

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periode zaman ini terdapat banyak pergeseran dalam isu Hubungan Internasional yang dimana sebelumnya isu yang berputar adalah perihal tradisional namun sekarang bergeser menjadi isu non tradisional. Dalam segi Kerjasama Internasional maupun proses dan kegiatan Diplomasi pun pembahasannya bergeser sudah tidak lagi berfokus pada perihal senjata, kekuasaan, atau isu tradisional yang tadi sudah disebutkan. Periode zaman ini pun kerjasama diplomasi antar Negara melibatkan banyak pihak tidak hanya aktor Negara saja namun aktor non-negara pun ikut terlibat dan semakin dominan dalam berbagai diplomasi yang dilakukan oleh banyak Negara di dunia. Penggunaan soft power di era ini sangatlah bisa diandalkan. Pasalnya, aktor-aktor yang berperan bukan lagi sekadar bangsa-bangsa politik dunia, melainkan aktor-aktor baru lainnya bermunculan. Oleh karena itu, kekuatan soft power lebih bersifat persuasif dari pada menekan. Konsep kekuasaan telah pindah dari di mana sebelumnya menggunakan lebih banyak hard power namun sekarang lebih banyaknya menggunakan soft power. Diplomasi yang digunakan dalam soft power disebut diplomasi baru karena kegiatan diplomasinya tidak seperti biasanya.

Untuk menghadapi tatanan dunia yang selalu berubah, Fleksibilitas dan kebutuhan yang harus dicapai untuk mengembangkan fleksibilitas Implementasi politik luar negeri untuk menangkap berbagai peluang Optimal yang dihasilkan dari perubahan lingkungan strategis Diplomasi negara sangat diharapkan. Diplomasi adalah upaya Mengubah kebijakan, perilaku, dan sikap baik pemerintah maupun masyarakat negara dan negara Lainnya dengan persuasif. Dalam proses pelaksanaannya pun diplomasi masa kini jauh lebih praktis dan simpel maka dari itu diplomasi saat ini bisa melibatkan segala elemen

tidak seperti di jaman dahulu dimana diplomasi diperankan hanya dengan aktor dari negara saja. Dalam segi mekanisme pun diplomasi saat ini tidak monoton dan tidak harus selalu tatap muka atau bertemu secara langsung dalam proses diplomasinya. Semakin majunya globalisasi dan modernisasi di dunia semakin beragam pula tata cara dan mekanisme dari proses diplomasi ini. Salah satu diplomasi yang menjadi isu yang hangat untuk dibahas adalah diplomasi kebudayaan, dimana saat ini penduduk dunia sadar akan keberagaman budaya di dunia yang membuat banyak orang tertarik untuk membahas dan menyebarkan topik ini ke berbagai penjuru dunia, Indonesia salah satu negara yang memiliki kebudayaan paling banyak di dunia merasa bahwa diplomasi kebudayaan ini merupakan hal penting untuk dibahas.

Diplomasi budaya berarti memperkuat budaya suatu negara. Dalam hal ini, budaya menjadi Identitas Nasional yang merupakan alat untuk kegiatan diplomasi. Dengan demikian, konsekuensi diplomasi budaya secara implisit mempromosikan budaya sendiri dan membangun citranya di negara lain. Diplomasi budaya adalah pembahasan yang sangat menarik dan memiliki peran cukup penting di dunia keilmuan Hubungan Internasional. Diplomasi budaya sering dianggap sebagai alat Menunjukkan tingkat peradaban di negara tersebut. Diplomasi sendiri adalah sebuah seni dalam perundingan atau perundingan yang dilakukan oleh diplomat dengan pihak lain untuk mencapai tujuan tertentu. Diplomasi merupakan salah satu jenis dari soft power. Tentu banyak sekali jenis diplomasi yang bisa dilakukan, termasuk diplomasi budaya. Seseorang yang memperhatikan sesuatu Budaya negara tertentu, rasa ingin tahu yang mendalam tentang mereka Negara-Negara dengan kepentingan seperti itu.

