata (2023). *The Collaboration between Dior and Balinese Endek Woven within The Framework of Indonesian Cultural Diplomacy*. *Global Strategis*, Vol. 17 No. 2. Diakses dari <https://e-journal.unair.ac.id/JGS/article/view/41481>

menggunakan kain tenun endek Bali sebagai koleksi tahun 2021 untuk busana musim semi dan musim panas. Endek adalah tekstil tradisional Indonesia yang mewujudkan filosofi budaya nusantara, yang diakui sebagai warisan budaya takbenda oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Proses penenunan endek, yang dikenal dengan teknik ikatnya yang rumit, merupakan kerajinan tradisional yang memiliki makna budaya yang signifikan bagi masyarakat Bali.

Di luar penggunaan praktisnya, endek berfungsi sebagai simbol ikatan sosial dan merupakan bagian integral dari upacara keagamaan, memperkuat perannya dalam *nation branding* sebagai representasi identitas nasional dan menjadi instrumen diplomasi budaya Indonesia.

*Keempat, “Fesyen Muslim dan Diplomasi Budaya Indonesia”*¹¹ Penelitian yang dilakukan oleh Vira Aulia dan Siyar Siyar menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan strategi diplomasi Indonesia di tingkat global melalui fesyen muslim. Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga strategi utama yang dijalankan Indonesia. Pertama, berpartisipasi dalam berbagai ajang peragaan busana muslim internasional, di mana Kementerian Perindustrian Republik Indonesia memfasilitasi pelaku usaha IKM untuk turut serta dalam pameran, seperti Hong Kong Fashion Week, Hong Kong Fashion Week Fall/Winter, New York Fashion Week, The International Fair of Muslim World, dan Mercedes-Benz Fashion Week Tokyo. Kedua, menyelenggarakan peragaan busana muslim baik di dalam negeri maupun luar negeri, antara lain Indonesia Modest Fashion

¹¹ Aulia, Vira. “Fesyen Muslim dan Diplomasi Budaya Indonesia.” *SIYAR: Jurnal Sosial Politik dan Kebudayaan*, vol. 1, no. 2, 2021, pp. 140–152. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, <https://jurnalfisip.uinsa.ac.id/index.php/siyar/article/view/116>.

Week (IMFW), Muslim Fashion Festival (MUFFEST), serta La Mode Sur La Seine à Paris. Ketiga, memasarkan produk fesyen muslim melalui platform e-commerce. Melalui program e-Smart IKM, Kementerian Perindustrian berupaya memperluas akses pasar dengan memfasilitasi penjualan daring melalui marketplace seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Blibli, Blanja.com, Ralali, Gojek, serta Hijup yang secara khusus berfokus pada fesyen muslim. Program ini diharapkan mampu memperkuat posisi Indonesia dalam diplomasi budaya berbasis fesyen muslim. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan karena sama-sama membahas diplomasi budaya Indonesia melalui fashion. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada fashion show "*Kain dan Batik Ku Indonesia*" di Italia sebagai bagian dari upaya diplomasi kebudayaan Indonesia, khususnya dalam memperkenalkan kain tradisional dan batik di kancah internasional.

Kelima, tesis berjudul "**Diplomasi Kebudayaan Indonesia melalui Batik di Amerika Serikat dalam Perspektif Neorealis**"¹² Penelitian yang dilakukan oleh Rayya Adila Sakinah mengkaji masa kepemimpinan kedua Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, ketika Indonesia menghadapi ancaman berupa klaim Malaysia terhadap batik. Situasi tersebut mendorong Indonesia untuk menerapkan strategi *self-help* dengan tujuan menjaga dan mengamankan batik sebagai warisan budaya bangsa. Dalam praktiknya, Indonesia menerapkan strategi *bandwagoning* melalui diplomasi budaya berbasis batik di Amerika Serikat, guna memaksimalkan *soft power*. Penyelenggaraan festival batik di Amerika menjadi wujud konkret dari

¹² Sakinah, Rayya Adila. *Diplomasi Kebudayaan Indonesia Melalui Batik Di Amerika Serikat Dalam Perspektif Neorealis*. Diss. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2021. <https://repository.upnvj.ac.id/7520/>

diplomasi budaya tersebut, yang diarahkan untuk menghadapi klaim Malaysia. Perbedaan pokok antara tesis ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada tujuan diplomasi budaya. Tesis Rayya Adila Sakinah menitikberatkan pada diplomasi budaya sebagai bentuk kontra aksi terhadap klaim Malaysia, sedangkan skripsi ini menempatkan diplomasi budaya sebagai sarana membangun jembatan hubungan antara Indonesia dan Italia melalui penyelenggaraan fashion show.

