



## **STRATEGI INDONESIA DALAM BERDIPLOMASI BUDAYA MELALUI BATIK TERHADAP JEPANG SEJAK TAHUN 2008-2017**

**Praja Fidaus Nuryananda, Hindah Muchtamilatur Rochmah**

Departemen Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional (Veteran) Jawa Timur Indonesia

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas mengenai diplomasi budaya Indonesia melalui Batik Indonesia terhadap Jepang pada tahun 2008-2017. Kegiatan diplomasi ini merupakan upaya pemerintah untuk memperkenalkan bahwasanya Batik Indonesia merupakan identitas negara terhadap masyarakat dunia. Pada penelitian ini penulis akan mengkaji mengenai diplomasi batik yang dikaitkan dengan konsep diplomasi budaya dari Simon Mark yang mempunyai 4 instrumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan Diplomasi Batik Indonesia terhadap Jepang memberikan dampak yang positif bagi negara Indonesia berupa meningkatnya minat warga Jepang terhadap Batik. Selain itu, dengan adanya diplomasi ini juga dapat meningkatkan jumlah ekspor Batik maka dengan begitu tercipta peluang yang besar bagi industri Batik.

**Kata Kunci:** Diplomasi Budaya, Batik Indonesia, Diplomasi Batik.

### **PENDAHULUAN**

Negara Indonesia memiliki keberagaman budaya yang menjadi ciri khas negaranya. Pemerintah Indonesia memanfaatkan kekayaan budaya negaranya sebagai alat berdiplomasi untuk mewujudkan kepentingan pemerintah. Salah satu kebudayaan

Indonesia yang dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai alat berdiplomasi adalah budaya batik. Menurut Lestari Moerdijat (Wakil Ketua MPR RI), "Pengakuan dunia terhadap batik itu harus bisa dimanfaatkan secara maksimal bagi kepentingan bangsa, terlebih lagi batik sebagai karya budaya

---

\*Correspondence Address : [firdaus.praja@gmail.com](mailto:firdaus.praja@gmail.com), [hindahhindun@yahoo.com](mailto:hindahhindun@yahoo.com)

DOI : 10.31604/jips.v10i1.2023.138-143

© 2023UM-Tapsel Press

anak bangsa yang berperan dalam proses menuju dan mengisi kemerdekaan (Tempo.co, 2000).

Sejak tahun 80-an, presiden kedua dari Indonesia yakni Soeharto memperkenalkan kain batik yang sudah menjadi budaya khas negaranya ke masyarakat luar negeri. Upaya yang dilakukan oleh Presiden Soeharto dalam mempromosikan Batik Indonesia yaitu dengan cara selalu memakai kain batik dalam setiap kegiatan konferensi PBB. Lalu pada tahun 2008 Yayasan KADIN Indonesia mendorong pemerintah Indonesia untuk mencalonkan Batik Indonesia ke UNESCO. Pada tahun 2009, Batik Indonesia sudah ditetapkan oleh UNESCO sebagai *Intangible Cultural Heritage of Humanity* atau Warisan Budaya Tak Benda. Maka sejak saat ini, pemerintah Indonesia mulai aktif untuk mempromosikan Batik Indonesia ke masyarakat luar negeri.

Ada beberapa perbedaan pendapat mengenai arti dari “batik” diantaranya adalah pertama, menurut (Kuswadi, n.d. ) kata akhiran “tik” yang terdapat dari kata “batik” memiliki arti menitik atau kecil. Dengan begitu batik diartikan sebagai teknik menulis atau menggambar yang rumit atau kecil-kecil. Sedangkan pendapat dari Murthadi dan Mukminatun mengatakan bahwasanya batik adalah pembuatan bahan sandang berupa tekstil yang pewarnaannya menggunakan lilin. Untuk membuat motif batik, pembatik dapat melakukannya dengan beberapa cara yaitu secara tulis tangan atau biasa disebut dengan (batik tulis), lalu bisa juga dengan teknik cap dari tembaga biasa disebut (batik cap), dan juga bisa dengan mesin biasa disebut (batik *printing*) (Murthadi, Mukminatun, n.d. ).

Kain batik ini sudah menjadi kebudayaan yang melekat pada masyarakat Indonesia. Saat ini kain batik mampu berkembang menjadi industri modern sesuai berkembangnya zaman. Bahkan saat ini kain batik sudah menjadi

komoditas yang diperdagangkan secara luas, hingga diekspor ke luar negeri. Maka tak heran jika saat ini pemerintah menggunakan batik sebagai alat berdiplomasi karena batik sudah menjadi identitas bangsa Indonesia yang memiliki banyak peminat yang juga bermanfaat untuk industri batik.