Negara kita sendiri yaitu Indonesia memiliki tanah yang sangat luas dari ujung sabang sampai ke ujung Merauke dan di dalamnya terisi begitu banyak ragam budaya dimana setiap daerah mempunyai budayanya masing-masing yang tentunya menunjukkan

betapa kayanya kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia. Kekayaan budaya Indonesia pun bahkan sudah diakui oleh UNESCO, berbagai budaya yang diakui oleh UNESCO dan dunia yang diakui berhasil menarik perhatian dari dunia internasional, berbagai budaya Indonesia yang beraneka ragam menjadi ciri khas atau atribut dari bangsa Indonesia dan menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara yang sangat kaya akan budaya. Artinya budaya asli Indonesia merupakan warisan budaya bangsa yang perlu dibina, dilestarikan, dikembangkan dan disebarluaskan agar tidak punah.

Batik merupakan budaya milik Indonesia yang sudah diturunkan. Teknik, simbolisme, dan budaya seputaran pakaian katun dan sutra yang diwarnai menggunakan tangan yang dikenal luas sebagai Batik Indonesia meresapi kehidupan orang Indonesia dari awal hingga akhir: bayi digendong dalam gendongan batik yang dihiasi dengan simbol yang dirancang untuk membawa keberuntungan bagi anak, dan orang mati diselimuti batik pemakaman. Pakaian dengan desain sehari-hari dikenakan secara teratur dalam lingkungan bisnis dan akademis, sementara variasi khusus dimasukkan ke dalam perayaan pernikahan dan kehamilan dan ke dalam teater boneka dan bentuk seni lainnya. Pakaian bahkan memainkan peran sangat penting atau merupakan sentral dalam ritual tertentu, seperti upacara pengecoran batik kerajaan ke gunung berapi. Keragaman pola yang luas mencerminkan berbagai pengaruh, mulai dari kaligrafi Arab, karangan bunga Eropa dan burung phoenix Cina hingga bunga sakura Jepang dan burung merak India atau Persia. Seringkali diturunkan dalam keluarga selama beberapa generasi, kerajinan batik terjalin dengan identitas budaya masyarakat Indonesia dan, melalui makna simbolis warna dan desain, mengekspresikan kreativitas dan spiritualitas mereka. (UNESCO, 2009)

Salah satu upaya yang dapat dilakukan Indonesia untuk melestarikan dan memelihara budayanya adalah tentunya dengan melakukan diplomasi budaya. Hal ini akan membuat

budaya Indonesia jauh lebih dikenal masyarakat internasional, dimana output yang diharapkan adalah meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia, dan budaya yang lahir di antara kita harus dilestarikan sebagai sebuah identitas nasional Indonesia. Selain diplomasi budaya dapat meningkatkan kesadaran masyarakat adalah bahwa budaya adalah warisan yang sangat diperlukan untuk dijaga, budaya dapat menjadi alat bagi negara Indonesia untuk membangun citra bangsa, membangun jaringan budaya, bertukar informasi dengan negara lain dan upaya *branding* negara Indonesia itu sendiri.

Fenomena hubungan internasional selama ini adalah Keamanan ideologi, politik, ekonomi dan pertahanan. Namun dalam situasi dunia yang disebut era globalisasi, budaya juga bagian penting dalam kerjasama antar negara untuk mewujudkan kepentingan nasional. Keanekaragaman budaya Indonesia menjadi salah satu alat diplomasi budaya agar Indonesia lebih dikenal oleh negara asing. Hal tersebut membuat banyak turis asing tertarik untuk berkunjung ke Indonesia dan investor asing mau berinvestasi di Indonesia. Oleh karena itu, diplomasi budaya sedang dikembangkan dalam program kampanye budaya agar dapat mencerminkan citra positif Indonesia di dunia Internasional.