Keenam, dalam Skripsi yang berjudul **Upaya Indonesia Dalam Pendayagunaan Fashion Muslim Sebagai Instrumen Diplomasi Budaya (2013-2017)**¹³ Penelitian yang dilakukan oleh Farah Ghassani bertujuan untuk menggambarkan strategi Indonesia dalam memanfaatkan busana muslim sebagai instrumen diplomasi budaya. Melalui metode wawancara dan studi pustaka, penelitian ini menemukan bahwa terdapat empat langkah utama yang ditempuh Indonesia, yakni keterlibatan industri fesyen muslim dalam ajang internasional, pengembangan desainer melalui kolaborasi sektor swasta dan pemerintah, penyelenggaraan fashion show di dalam negeri yang mampu menarik perhatian dunia, serta partisipasi pemerintah asing dalam penggunaan busana muslim. Analisis penelitian ini didasarkan pada teori diplomasi budaya, *soft power*, dan pluralisme. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan busana muslim merupakan bentuk diplomasi budaya melalui eksibisi dan pameran yang berkontribusi pada pembangunan nasional sekaligus memperkuat citra positif

¹³ Farah Ghassani, "Upaya Indonesia Dalam Pendayagunaan Fashion Muslim Sebagai Instrumen Diplomasi Budaya (2013-2017)", Skripsi, Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Syarif Hidayatullah.

Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga menekankan adanya kolaborasi antara aktor negara dan non-negara dalam praktik hubungan internasional.

Ketujuh, Tulisan selanjutnya adalah Ega Atika Cahayati berjudul **"Indonesian Cultural Diplomacy and Education in the Philippines in 2011-2019"**¹⁴ Karya yang ditulis pada tahun 2022 ini membahas mengenai bagaimana Indonesia mencapai kepentingan nasionalnya melalui diplomasi pendidikan dan kebudayaan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia dan Filipina. Diplomasi yang dilakukan ini dinilai Cahyati efektif karena memengaruhi persahabatan hubungan bilateral kedua negara dengan program pertukaran SDM, penggunaan dan peningkatan model pendidikan serta promosi kebudayaan.

Jurnal ini memiliki fokus pada penggunaan diplomasi kebudayaan dan pendidikan yang dapat meningkatkan hubungan bilateral negara dengan insentif yang saling menguntungkan, saling menghormati, dan saling menghargai. Kehadiran diplomasi pendidikan dan kebudayaan dinilai dapat memberikan ide-ide baru dalam pasang surut hubungan bilateral negara sehingga penggunaan diplomasi kebudayaan dan pendidikan diperlukan negara.

Kedelapan, Natalia Grincheva berjudul **"Cultural Diplomacy Under The "Digital Lockdown": Pandemic Challenges and Opportunities in Museum Diplomacy"**¹⁵ Karya yang ditulis pada tahun 2022 ini membahas mengenai

¹⁴ Cahayati, Ega Atika, and Made Panji Teguh Santoso. "Indonesian Cultural Diplomacy and Education in the Philippines in 2011-2019." *Jurnal Hubungan Internasional* 15.2 (2022). doi:10.20473/jhi.v15i2.35987.

¹⁵ Grincheva, Natalia. "Cultural diplomacy under the "digital lockdown": pandemic challenges and opportunities in museum diplomacy." *Place Branding and Public Diplomacy* 18.1 (2021): 8. DOI: 10.1057/s41254-021-00237-z. <http://link.springer.com/10.1057/s41254-021-00237-z>

diplomasi yang dilakukan oleh museum saat pandemi Covid-19 pada periode 2019-2021 yang melanda dunia sehingga mengakibatkan adanya aturan restriksi yaitu lockdown. Grincheva dalam tulisannya melihat bahwa selama pandemi yang melanda, aktivitas museum mengalami dua tren penting yaitu adanya peningkatan inovasi digital dari berbagai institusi kebudayaan dalam meningkatkan diplomasi kebudayaan melalui digitalisasi. Aspek kedua yaitu adanya dorongan kepada pelaku budaya untuk mengambil inisiatif kelembagaan dan melengkapi pertukaran diplomasi kebudayaan resmi selama adanya aturan lockdown yang menghambat perjalanan.

Kesembilan, Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini dilakukan oleh Tiyya Nufikha Aziza, Andi Purnawarman, dan Arif Wicaksa dalam artikel berjudul **“Upaya Diplomasi Publik dalam Mempromosikan Produk Fashion Indonesia di Luar Negeri”**¹⁶ yang dimuat dalam *Interdependence: Journal of International Studies*, Volume 1 Tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana diplomasi publik digunakan sebagai strategi untuk mempromosikan produk fashion Indonesia ke pasar internasional, dengan fokus pada kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif berbasis kepustakaan.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa diplomasi publik di sektor fesyen dijalankan melalui berbagai upaya, antara lain kerja sama bilateral maupun

¹⁶ Aziza, Tiyya Nufikha, Andi Purnawarman, and Arif Wicaksa. "Upaya Diplomasi Publik Dalam Mempromosikan Produk Fashion Indonesia di Luar Negeri." *Interdepend. J. Int. Stud* 5, no. 1 (2024): 53-66. DOI: <https://doi.org/10.54144/ijis.v5i1.72>. <https://ijis.fisip-unmul.ac.id/site/index.php/ijis/article/view/72>

multilateral, partisipasi dalam ajang internasional seperti *New York Fashion Week* dan *Milan Fashion Week*, pembukaan *pop-up store* di mancanegara, serta pemanfaatan media sosial dan platform digital. Selain itu, pemerintah turut memfasilitasi keterlibatan UMKM dan desainer lokal dalam agenda internasional tersebut melalui kementerian terkait maupun lembaga seperti *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)*.