Pada tanggal 2 Oktober 2009 di Abu Dhabi Uni Emirat Arab, UNESCO mendeklarasikan Batik Indonesia sebagai *Intangible Cultural Heritage of Humanity* atau Warisan Budaya Tak Benda begitu juga dengan Keris dan Wayang (Kemendikbud, 2019). Maka sejak Batik Indonesia mendapatkan pengukuhan oleh UNESCO, pemerintah Indonesia mulai aktif untuk mempromosikan Batik Indonesia ke luar negeri salah satunya ke negara Jepang. Batik Indonesia sendiri sudah dikenal oleh negara Jepang sejak tahun 1920 melalui perdagangan antar kedua negara.

Negara Indonesia dengan negara Jepang memiliki persamaan di bidang budaya. Kedua negara ini juga menggunakan budayanya sebagai alat berdiplomasi. Jika negara Jepang berdiplomasi menggunakan anime, J-Pop, Kimono dan budaya lainnya begitu juga Indonesia yang menggunakan Batik, Gamelan, dan Tarian Tradisional sebagai alat berdiplomasi negara. Maka persamaan inilah yang bisa memperkuat hubungan antara kedua negara tersebut sehingga pemerintah melakukan diplomasi batik ke negara Jepang.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Berdasarkan topik riset yang akan dilakukan oleh peneliti maka peneliti melakukan tinjauan pustaka. Dengan adanya tinjauan pustaka, peneliti bisa lebih mudah dalam melakukan penelitiannya. Karena peneliti bisa melihat penelitian-penelitian yang sesuai dengan topik untuk menjadi acuan dasarnya dan juga sebagai tambahan informasi. Maka *Literature Review*

pertama yang digunakan penulis adalah sebuah jurnal ilmiah karangan Susanto & Supriyadi menjelaskan bahwa Batik Indonesia patut dijadikan warisan budaya dunia. Maka dengan begitu, pemerintah Indonesia memanfaatkan batik sebagai alat diplomasi budaya untuk mewujudkan kepentingan nasionalnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif menggunakan konsep diplomasi budaya (Susanto & Supriyadi, 2015).

*Literature Review* yang kedua adalah dari jurnal ilmiah karangan (Khatrunada & Alam, 2019) yang menjelaskan bahwa budaya gamelan dari Indonesia dapat digunakan sebagai alat berdiplomasi menggunakan konsep diplomasi budaya. Setelah melakukan kajian *literature review* ini, ada beberapa perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Jika penelitian-penelitian sebelumnya sama halnya menggunakan kebudayaan untuk berdiplomasi, penelitian ini juga menggunakan budaya Batik Indonesia untuk berdiplomasi. Perbedaannya adalah penelitian ini membahas mengenai diplomasi Batik Indonesia di Negara Jepang.

## KERANGKA BERPIKIR

### Konsep Diplomasi Budaya

Berdasarkan report Kementerian Luar Negeri yang berjudul "Dasawarsa Diplomasi Batik Indonesia", diplomasi budaya bertujuan untuk meneguhkan identitas bangsa Indonesia. Diplomasi budaya ini merupakan suatu upaya pemerintah untuk membangun citra positif bagi negaranya. Untuk kepentingan negara, pemerintah menggunakan Batik Indonesia sebagai alat berdiplomasi budaya. Alasan pemerintah menggunakan Batik Indonesia sebagai alat untuk berdiplomasi budaya yaitu untuk memperkenalkan bahwasanya Batik

