

Diplomasi Publik Cina terhadap Indonesia dalam Festival Kue Bulan Tahun 2023

Ramaldy Krisna Indradipradana¹, Bevita Sari², Muhammad Fauzi Abdul Rachman³

¹ Universitas Paramadina, Indonesia

^{2,3} Universitas Pertamina, Indonesia

Email: Indradipradana21@gmail.com, bevasari7@gmail.com,
mfarachman@universitaspertamina.ac.id

Abstrak

Festival Kue Bulan merupakan salah satu diplomasi publik Tiongkok melalui kegiatan budaya terhadap Indonesia. Pada tanggal 27 September 2023, Pemerintah Tiongkok melalui Duta Besarnya di Indonesia menyelenggarakan Festival Kue Bulan dengan tema "Merayakan Festival Pertengahan Musim Gugur dengan Bunga Purnama dan Bulan Purnama". Festival ini menjadi momentum bagi Pemerintah Tiongkok untuk memperkenalkan Festival Kue Bulan sebagai salah satu perayaan terbesar dalam budaya Tiongkok kepada masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji upaya diplomasi publik Tiongkok terhadap Indonesia melalui Festival Kue Bulan 2023. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan sumber data primer dan sekunder serta teknik analisis deskriptif kualitatif. Dengan memanfaatkan konsep diplomasi publik dari Ingrid D'Hooge, Hasil penelitian ini adalah implementasi diplomasi publik Tiongkok terhadap Indonesia melalui Festival Kue Bulan 2023 melibatkan banyak aktor non-negara dan mengembangkan serta meluncurkan strategi yang berfokus pada budayanya dengan memperkenalkan budaya Tiongkok ke Indonesia. Tak hanya itu, Tiongkok juga menggunakan media publikasi untuk mengimplementasikan diplomasi publik Tiongkok menuju kesuksesan Indonesia melalui Festival Kue Bulan 2023.

Kata kunci: Tiongkok, Indonesia, Festival Kue Bulan, Diplomasi Publik

Abstract

The Mooncake Festival is one of China's public diplomacies through cultural activities towards Indonesia. On September 27, 2023, the Chinese Government, through its Ambassador in Indonesia, held a Mooncake Festival with the theme "Celebrating the Mid-Autumn Festival with Full Flower and Full Moon". This festival is momentum for the Chinese Government to introduce the Mooncake Festival as one of the biggest celebrations in Chinese culture to the Indonesian people. This study aims to examine China's public diplomacy efforts towards Indonesia through the 2023 Mooncake Festival. This study uses a qualitative method, with primary and secondary data sources and qualitative descriptive analysis techniques. By utilizing the concept of public diplomacy from Ingrid D'Hooge, the conclusion of this study is the implementation of China's public diplomacy towards Indonesia through the 2023 Mooncake Festival involves many non-state actors and developing and launching strategies that focus on its culture by introducing

Chinese culture to Indonesia. Not only that, China also uses publication media to implement China's public diplomacy toward Indonesia's success through the 2023 Mooncake Festival.

Keywords: *China, Indonesia, Mooncake Festival, Public Diplomacy*

Pendahuluan

Sejalan dengan perkembangan zaman dan kian kompleksnya isu-isu pada hubungan internasional, negara di dunia tidak hanya memasarkan kecantikan sejarah, seni, dan alam ke negara lain untuk berpariwisata. Namun, semakin banyak negara di dunia yang mengiklankan masakan negaranya untuk mengonstruksi citra merek negaranya (Tettner & Kalyoncu, 2016). Di abad 21 ini, diplomasi turut memainkan peran aktif dalam mencapai kepentingan nasional. Selain itu, banyak negara memanfaatkan kebudayaannya dalam memperkokoh kerja sama serta membangun citra baik negaranya kepada masyarakat internasional (Bahari et al., 2024).

Negara di dunia dalam hal ini dapat melakukan berbagai cara dalam memasarkan budaya negaranya guna meningkatkan perhatian dari negara lain, salah satunya yakni melalui diplomasi publik. Dengan memanfaatkan diplomasi publik, suatu negara juga dapat memberikan pengaruh baik kepada publik maupun negara lain di skala internasional dalam meraih kepentingan nasional (Djemat, 2021).

Diplomasi publik merupakan jenis diplomasi yang memerlukan keterlibatan dari peran serta publik dalam proses diplomasinya. Diplomasi publik yang memerlukan keterlibatan dari peran publik ini menjadi suatu kebutuhan dalam rangka menyempurnakan serta memberikan sokongan terhadap aktivitas diplomasi tradisional. Keterlibatan publik pada diplomasi publik terjadi karena adanya asumsi yang cukup sederhana yang melatarbelakanginya (Kasogi & Saeri, 2017).