Penelitian ini relevan sebagai landasan teoritis untuk memahami bagaimana fashion, khususnya batik dan kain tradisional, dapat dijadikan instrumen diplomasi budaya. Namun, penelitian ini belum secara spesifik membahas keterlibatan diaspora Indonesia dalam inisiatif diplomasi budaya berbasis fashion. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan ruang bagi studi lebih lanjut mengenai kontribusi aktor non-negara, seperti diaspora, dalam memperkuat citra Indonesia melalui peragaan busana di luar negeri.

Kesepuluh, Penelitian yang dilakukan oleh Tiyya Nufikha Aziza, Andi Purnawarman, dan Arif Wicaksa (2024) berjudul **“Upaya Diplomasi Publik dalam Mempromosikan Produk Fashion Indonesia di Luar Negeri”**¹⁷ membahas strategi diplomasi publik yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia dalam mempromosikan produk fashion ke pasar internasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik studi pustaka.

Hasil penelitian mengungkap bahwa Festival Fashion Show Hanbok–Batik berhasil memperkenalkan batik Indonesia di Korea Selatan serta meningkatkan

¹⁷ Anggraeni, Susan Putri Nur. *Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Festival Fashion Show Hanbok–Batik di Korea Selatan*. Skripsi, Universitas Pasundan, 2024. Repository Universitas Pasundan, <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/70057>

apresiasi masyarakat terhadap nilai artistik dan historisnya sebagai warisan budaya. Festival ini memperkuat identitas nasional Indonesia melalui diplomasi budaya, sekaligus mempererat hubungan bilateral Indonesia-Korea Selatan. Partisipasi aktif kedua negara dalam penyelenggaraan acara ini menunjukkan komitmen kerja sama budaya yang kuat. Pemanfaatan media sosial dan liputan media massa juga memperluas jangkauan diplomasi budaya sekaligus mendukung pelestarian batik di tingkat global. Secara keseluruhan, festival ini berperan sebagai strategi penting dalam memperkenalkan batik sebagai identitas nasional dan kebanggaan budaya Indonesia di kancah internasional.

Kesebelas, Penelitian oleh Syifa Lathifah Kosasih (2023) berjudul **“Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Jakarta Fashion Week 2021”**¹⁸ Penelitian ini mengkaji pemanfaatan Jakarta Fashion Week (JFW) sebagai sarana diplomasi budaya oleh Indonesia, dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta pengumpulan data melalui literatur, artikel jurnal, situs web, dan penyebaran kuesioner kepada audiens.

Penelitian ini menganalisis diplomasi budaya menggunakan empat elemen dari konsep Gienow-Hecht dan Donfried, yaitu agent, agenda, vehicle, dan target audience. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jakarta Fashion Week berperan sebagai agen diplomasi yang menyediakan ruang dan fasilitas bagi promosi budaya mode Indonesia ke publik global. Festival ini juga digunakan sebagai wahana untuk menyampaikan agenda diplomasi budaya Indonesia kepada masyarakat

¹⁸ Syifa Lathifah Kosasih. *Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Jakarta Fashion Week 2021*. Skripsi, Universitas Padjadjaran, 2023. <http://repository.unpad.ac.id/170210160049>.

internasional yang memiliki minat pada fashion. penelitian ini memiliki persamaan dalam hal fokus pada diplomasi budaya melalui media fashion sebagai sarana promosi budaya Indonesia. Keduanya sama-sama menempatkan fashion show sebagai *vehicle* atau wahana diplomasi budaya yang efektif dalam menjangkau audiens internasional. Selain itu, kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dan menyoroti pentingnya strategi komunikasi budaya non-negara dalam membangun citra positif Indonesia di mata dunia. Kegiatan yang dikaji dalam kedua penelitian juga sama-sama melibatkan promosi kain tradisional Indonesia, khususnya batik, sebagai simbol identitas nasional.