Indonesia merupakan identitas bangsa Indonesia (Kemenlu, 2019).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan konsep Diplomasi Budaya dari Simon Mark. Diplomasi budaya menurut Simon Mark memiliki pengertian yaitu suatu kegiatan pemerintahan dengan masyarakat luar negeri untuk mempengaruhi mereka secara positif dengan tujuan kebijakan luar negeri suatu negara. Diplomasi ini menggunakan unsur budaya sebagai alat berdiplomasi dengan memasukkan pesan resmi negara agar bisa meningkatkan *national branding* (Mark, S. 2019). Diplomasi budaya menurut Mark Simon memiliki beberapa indikator diantaranya adalah : (1) Aktor dan Upaya Pemerintah, diplomasi budaya merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh pemerintah guna mencapai kepentingan suatu negara. Aktor dalam diplomasi ini tidak hanya pemerintah saja, namun juga melibatkan aktor-aktor non negara. (2) Tujuan, secara tradisional, tujuan dari diplomasi budaya ini adalah untuk mencapai tujuan idealis. Dalam hal ini, pemerintah ingin mengembangkan sifat saling pengertian antar negara guna mengurangi etnosentrisme, stereotip dan juga mencegah adanya konflik. Sedangkan tujuan fungsional dari diplomasi budaya adalah untuk memajukan perdagangan negara, kepentingan politik, diplomatik, ekonomi, dan hubungan bilateral negara. (3) Aktivitas, untuk melangsungkan kegiatan diplomasi ini, maka pemerintah akan melibatkan berbagai aktor didalamnya, diantaranya adalah seniman, penyanyi, pembatik, dan lain sebagainya. Pemerintah akan memanfaatkan tenaga aktor ini untuk melakukan promosi-promosi kebudayaan Indonesia di berbagai kegiatan kenegaraan. Sehingga dengan adanya aktivitas promosi kebudayaan ini, diharapkan warga negara lain akan lebih mengetahui kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia. (4) Audiens,

dalam kegiatan diplomasi budaya pastinya akan membutuhkan aktor untuk melakukan promosi kebudayaan. Maka dalam hal promosi kebudayaan ini juga dibutuhkan audiens sebagai penerima informasi.

#### **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang menggunakan data *non-numerik* untuk menganalisis sebuah kasus. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif ini karena sumber data untuk penelitian ini berasal dari data sekunder bukan dari penelitian langsung ke lapangan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik penelitian arsip atau dokumen penting yang berasal dari dokumen resmi pemerintah, jurnal, penelitian terdahulu, buku, media online, dan literature-literatur lainnya. Kemudian pada penelitian ini penulis memilih jangkauan waktu penelitian mulai dari tahun 2008-2017 dengan alasan pemerintah mulai aktif dalam berdiplomasi batik pada Negara Jepang mulai dari tahun tersebut.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **4 Elemen Diplomasi Budaya dari Simon Mark dalam Diplomasi Batik Indonesia Terhadap Jepang**

###### **Aktor dan Upaya Pemerintah**

Pada praktik diplomasi budaya tentunya melibatkan peran pemerintah dalam segala kegiatannya. Karena pada diplomasi budaya terdapat kebijakan luar negeri pemerintah dan kepentingan-kepentingan pemerintah lainnya. Diplomasi budaya juga ditujukan untuk memproyeksikan citra bangsa kepada masyarakat luar negeri. Praktik diplomasi budaya melalui Batik Indonesia ini mulai aktif dilakukan oleh pemerintah sejak Batik mendapatkan

pengakuan dari UNESCO. Dalam hal ini, pemerintah memiliki tujuan yaitu untuk melestarikan dan melindungi eksistensi Batik juga menjasikan Batik sebagai *soft power diplomacy* bagi Indonesia.

###### **Tujuan dari Diplomasi Batik**

Tujuan dari diplomasi menggunakan batik berdasarkan pada rekam jejak Kementerian Luar Negeri adalah untuk meneguhkan identitas bangsa. Harapannya adalah ketika ada pembicaraan mengenai batik, maka masyarakat asing akan mengenali bahwa batik adalah suatu budaya dari Indonesia. Lalu, dengan adanya negara Indonesia berdiplomasi menggunakan batik dapat meningkatkan aspek-aspek perekonomian dalam negeri. Tak hanya itu, Kementerian Luar Negeri berpedoman pada empat prioritas politik luar negeri Indonesia ke dalam empat motif batik, yaitu (1) Motif Parang merepresentasikan ketahanan NKRI; (2) Motif Truntum merepresentasikan diplomasi perlindungan; (3) Motif Sidomukti merepresentasikan diplomasi ekonomi; (4) Motif Sekarjagad merepresentasikan diplomasi perdamaian dunia (Kemenlu, 2009).