Selain dari aktor negara, aktor non negara juga memiliki peran sangat penting dalam menyebarkan budaya kita ke dalam dunia internasional. Secara tak langsung, aktor non negara dapat menjadikan budaya kita masuk ke dalam “politik budaya” dengan cara memasyarakatkan budaya pada lingkup internasional. Karena negara di seluruh dunia saat ini tidak hanya terfokus pada aktor negara saja namun sekarang juga non state actor merupakan salah satu fokus negara di dunia. Kedua aktor tersebut tentunya menggunakan suatu cara untuk berhubungan secara baik yaitu dengan sebuah “Diplomasi”. Salah satu alat untuk diplomasi adalah budaya sebagai sarana diplomasi dengan dunia internasional sebagai bentuk promosi dengan tujuan penting yaitu mendapatkan kekuatan-kekuatan ekonomi dan budaya

Dalam penelitian ini kebudayaan Indonesia yang akan saya fokuskan adalah perihal budaya Batik *fashion* Indonesia dimana pada saat ini *fashion* merupakan salah satu tren yang terus di gembor-gemborkan selain karna saat ini tren *fashion* di dunia sedang berlomba-lomba dalam pemasarannya. *Fashion* pun adalah salah-satu hal yang sangat mudah untuk diikuti dan mudah untuk mengajak atau mempromosikan budaya, karena dalam dunia *fashion* cenderung konsumtif maka trend *fashion* ini merupakan hal yang cukup membuat banyak pihak tertarik. Dalam proses penyebaran budaya melalui *fashion* bisa dengan memasukan unsur budaya suatu negara dalam pakaian, bisa juga dengan mengembangkan pakaian adat yang sudah ada dalam suatu negara sehingga dapat mengikuti zaman sehingga masuk ke berbagai kalangan.

Dapat dilihat bahwa tren berkembang karena Kebutuhan atau cara mencari kepuasan konsumen. Dalam pengertian lain, tren didefinisikan sebagai yang sedang dibicarakan. Kebanyakan orang menyukainya atau menggunakannya dalam waktu bersamaan. Ini bisa menjadi mode Berhubungan erat dengan mode dan gaya favorit kepribadian Seseorang, dan pada satu titik. *Fashion* adalah mode atau gaya Seperti yang diterima oleh kelompok. Tren *fashion* dulunya hanya sebuah cara Pakai saja. Tetapi dengan perkembangan mode Dikenakan sebagai fungsi introspeksi status sosial dan ekonomi Lingkungan tertentu. Ini mematahkan asumsi bahwa itu adalah tren sebelumnya *Fashion* hanyalah gaya pakaian dan dapat digunakan sebagai gaya Imanen dalam masyarakat. Informasi dan referensi sederhana Sangat berpengaruh dan memungkinkan pertukaran tren mode di seluruh dunia.

Selain memperhatikan tren mode, berdandan Juga memiliki hal yang perlu diperhatikan yaitu keindahan. kita perlu memahami pentingnya budaya dan sejarah dalam Mengenakan busana. Kita perlu mengetahui pentingnya sarana pengetahuan budaya konsumen tidak hanya ingin melestarikan, tetapi juga ingin konsumen Paham

akan esensi produk dan layanan yang mereka gunakan. Dengan pengetahuan budaya sebagai pangsa pasar berdampak positif bagi keberlangsungan warisan budaya yang dikembangkan. Target dapat memposisikan diri sebagai konsumen yang cerdas.

Usaha sebuah Negara untuk mencapai kepentingan Nasionalnya harus didukung dengan identitas diri yang baik dan citra yang positif Diterima dari negara lain sebagai kekuatan nasional yang dimiliki oleh negara tersebut Demikian pula untuk meraih keuntungan bersama Indonesia Identitas nasional membutuhkan pengenalan identitas diri untuk mendapatkan citra bersedia mendapatkan dukungan dari negara lain. Eksekusi keuntungan Indonesia di dunia internasional tidak dapat dipisahkan dari perubahan Lingkungan strategis di tingkat global dan regional Memberikan tantangan dan peluang untuk proses yang sukses Untuk menghadapi kepentingan-kepentingan itu dan tatanan dunia Semakin banyak membuat perubahan, semakin menyadari perlunya fleksibilitas. Fleksibilitas dalam menjalankan kepentingan nasional secara berurutan Manfaatkan sebaik-baiknya berbagai peluang yang dihasilkan dari perubahan lingkungan strategis.