Table 1.1 Posisi Penelitian

No.	Judul dan Nama Peneliti	Jenis Penelitian dan Alat Analisa	Hasil
1.	<p>“Diplomasi Budaya Kain Tenun Nusa Tenggara Timur Dalam Peningkatan Hubungan Bilateral Indonesia – Timor Leste”(2024)</p> <p>Penulis: Amin Trimanto Toineno</p>	<p>Jenis penelitian Deskriptif Alat analisis Pendekatan teori diplomasi budaya</p>	<p>Sebagai instrumen diplomasi budaya, kain tenun tidak hanya berperan penting dalam memperkuat identitas budaya bersama, tetapi juga menegaskan semakin eratnya hubungan antara pemerintah Indonesia dan Timor Leste.</p>
2.	<p>“Peran Unesco Dan Upaya Indonesia Mengangkat Ulos Toba Sebagai Warisan Dunia” (2023)</p> <p>Penulis: Fitri N Situmorang</p>	<p>Deskriptif, Pendekatan Liberalis Institusional dan konsep diplomasi kebudayaan</p>	<p>Ulos, sebagai Warisan Budaya Takbenda Indonesia, merupakan Hasil Seni berkualitas Tinggi dan warisan leluhur yang Harus dilestarikan. Nilai sakralnya mencerminkan dunia batin masyarakat Batak, di mana Setiap Ulos mengandung makna serta tujuan tertentu bagi pemberi maupun penerimanya. Penetapan Ulos sebagai Warisan Budaya Takbenda juga menghadirkan harapan untuk dapat diakui sebagai Warisan Dunia. Secara esensi, Ulos melambangkan kehidupan,</p>

			representasi alam semesta, berkah, kasih sayang, persatuan, serta menjadi elemen utama dalam adat Batak.
3.	<p>“<i>The Collaboration between Dior and Balinese Endek Woven within The Framework of Indonesian Cultural Diplomacy</i>”</p> <p>Penulis : Putu Rati Kumala Dewi dan I Made Anom Wiranata</p>	<p>Kualitatif</p> <p>Pendekatan Kajian Fesyen, Diplomasi Budaya Dan National Branding</p>	<p>Tenun Endek Bali sebagai produk budaya menjadi salah satu elemen penting dalam <i>nation branding</i> Indonesia. Melalui kolaborasi dengan Dior, tenun endek diposisikan sebagai terobosan baru dalam diplomasi budaya yang berbeda dari praktik sebelumnya, sekaligus menjadi sarana strategis untuk memperkuat citra dan <i>nation branding</i> Indonesia di kancah internasional.</p>
4.	<p>“Fesyen Muslim dan Diplomasi Budaya Indonesia” (2021)</p> <p>Penulis: Vira Aulia</p>	<p>Kualitatif deskriptif</p> <p>Konsep Diplomasi Budaya</p>	<p>Terdapat tiga strategi diplomasi budaya melalui fesyen muslim, yakni partisipasi dalam pameran busana muslim di luar negeri, penyelenggaraan peragaan busana muslim di tingkat nasional maupun internasional, serta pemasaran fesyen muslim melalui platform <i>e-commerce</i>.</p>
5.	<p>Diplomasi Kebudayaan Indonesia melalui Batik di Amerika Serikat dalam Perspektif Neorealis”(2021)</p> <p>Oleh: Rayya Adila Sakinah</p>	<p>Persprktif neorealis</p> <p>Konsep <i>soft-power</i> dan Diplomasi Budaya</p>	<p>Penelitian ini mengkaji diplomasi budaya Indonesia melalui batik di Amerika Serikat dengan menggunakan perspektif neorealisme pada periode kedua kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Dalam merespons klaim batik oleh Malaysia, Indonesia menerapkan prinsip <i>self-help</i> melalui strategi <i>bandwagoning</i> dalam diplomasi budaya guna memperkuat <i>soft power</i>. Sejalan dengan asumsi neorealis, negara yang menghadapi ancaman cenderung bergantung pada mekanisme <i>self-help</i>. Bentuk diplomasi yang dilakukan mencakup aspek <i>informing, understanding, dan influencing</i>.</p>
6.	<p>“Upaya Indonesia Dalam Pendayagunaan Fashion Muslim Sebagai Instrumen Diplomasi Budaya (2013-2017)”</p> <p>Oleh: Farah Ghassani</p>	<p>menggunakan teori diplomasi budaya, soft power, dan pluralisme.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan busana muslim menjadi salah satu bentuk diplomasi budaya yang diwujudkan melalui eksibisi dan pameran, dengan tujuan mendukung pembangunan nasional sekaligus memperkuat citra positif Indonesia. Praktik diplomasi tersebut juga merefleksikan adanya kolaborasi antara</p>