###### **Aktivitas Diplomasi Batik**

(1) Harajuku with Batik, 2008. Berdasarkan data dari *report* Kemenlu, diplomasi batik yang dilakukan oleh pemerintah pertama kalinya di negara Jepang yaitu dengan menyelenggarakan acara Harajuku with Batik pada bulan November 2008 (Kemenlu, 2009). (2) Tokyo Gift Show Spring, 2012. Upaya pemerintah selanjutnya yaitu mengadakan acara Tokyo Gift Show Spring yang merupakan suatu program dari Bidang Perdagangan KBRI Tokyo. Acara ini diselenggarakan dengan tujuan untuk mempromosikan produk Indonesia kepada masyarakat Jepang dan juga untuk menguji potensi produk cinderamata milik Indonesia terhadap pasar Jepang. Pada acara ini ada

beberapa produk cinderamata dari Indonesia yang dipamerkan diantaranya adalah produk berbahan rotan, tas berbahan manik-manik, dan produk berbahan dari kain batik (ITPC, or. jp, 2012). (3) Asian Art Museum Fukuoka, 2012. Pameran Batik Indonesia selanjutnya diadakan di Asian Art Museum dengan tema "Selamat Berbatik" yang berlangsung pada 21-26 Juni 2012 di Fukuoka Jepang. Pameran ini diadakan oleh beberapa pihak diantaranya ada Indonesian Trade Promotion Center Osaka (ITPC Osaka), Garuda Indonesia, Walikota Pekalongan, dan KBRI Tokyo. Pada pameran batik kali ini menampilkan karya designer dari Jepang bernama Yoshiko Fukagawa yang memadukan kain batik dengan kain tradisional Jepang hingga menjadi karya berkelas internasional (ITPC, or. jp, 2012).

#### **Audiens Dalam Berdiplomasi**

Dalam praktik berdiplomasi budaya membutuhkan audiens agar informasi yang ingin disampaikan oleh pemerintah dapat diterima oleh target. Seperti halnya diplomasi budaya menggunakan Batik Indonesia di Negara Jepang ini juga membutuhkan audiens agar kepentingan pemerintah dapat tersampaikan. Pada pemeran kebudayaan yang diselenggarakan oleh pemerintah di negara Jepang, biasanya akan mengundang beberapa audiens dari Negara Jepang. Seperti pada acara Promosi Batik di Wisma Duta KBRI Tokyo tahun 2015, pemerintah Indonesia mengundang para dubes negara sahabat, para akedimisi, para pengusaha, dan juga petinggi Asosiasi Kimono Jepang.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwasanya diplomasi budaya merupakan suatu upaya pemerintah untuk mewujudkan kepentingan nasionalnya. Dalam hal ini,

diplomasi batik merupakan upaya yang dilakukan pemerintah untuk menjaga eksistensi Batik Indonesia yang dapat memberikan citra positif bagi negara. Dalam diplomasi batik ini telah meningkatkan jumlah ekspor produk batik ke negara Jepang. Maka dengan begitu diplomasi budaya melalui Batik Indonesia yang dilakukan pemerintah bisa menghasilkan sesuatu yang positif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Itpc.or.jp, Produk Cinderamata Indonesia Raih Sukses di Tokyo International Gift Show Spring" (<https://itpc.or.jp/news/produk-cinderamata-indonesia-raih-sukses-di-tokyo-international-gift-show-spring-2012/> diakses pada 30 Juli 2022).

Khatrunada, S. A., & Alam, G. N. (2019). *Diplomasi Budaya Indonesia Melalui International*.

Kemenlu. (2019). *Dasawarsa Diplomasi Batik Indonesia*. (Rekam Jejak Kemenlu Republik Indonesia 2008-2019).

Kompas.com, "Alasan Batik Indonesia Diakui UNESCO Sebagai Warisan Budaya Dunia" (<https://travel.kompas.com/read/2020/10/05/174000427/alasan-batik-indonesia-diakui-unesco-sebagai-warisan-budaya-dunia?page=all> diakses pada 3 Oktober 2021).

Kuswadji, "Mengenal Seni Batik di Yogyakarta : 1981".

Kemendikbud, "Perjalanan Batik Menjadi Warisan Budaya Dunia" (<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2019/10/perjalanan-batik-menjadi-warisan-budaya-dunia>, diakses pada 03 Agustus 2022).

Lamont, C. (2015). *Research Methods in International Relations*. 1<sup>st</sup> edition. California: Sage Publications.

Lusianti, L. P., & Rani, F. (2012). Model Diplomasi Indonesia Terhadap UNESCO Dalam Mematenkan Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia Tahun 2009. *Jurnal Transnasional*.

Murtihadi, dkk. Pengembangan Teknologi Batik Menurut SMIK. Jakarta, (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan).

Mark, S. (2009). A Greater Role for Cultural Diplomacy.

Susanto, I. S., & Supriyadi. (2015). Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono. *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*.