Fleksibilitas tersebut dapat dilihat dari perkembangan teknologi saat ini. Terdapat suatu perkembangan zaman yang disebut sebagai teknologi yang terus berkembang hingga saat ini yang tentunya dapat memudahkan segala aspek kehidupan. Salah satu aspek yang dimudahkan dengan adanya perkembangan teknologi ini adalah diplomasi. Pada saat ini peran digital tidak bisa dianggap sebelah mata saja dalam proses diplomasi, maka dari itu di dalam ruang lingkup diplomasi publik terdapat turunan yang sering disebut sebagai diplomasi digital di mana diplomasi dilakukan secara digital atau dalam dunia maya. Dunia maya saat ini telah menjadi kenyataan Keniscayaan yaitu dapat mengelilingi dunia Dengan hanya jaringan yang kompleks dan mampu membuat Individu tumbuh sangat cepat maka baik negara maupun Organisasi perlu mengambil tindakan yang tepat. Internet dan media sosial telah membuka kemungkinan baru Aspek

kehidupan manusia saat ini. Proses komunikasi disederhanakan Anda dapat berinteraksi tanpa batasan spasial dan temporal. nyaman Komunikasi adalah komunikasi antarpribadi Komunikasi pemasaran dalam dunia bisnis. Dalam dunia bisnis saat ini, produk Tidak hanya di tingkat lokal atau nasional, Transaksi penjualan produk di tingkat internasional juga sangat memungkinkan Persiapan. Berbagai platform *e-commerce* internasional berfungsi sebagai tempat perdagangan Akses mudah untuk berbagai pihak di seluruh dunia.

Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia. ada 204,7 juta pengguna Internet di negara ini. Jumlah ini sedikit meningkat 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat 202,6 juta. Tren pengguna internet di Indonesia terus meningkat selama lima tahun terakhir. Dibandingkan tahun 2018, jumlah pengguna internet di tanah air kini naik 54,25%. Sementara itu, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7 juta pada awal 2022. Per Januari 2022, jumlah penduduk Indonesia tercatat 277,7 juta jiwa. Melanjutkan fakta diatas Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (OJK) menemukan bahwa 88,1% pengguna Internet Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* untuk membeli berbagai produk. angka tersebut didapat dari hasil survei *We Are Social* pada April 2021. Berdasarkan survei, Indonesia menempati urutan pertama dalam penggunaan layanan *e-commerce*. Indonesia menempati urutan keempat dalam jumlah orang yang membeli dan menjual secara *online* melalui *e-commerce*. Indonesia berada tepat di bawah China, Jepang, dan Amerika Serikat. (kemP, 2022)

Sementara *e-commerce* telah menjadi *trend* di dunia internasional, khususnya di kancah bisnis, Untuk itu, perlu dikembangkan strategi ekspor yang lebih tepat dan mendobrak hambatan ekspor terkait *e-commerce*. Dengan adanya globalisasi dan perkembangan teknologi informasi (Internet), Indonesia sebagai salah satu negara

dengan 143 juta pengguna internet perlu berperan aktif dalam pasar e-commerce. Kolaborasi antara pelaku bisnis seperti UKM dan ecommerce akan menjadi kekuatan tersendiri bagi perekonomian, baik lokal maupun global. Memanfaatkan kegiatan ecommerce dalam meningkatkan ekspor dan perdagangan serta menarik investasi secara tidak langsung akan berkontribusi pada pencapaian diplomasi ekonomi Indonesia. (Putri, 2019)

Nilai ekspor industri garmen Indonesia mencapai US\$ 7,64 miliar pada Januari hingga November 2021. Jumlah itu meningkat 19,59% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Secara spesifik, nilai ekspor (konveksi) produk tekstil selama periode Januari hingga November 2021 sebesar US\$ 6,12 miliar, meningkat 15,42% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Sejak itu, ekspor pakaian rajut meningkat 44,06% menjadi \$ 1,16 miliar dan ekspor aksesoris pakaian jadi tekstil meningkat 20,98% menjadi \$ 205,24 juta. Demikian pula ekspor kaus kaki rajut dan barang lainnya meningkat 12,91% dari Januari hingga November tahun lalu menjadi US\$ 101,75 juta. Sejak itu, pakaian dan aksesoris kulit meningkat 319,89% menjadi \$ 39,43 juta. (Kusnandar, 2022)