			aktor negara dan non-negara dalam dinamika hubungan internasional.
7.	<i>"Indonesian Cultural Diplomacy and Education in the Philippines in 2011-2019"</i> (2022) Oleh: Ega Atika Cahayati dan Made Panji Teguh Santoso	Kualitatif teori diplomasi, soft power, diplomasi budaya, diplomasi publik, serta konsep first track dan second track diplomacy	Penelitian ini menegaskan bahwa diplomasi budaya dan pendidikan merupakan alat soft power yang efektif bagi Indonesia dalam meningkatkan hubungan bilateral dengan Filipina. Namun, implementasinya masih menghadapi tantangan administratif dan finansial yang perlu diatasi untuk mencapai hasil yang lebih optimal
8.	<i>"Cultural Diplomacy Under The "Digital Lockdown": Pandemic Challenges and Opportunities in Museum Diplomacy"</i> Oleh : Natalia Grincheva	Kualitatif Konsep diplomasi budaya dan komunikasi digital.	Digitalisasi telah menjadi solusi penting dalam mempertahankan diplomasi budaya selama pandemi. Meskipun ada tantangan dalam akses dan efektivitasnya, diplomasi digital membuka peluang baru bagi museum untuk memperluas jangkauan budaya dan memperkuat soft power negara di tingkat global.
9.	<i>Upaya Diplomasi Publik dalam Mempromosikan Produk Fashion Indonesia di Luar Negeri</i> Oleh: iyya Nufikha Aziza, Andi Purnawarman, Arif Wicaksa	Penelitian deskriptif dengan metode kualitatif Diplomasi publik	Penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi publik di sektor fashion dilakukan melalui kerja sama pemerintah dan swasta, partisipasi di ajang internasional, pembukaan pop-up store, serta promosi digital. Fokusnya pada peran negara dan pelaku industri dalam memperluas pasar fashion Indonesia secara global.
10.	Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Festival Fashion Show Hanbok–Batik dalam Mempromosikan Batik Indonesia di Korea Selatan Oleh: Anggraeni, Susan Putri Nur (2024)	kualitatif deskriptif diplomasi budaya	Festival Hanbok–Batik memperkenalkan batik sebagai warisan budaya Indonesia dan memperkuat identitas nasional melalui kolaborasi dengan Korea Selatan, sekaligus mendukung diplomasi bilateral dan penyebaran batik secara internasional.
11.	Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Jakarta Fashion Week 2021 Oleh: Syifa Lathifah Kosasih	Kualitatif deskriptif Diplomasi budaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jakarta Fashion Week berperan sebagai agen diplomasi yang menyediakan ruang dan fasilitas bagi promosi budaya mode Indonesia ke publik global. Festival ini juga digunakan sebagai wahana untuk menyampaikan agenda diplomasi budaya Indonesia kepada masyarakat

			internasional yang memiliki minat pada fashion.
--	--	--	---

1.5 Landasan konsep

Dalam penelitian ini, konsep diplomasi kebudayaan akan digunakan sebagai landasan teoritis untuk menganalisis permasalahan yang diangkat, yaitu Upaya Diplomasi Kebudayaan Indonesia Melalui *Fashion Show* “Kain Dan Batik Ku Indonesia” Di Italia. Diplomasi kebudayaan merujuk pada penggunaan kebudayaan sebagai alat untuk mencapai tujuan diplomatik, di mana negara-negara mengandalkan warisan budaya mereka untuk membangun citra positif, memperkuat hubungan internasional, dan meningkatkan kerjasama antar negara.

1.5.1 Konsep Diplomasi Kebudayaan

Konsep diplomasi budaya terkait erat dengan teori *soft power* yang dikemukakan Joseph S. Nye, yakni kemampuan suatu negara mempengaruhi pihak lain melalui daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan, alih-alih melalui kekuatan militer (*hard power*) atau tekanan ekonomi. Melalui *soft power*, sebuah negara berusaha menciptakan citra positif yang membuat pihak lain secara sukarela menerima pengaruhnya. Dalam praktiknya, *soft power* direalisasikan melalui diplomasi publik, yakni upaya diplomasi yang ditujukan langsung kepada masyarakat asing untuk membangun pemahaman, kepercayaan, dan dukungan

terhadap kebijakan luar negeri. Salah satu bentuk utama dari diplomasi publik ini adalah diplomasi budaya.¹⁹

Diplomasi kebudayaan berangkat dari pemahaman bahwa budaya bersifat universal dan dapat melintasi batas negara, meskipun setiap bangsa memiliki ciri khas budaya yang unik. Pertukaran budaya antarnegara menjadi sarana untuk saling mengenal, menghormati, dan menciptakan kedekatan emosional. Seni, musik, kuliner, olahraga, pendidikan, hingga fashion merupakan bagian dari budaya yang dapat dijadikan media diplomasi.²⁰

Menurut Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari (2007), diplomasi budaya merupakan bagian dari diplomasi publik, yang mengacu pada upaya suatu negara untuk mewujudkan kepentingan nasional melalui dimensi budaya. Bentuk-bentuknya meliputi propaganda, ilmu pengetahuan, pendidikan, olahraga, dan kesenian, yang pada dasarnya bersifat non-militer dan non-politik.²¹ Tujuan diplomasi budaya adalah memengaruhi opini publik di negara lain untuk mendukung kebijakan luar negeri tertentu. Pelaku diplomasi ini tidak hanya pemerintah, tetapi juga melibatkan lembaga non-pemerintah, individu maupun

¹⁹ Joseph S. Nye, "Wielding Soft Power," Belfer Center, April 21, 2004 (PDF), akses melalui https://www.belfercenter.org/sites/default/files/pantheon_files/files/publication/joe_nye_wielding_soft_power.pdf

²⁰ Alo Liliweri, *Pengantar Studi Kebudayaan*. II. Bandung: Nusamedia. Hal 294 Diakses dari https://books.google.co.id/books?id=TDRgEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

²¹ Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*, (Yogyakarta: Ombak, 2007), 4.

kelompok, diaspora, serta warga negara yang berperan dalam memperkenalkan dan mempromosikan budaya nasional di luar negeri.²²

Diplomasi budaya dibedakan berdasarkan bentuk kegiatan yang dilaksanakannya, dan praktik diplomasi budaya Indonesia terus berkembang dalam berbagai bentuk dan jenis. Berbagai sarana dapat digunakan untuk menjalankan diplomasi budaya, termasuk alat komunikasi, media, dan sumber daya manusia sebagai penyampai misi diplomatik negara. Sarana-sarana tersebut mencakup antara lain:

Tabel 1. 1 Hubungan Antara Situasi, Bentuk, Tujuan dan Sarana Diplomasi Kebudayaan
(Tulus Warsito, 2007)

SITUASI	BENTUK	TUJUAN	SARANA
DAMAI	Eksebisi Kompetisi Pertukaran Misi Negosiasi Konferensi	Pengakuan Hegemoni Persahabatan Penyesuaian	Parawisata Olahraga Pendidikan Perdagangan Kesenian
KRISIS	Propaganda Pertukaran misi	Persuasi Penyesuaian Ancaman	Politik Diplomatic Misi Tingkat Tinggi Opini Publik
KONFLIK	Teror Penetrasi Pertukaran Misi Boikot Negosiasi	Ancaman Subversi Persuasi Pengakuan	Opini Publik Perdagangan Para Militer Forum Resmi
PERANG	Kompetisi Teror Penetrasi Propaganda Embargo	Dominasi Hegemoni Ancaman Subevasi Pengakuan	Militer Para Militer Penyeludupan Opini Publik Perdagangan

²² Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*, (Yogyakarta: Ombak, 2007), 4.

	Boikot	Penaklukan	Supply Barang konsumrif (termasuk senjatata)
--	--------	------------	--

Berdasarkan tabel di atas, menurut Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, dalam situasi damai, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti pameran, kompetisi, negosiasi, pertukaran misi, dan konferensi. Sarana yang digunakan dalam diplomasi ini meliputi pariwisata, olahraga, pendidikan, perdagangan, dan kesenian. Melalui penerapan berbagai aspek tersebut, diplomasi kebudayaan bertujuan untuk mencapai pengakuan internasional, memperluas pengaruh (hegemoni), mempererat hubungan persahabatan antarbangsa, serta beradaptasi dengan dinamika global.²³

Kelebihan dari diplomasi kebudayaan adalah kemampuannya dalam melibatkan berbagai unsur, seperti departemen pemerintah, organisasi non-pemerintah, media, serta individu. Dengan demikian, penerapan instrumen diplomasi kebudayaan ini diharapkan dapat mendukung pencapaian kepentingan nasional, khususnya dalam konteks pengakuan kain tenun sebagai warisan budaya dunia.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dan fenomena yang sedang diteliti secara mendetail.

²³ Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*, (Yogyakarta: Ombak, 2007), 31

Penelitian deskriptif berfokus pada pengumpulan data yang akurat dan memberikan gambaran yang jelas tentang objek penelitian tanpa menguji hipotesis.

Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang sedang diteliti dengan memanfaatkan data yang telah dikumpulkan. Pendekatan ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, tetapi lebih menekankan pada pemberian gambaran yang rinci dan faktual mengenai kondisi objek penelitian.²⁴ Sugiyono menekankan bahwa penelitian deskriptif berfungsi untuk memahami karakteristik, pola, atau hubungan antara variabel yang terjadi secara alami tanpa membuat generalisasi luas. Metode ini sering digunakan dalam penelitian sosial, pendidikan, dan studi kasus yang membutuhkan pemahaman mendalam terhadap situasi atau konteks tertentu.

Penelitian ini disebut sebagai penelitian deskriptif karena tujuannya adalah untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis secara rinci fenomena diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia melalui Fashion Show “Kain dan Batik Ku Indonesia” di Italia. Penelitian ini berfokus pada proses, strategi, dan upaya yang dilakukan dalam memperkenalkan kain dan batik Indonesia kepada masyarakat internasional tanpa melakukan manipulasi variabel atau menguji hubungan sebab-akibat. Pendekatan ini lebih menekankan pada penyajian data secara sistematis dan faktual guna memahami peran fashion show sebagai sarana diplomasi budaya Indonesia di kancah global.

²⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2017. Hal 9 Diakses dari <https://www.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono>

1.6.2 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Michael Quinn, penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai pendekatan yang menggunakan kata-kata untuk mendeskripsikan objek atau fenomena yang menjadi fokus penelitian.²⁵ Metode kualitatif membantu dalam menyediakan banyak acara. Kualitatif memberikan pemahaman yang bermakna tentang suatu fenomena, sehingga jenis analisis data ini adalah untuk mendapatkan deskripsi atau penjelasan yang lebih rinci dan jelas.