Ekspor sandang meningkat sangat tajam dari Januari hingga Februari, berdasarkan data BPS, dan meningkat 36% pada Januari 2022, , dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Departemen Perdagangan akhir-akhir ini fokus pada ekspor barang jadi, yang juga dikenal sebagai fast fashion, khususnya pakaian jadi. Banyak tujuan ekspor ke Amerika Serikat (AS), Jepang, Korea Selatan dan negara-negara Asia lainnya. Nilai ekspor Indonesia mencapai rekor tertinggi pada tahun 2021 dan setara dengan US\$231,5 miliar atau Rp3,326 triliun (dengan asumsi nilai tukar Rp14.367). Jumlah itu melampaui hit terakhir 2011 sebesar \$203,5 miliar. (Primadhyta, 2022)

dengan terjadinya globalisasi seiring waktu Pengembangan terobosan yang memperkuat teknologi dan fenomena Ini meningkatkan interaksi antara orang-orang di

dunia, yaitu Orang-orang di berbagai belahan dunia tidak terganggu atau terhambat dan terhubung satu sama lain tanpa melihat jarak dan waktu. Dengan pecahnya globalisasi ini, jumlah manusia di dunia semakin bertambah. Orang-orang yang dapat menggunakan media sosial untuk berbagi apa yang terjadi dan melakukannya dengan mudah memberitahukan atau menyebarkan informasi. Banyak pelaku bisnis sekarang menciptakan "pasar" mereka sendiri. Melalui dunia maya. Ini terbukti jauh lebih praktis dan mudah karena ada di antaranya Penjual dan calon pembeli tidak perlu bertemu langsung. Distribusi batik ke luar negeri dengan berbagai model dan motif disesuaikan dengan kemajuan *fashion* saat ini.

Tidak sedikit brand fashion yang menggunakan digital dalam proses mempromosikan produk mereka yang fokusnya tidak hanya di dalam negeri namun juga di luar negeri. Salah satu contohnya adalah perancang desainer Sapto Djokokartiko yang menggunakan Instagram sebagai wadah untuk mempromosikan produk dan hasil rancangan beliau, yang tentunya tidak dilihat hanya oleh warga Indonesia namun juga dilihat oleh berbagai warga dari manca negara. Wadah digital tidak hanya melalui *platform* Instagram upaya Sapto dalam mempromosikan brand tersebut adalah melalui website,

Dalam proses diplomasi budaya yang merupakan turunan dari diplomasi publik pemerintah pun ikut mendukung proses penyebaran produk brand umkm lokal Indonesia. Umkm lokal Indonesia yang mempromosikan produknya diluar negeri mendapat dukungan dari pemerintah secara spesifiknya adalah kemenparekraf dimana dukungan Kemenparekraf terhadap pelaku UMKM bidang ekonomi kreatif juga diwujudkan melalui adanya program #BeliKreatifLokal.

Diplomasi budaya sangat lah penting bagi negara kita dan hal tersebut dapat dibuktikan dengan penelitian penelitian terdahulu yang tidak sedikit membahas diplomasi kebudayaan ini. salah satunya adalah karya skripsi dari M. Adnan Firdaus dari

Universitas Muhammadiyah Malang yang dimana berhubungan dengan masalah yang saya bawa atau saya ambil yang berjudul *PERAN DIPLOMASI HIBRIDA DALAM MEMPROMOSIKAN BATIK INDONESIA SEBAGAI WARISAN BUDAYA DUNIA*. Dalam penelitian tersebut beliau membahas peran dari diplomasi budaya batik secara hibrida atau tidak hanya fokus dalam *state actor* namun *non state actor* pun memiliki peran yang cukup penting. Dalam penelitian beliau difokuskan pada peran aktor hibrida dan hak paten atas karya komunal masyarakat Indonesia. Hasil penelitian beliau menunjukkan bahwa terbukti aktor non negara memiliki peran penting yang tidak kalah dengan aktor negara dalam mempromosikan batik di dunia.

Penelitian skripsi selanjutnya mengenai diplomasi budaya adalah milik dari Clarissa Gabriella dari Universitas Hasanudin dengan judul penelitian *PERAN DIPLOMASI KEBUDAYAAN INDONESIA DALAM PENCAPAIAN KEPENTINGAN NASIONALNYA*. Dalam penelitian tersebut beliau memfokuskan pada peran diplomasi budaya tersebut dalam pemenuhan kepentingan nasional dari negara Indonesia dan hanya membahas di seputar tentang pagelaran kesenian dan objek-objek budaya dari Indonesia yang menjadi kesukaan turis asing. Hasil dari penelitian beliau adalah, beliau menyepakati bahwa diplomasi budaya memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan nasional. Diplomasi budaya dapat meningkatkan citra negara tidak hanya itu bisa juga memiliki manfaat dalam peningkatan wisatawan dan ketertarikan warga asing terhadap negara Indonesia. Selain itu Hasil kajian adalah implementasi diplomasi Kebudayaan secara sengaja dikomunikasikan, dikembangkan, dan Dukung dan jelaskan citra Indonesia di luar negeri sebagai sebuah bangsa Budaya tinggi Selanjutnya, upaya yang dilakukan sebagai salah satunya Tujuan politik dari Indonesia untuk melakukan diplomasi budaya Dalam melaksanakan politik luar negeri Indonesia. Di sisi lain, munculnya peran diplomasi budaya Indonesia adalah Sebagai alat promosi untuk menjelaskan realitas yang

terkait dengan eksotisme budaya dimiliki oleh masyarakat Indonesia dan berperan dalam diplomasi budaya Indonesia berperan dalam memperjuangkan kepentingan nasional ini.

Penelitian skripsi selanjutnya yang membahas hal yang berkaitan dengan penelitian yang saya bawa adalah milik dari Vira Aulia dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul *STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA TAHUN 2016-2019 MENUJU PUSAT Fesyen MUSLIM DUNIA*. Dalam penelitian tersebut beliau tidak menyebutkan secara spesifik fokus yang diambil dalam penelitian tersebut namun bisa di Analisa berdasarkan pembahasan dalam penelitiannya beliau, memiliki fokus pada strategi penyebaran budaya fesyen muslim Indonesia di dunia. Berangkat dari keyakinan beliau dalam perkembangan budaya fesyen muslim Indonesia yang terus meningkat dan menjadi icon di negara lain dan dibuktikan bahwa terdapat beberapa strategi yang memang mendukung hal tersebut seperti mengikuti bahkan membuat acara peragaan busana di negara lain menjadi salah satu strategi yang bisa digunakan dalam penyebaran budaya fesyen tersebut.

Dalam penelitian yang sudah disebutkan di atas memiliki kesamaan dan keterkaitan dan juga menjadi acuan saya dalam penelitian ini, namun penelitian di atas juga banyak perbedaan dengan yang akan saya bahas dalam penelitian ini. yaitu adalah pertama, dalam penelitian saya memiliki fokus dalam peran diplomasi budaya yang dimana di penelitian sebelumnya terdapat kata hibrida namun beda objek dimana yang menjadi fokus saya adalah media promosinya bukan lagi hanya fokus terhadap manusia namun fokus pada wadah atau media proses diplomasi budaya tersebut. Kedua, pembahasan saya tidak terbatas dari budaya *fashion* suatu agama namun secara umum budaya batik Indonesia. Ketiga, dalam penelitian ini juga instrumen-instrumen pendukung diplomasi budaya dimana media digital akan menjadi salah satu topik yang akan dirincikan dalam pembahasan. Keempat, dari tempat lokasi yang menjadi fokus pun berbeda dari

penelitian sebelumnya yang tertulis diatas, pada penelitian ini Amerika Serikat saya pilih sebagai salah satu tempat yang paling sering dijadikan tempat promosi produk brand Indonesia di luar negeri, karena Amerika Serikat merupakan negara pusat dunia, hal-hal yang terjadi di Amerika cenderung bisa menjadi isu global.