Analisis data kualitatif dilakukan secara berurutan, dimulai dari pengumpulan data, pengorganisasian, dan pengelompokan menjadi unit-unit yang dapat dikelola, sehingga data tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan permasalahan yang diteliti.²⁶

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pendekatan Creswell,²⁷ yaitu wawancara dan studi kepustakaan, dengan tujuan memperoleh data primer dan sekunder yang relevan.

1. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu metode pengumpulan data kualitatif yang

²⁵Patton, Michael Quinn. *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications, 2014. <https://archive.org/details/michael-quinn-patton-qualitative-research-evaluation-methods-integrating-theory-/page/10/mode/2up?>

²⁶Ahmad Rijali. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95. Diakses dari <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

²⁷ John W. Creswell (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Diakses dari <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>

melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk memperoleh informasi secara komprehensif mengenai topik penelitian. Menurut Moleong, wawancara mendalam adalah proses penggalian informasi secara terbuka dan mendetail, disesuaikan dengan masalah dan fokus penelitian.²⁸ Responden yang dipilih dalam penelitian ini berasal dari berbagai pihak yang terlibat dalam proses diplomasi kebudayaan melalui Fashion Show “Kain dan Batik Ku Indonesia” di Italia, seperti perwakilan pemerintah, Diaspora dan undangan.

Tabel 1. 2 Daftar Pertanyaan wawancara

No	Kategori responden	Lembaga/Individu	Pertanyaan	Tujuan
1.	Perwakilan Pemerintah	Ibu Dilla Trianti (KBRI Roma)	<ul style="list-style-type: none"> - Apa alasan KBRI mendukung acara ini? - Dukungan konkret apa yang diberikan? - Strategi diplomasi budaya apa yang digunakan? 	Mengidentifikasi latar belakang dukungan, bentuk keterlibatan, serta strategi diplomasi budaya yang dilakukan KBRI Roma dalam kegiatan tersebut.
2.	Penyelenggara	Ibu Eny Thalib (Inisiator Acara)	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana proses penyelenggaraan acara? - Apa tantangan utama selama acara? 	Menganalisis proses pelaksanaan acara dan hambatan yang muncul selama kegiatan berlangsung.
3.	Diaspora Indonesia	Ibu Anggita hayu Novianti (ITPC Milan)	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana kesan terhadap acara? 	Menggali pandangan diaspora dan menilai

²⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 186.
<https://www.scribd.com/document/732913906/Moleong-Metode-Kualitatif>

			- Apakah acara ini menguatkan identitas budaya?	kontribusi acara terhadap penguatan identitas budaya.
--	--	--	---	---

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari pihak pemerintah, responden mencakup KBRI Roma yang berperan penting dalam penyelenggaraan dan promosi Fashion Show "Kain dan Batik Ku Indonesia" tahun 2024 di Italia sebagai bentuk nyata dari diplomasi kebudayaan Indonesia. Dari sisi penyelenggara, wawancara dilakukan dengan Ibu Eny Thalib sebagai koordinator utama acara, untuk mengetahui proses pelaksanaan serta tantangan yang dihadapi selama kegiatan berlangsung.

Adapun dari pihak diaspora Indonesia dan perwakilan lembaga promosi perdagangan, wawancara dilakukan dengan Ibu Anggita Hayu Novianti, tamu undangan dari *ITPC (Indonesian Trade Promotion Center)* Milan yang juga merupakan bagian dari komunitas diaspora. Wawancara ini bertujuan untuk menggali persepsi diaspora terhadap acara serta menilai bagaimana acara tersebut berkontribusi dalam membangun dan memperkuat identitas budaya Indonesia di luar negeri.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka, yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai referensi dari sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka ini bertujuan untuk memperoleh informasi teoritis dan data empiris terkait diplomasi kebudayaan

Indonesia dalam mempromosikan kain dan batik melalui Fashion Show 'Kain dan Batik Ku Indonesia' di Italia.

Referensi yang digunakan terdiri dari beberapa jenis, yaitu buku yang membahas diplomasi kebudayaan, sejarah kain dan batik Indonesia, serta strategi promosi budaya di tingkat internasional, jurnal ilmiah nasional maupun internasional yang mengkaji kebijakan budaya, ekonomi kreatif, serta diplomasi melalui fashion, artikel dari media massa dan laporan organisasi yang memberikan perspektif terkini mengenai peran Fashion Show dalam mendukung diplomasi budaya Indonesia, serta dokumen resmi seperti kebijakan KBRI Italia, laporan kegiatan Fashion Show, dan arsip diplomasi terkait.

Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri sumber-sumber akademik, termasuk database seperti Google Scholar serta jurnal-jurnal terakreditasi, serta melalui studi terhadap dokumen resmi yang tersedia di situs pemerintah dan lembaga terkait. Analisis data dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai strategi diplomasi kebudayaan Indonesia melalui *Fashion Show* di Italia dalam mempromosikan kain dan batik sebagai bagian dari identitas budaya nasional.