Berdasarkan dari yang sudah dijelaskan diatas, maka saya tertarik untuk membahas mengenai “DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN BATIK TERHADAP PUBLIK GLOBAL MELALUI MEDIA DIGITAL” dengan pembatasan waktu penelitian tahun penelitian 2015-2022 Dan pembatasan Negara adalah Amerika Serikat

Penyusunan studi ini juga didukung oleh dukungan beberapa Mata Kuliah Disiplin Ilmu Hubungan Internasional. Mata Kuliah Disiplin Ilmu yang digunakan adalah:

1. Pengantar Hubungan Internasional

Mata Kuliah pengantar tentang hubungan internasional ini membantu peneliti memahami dasar-dasar membangun hubungan antara pemangku kepentingan internasional seperti negara dan organisasi internasional.

2. Siber Diplomasi

Mata Kuliah Siber Diplomasi ini membantu peneliti memahami diplomasi dari jaman ke jaman. Membantu dalam memahami bagaimana saat ini yang diperlukan negara-negara di dunia dengan hadirnya teknologi yang maju dan dapat menjadi isu internasional

3. Diplomasi dan Negosiasi

Mata kuliah diplomasi dan negosiasi ini membantu peneliti memahami dasar-dasar diplomasi dan seni dalam bernegosiasi seperti Jenis diplomasi, peran dan fungsi diplomasi tersebut. Tidak hanya itu, mata kuliah ini juga membantu peneliti

memahami seberapa besar Diplomasi dapat terlibat dalam menghadapi urusan internasional.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan masalah Makro/Mayor

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas. saya merumuskan masalah Makro penelitian ini adalah sebagai berikut: “BAGAIMANA DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN BATIK TERHADAP PUBLIK GLOBAL MELALUI MEDIA DIGITAL”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro/Minor

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya Diplomasi Budaya dalam mempromosikan Batik terhadap Publik Global
2. Apa saja kendala dalam mempromosikan Diplomasi Budaya dalam mempromosikan Batik terhadap Publik Global.
3. Bagaimana Dampak dari Diplomasi Budaya dalam Mempromosikan Batik terhadap Publik Global

1.2.3 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini terdapat pembatasan masalah seputar Diplomasi Budaya Indonesia dalam mempromosikan Batik terhadap Publik Global melalui Media Digital dengan kurun waktu yang di ambil adalah 2015-2022

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dibentuk dimaksudkan untuk menerapkan salah satu materi yang ada dalam mata kuliah Ilmu Hubungan Internasional yaitu tentang mata kuliah Diplomasi dan negosiasi untuk melihat bagaimana peran dan upaya yang

dilakukan, dalam berdiplomasi mempromosikan budaya batik Indonesia melalui media digital

1.3.2 Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan di atas tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sarana diplomasi budaya.
2. Mengetahui peran media digital dalam penyebaran budaya Batik Indonesia di dunia.
3. Mengetahui strategi brand Lokal Indonesia dalam promosi produk Batik Indonesia.
4. Mengetahui peran diplomasi budaya Indonesia dalam mewujudkan kepentingan nasional

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Peran Diplomasi budaya dalam penyebaran Batik Indonesia serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan. Bagi pembaca pada umumnya dan bagi penstudi Ilmu Hubungan Internasional pada khususnya.
2. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang diplomasi
3. Memberikan bukti empiris peran media digital dalam Diplomasi terhadap Persebaran Budaya Indonesia

4. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan, khususnya kajian dan penelitian tentang Peran Diplomasi dalam penyebaran budaya Indonesia

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan ajar kepada mahasiswa khususnya yang mengambil jurusan hubungan internasional dan pemerhati hubungan internasional.