1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian

a. Batasan Materi Penelitian

Batasan materi dalam penelitian ini ditujukan agar pembahasan tetap terarah dan konsisten. Penelitian ini difokuskan pada diplomasi kebudayaan Indonesia melalui *Fashion Show* “*Kain dan Batik Ku Indonesia*” di Italia tahun 2024, dengan menyoroti aktor-aktor yang terlibat. Aktor pemerintah yang dianalisis adalah

KBRI Roma sebagai perwakilan resmi Indonesia di Italia. Sementara itu, aktor non-pemerintah mencakup diaspora Indonesia sebagai penyelenggara acara, desainer fashion, serta tamu undangan yang berkontribusi dalam memperluas jangkauan diplomasi budaya ini. Penelitian ini tidak membahas promosi kain tradisional Indonesia di negara lain maupun perkembangan industri fashion secara global, agar fokus analisis tetap berada pada konteks diplomasi budaya Indonesia di Italia.

b. Batasan Waktu

Batas waktu dalam penelitian ini difokuskan pada penyelenggaraan Fashion Show "Kain dan Batik Ku Indonesia" yang berlangsung pada tahun 2024 di Italia. Pemilihan tahun tersebut didasarkan pada kolaborasi resmi acara ini dengan KBRI Roma yang baru terjadi pada 2024..

1.7 Argumen Pokok

Diplomasi budaya menjadi salah satu instrumen utama dalam memperkenalkan dan memperkuat identitas nasional di kancah internasional. Dalam kerangka *soft power* menurut Joseph Nye, diplomasi budaya dipandang sebagai strategi untuk memengaruhi masyarakat global melalui daya tarik budaya, bukan dengan tekanan militer maupun ekonomi. Sementara itu, Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari menyatakan bahwa diplomasi budaya merupakan bagian dari diplomasi publik, yang dimanfaatkan negara untuk mencapai kepentingan nasional melalui jalur kebudayaan, termasuk seni, pendidikan, dan fesyen.

Fashion Show "*Kain dan Batik Ku Indonesia*" di Italia menjadi contoh konkret dari praktik tersebut. Acara ini tidak hanya menampilkan batik dan kain

tradisional sebagai warisan budaya Indonesia, tetapi juga menjadi medium diplomasi publik yang memperkuat citra positif Indonesia di mata masyarakat Italia. Dengan melibatkan aktor pemerintah seperti KBRI Roma serta aktor non-pemerintah seperti diaspora Indonesia, desainer, dan tamu undangan, acara ini menunjukkan bahwa diplomasi budaya dapat dijalankan secara kolaboratif lintas aktor.

Dengan demikian, penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa *Fashion Show “Kain dan Batik Ku Indonesia”* di Italia tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi kain tradisional, tetapi juga sebagai instrumen diplomasi budaya yang merefleksikan konsep *soft power* Joseph Nye dan diplomasi budaya menurut Warsito. Praktik ini diharapkan mampu memperkuat identitas nasional Indonesia, membangun citra positif di mata masyarakat internasional, serta memberikan kontribusi nyata bagi hubungan bilateral Indonesia–Italia melalui kolaborasi antara aktor pemerintah dan non-pemerintah.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB	BAHASAN PENELITIAN
<p style="text-align: center;">BAB I PENDAHULUAN</p>	<p>1.1 Latar Belakang 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 1.3.1 Tujuan Penelitian 1.3.2 Manfaat Penelitian a. Manfaat Akademis b. Manfaat Praktis 1.4 Penelitian Terdahulu 1.5 Pendekatan dan Teori 1.5.1 Konsep Diplomasi Budaya atau <i>Cultural Diplomacy Concept</i> 1.6 Metodologi Penelitian 1.6.1 Jenis Penelitian 1.6.2 Metode Analisis Dta 1.6.3 Teknik Pengumpulan Data 1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian a. Batasan Materi Penelitian b. Batasan Waktu Penelitian 1.7 Argumen Pokok 1.8 Sistematika Penulisan</p>
<p style="text-align: center;">BAB II DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DI ITALIA</p>	<p>2.1 Hubungan Luar Negeri Indonesia dan Italia 2.2 Diplomasi Kebudayaan Indonesia di Italia 2.3 Fashion Show "<i>Kain dan Batik Ku Indonesia</i>"</p>
<p style="text-align: center;">BAB III DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI FASHION SHOW "<i>KAIN DAN BATIK KU INDONESIA</i>" DI ITALIA</p>	<p>3.1 Batik sebagai Sarana Diplomasi Budaya Indonesia di Italia melalui Peragaan Busana dan Kuliner 3.2 Eksebis sebagai Platform Keterlibatan Aktor Pemerintah dan Non-Pemerintah 3.3 Fashion Show sebagai Media Promosi Budaya Indonesia di Italia</p>
<p style="text-align: center;">BAB IV PENUTUP</p>	<p>4.1 Kesimpulan 4.2 Saran</p>