Adapun asumsi tersebut yakni pemerintah tidak selalu dapat menjawab sejumlah tantangan pada isu-isu diplomasi. Ketidampampuan pemerintah dalam menjawab tantangan dari isu diplomasi ini karena isu-isu tersebut mengalami perkembangan sehingga kini menjadi kian kompleks terlebih adanya sifat dari pemerintah yang sangat formal telah melekat sebagai ciri khasnya (Kasogi & Saeri, 2017). Dengan demikian, pemerintah suatu negara perlu untuk menyelenggarakan aktivitas diplomasi publik guna memastikan keberlangsungan diplomasi dapat terus berlanjut dengan lebih lancar karena adanya dukungan dari masyarakat (Maartha, 2020).

Pada era modern saat ini, publik memainkan peranan yang semakin vital dalam mensukseskan misi diplomasi sebuah negara terlebih saat situasi yang semakin terkoneksi dengan berbagai bidang yang sangat beragam. Diplomasi publik ini menjadi upaya suatu negara dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Dengan diplomasi publik, negara dapat memperoleh kepentingan nasionalnya melalui menyebarluaskan pemahaman, informasi dan pengaruh ke masyarakat di luar negaranya. Sehingga apabila diplomasi tradisional yang berpusat pada negara telah mengalami proses perkembangan dengan mekanisme hubungan pemerintah ke pemerintah, maka diplomasi publik lebih berfokus pada hubungan pemerintah ke orang atau bahkan orang ke orang (Kasogi & Saeri, 2017). Fokus

ini terjadi karena diplomasi publik termasuk dalam bagian dari diplomasi total atau diplomasi multi track (Desriyanti & Iskandar, 2017).

Pada dasarnya, diplomasi multi track merupakan sebuah kerangka kerja yang bersifat konseptual dalam memandang proses dari realisasi perdamaian dunia sebagai suatu sistem dalam kehidupan. Pandangan ini terjadi karena semua aktor dapat melibatkan diri dalam model jejaring yang saling berhubungan baik di antara kegiatan, individu, institusi, dan komunitas yang bekerja sama dengan satu tujuan yang sama. Keterlibatan aktor negara maupun non-negara ini bertujuan untuk merealisasikan dunia yang damai (Desriyanti & Iskandar, 2017).

Setiap negara di era modern saat ini berlomba-lomba dalam melaksanakan diplomasi publik melalui diplomasi multi track atau diplomasi total pada aktivitas diplomasinya guna melengkapi *first track diplomacy* yang hanya melibatkan aktor negara demi mencapai kesuksesan dalam politik luar negeri negara. Eksistensi dari divisi diplomasi publik di hampir seluruh Departemen Luar Negeri di dunia serta peran dari diplomasi publik yang kian memperlihatkan eksistensinya dalam aktivitas diplomasi negara belakangan ini menjadi bukti setiap negara berlomba memanfaatkan diplomasi publik (Kasogi & Saeri, 2017). Salah satu negara yang berupaya dalam pemanfaatan diplomasi publik yakni Cina. Cina menjadi salah satu negara yang ada di dunia yang mengimplementasikan diplomasi publik melalui kegiatan kebudayaan, seperti Festival Kue Bulan.

Festival Kue Bulan merupakan perayaan yang lebih dikenal dengan terminologi mid-autumn festival. Istilah ini merujuk pada pelaksanaan dari Festival Kue Bulan terjadi pada pertengahan musim gugur. Festival Kue Bulan ini adalah pergelaran yang berasal dari budaya kuno dari Cina dan Vietnam (Wijaya et al., 2022). Pergelaran Festival Kue Bulan ini terus dipertahankan dan menjadi tradisi bagi masyarakat keturunan Tionghoa hingga kini.

Berdasarkan penanggalan kalender Cina, festival ini diselenggarakan di setiap tanggal 15 bulan kedelapan pada saat bulan purnama (Meliana & Rudiansyah, 2022). Pada perayaan ini, masyarakat keturunan Tionghoa biasanya keluar dari rumah untuk berkumpul di bawah sinar bulan purnama. Tidak hanya itu, masyarakat keturunan Tionghoa ini di bawah bulan purnama membagi dan menikmati kue bulan secara bersama sama (Wijaya et al., 2022).

Festival Kue Bulan merupakan perayaan dari masyarakat Cina yang menjadi salah satu perayaan terbesar selain hari raya imlek dalam kebudayaan Cina. Perayaan ini termasuk salah satu perayaan terbesar bagi masyarakat Cina karena perayaan ini dapat mengumpulkan anggota keluarga yang berada jauh dengan keluarga (Meliana & Rudiansyah, 2022).

Selain itu, keberadaan kue bulan ini dapat menjadi sarana dalam memperkokoh tali kekeluargaan (Wijaya et al., 2022). Festival Kue Bulan ini tidak hanya dirayakan di Cina, tapi juga dirayakan di negara lain, salah satunya yakni Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki suku, agama, ras, budaya, dan tradisi yang sangat beragam. Budaya yang beragam dari Indonesia ini datang dari sejumlah suku, salah

satunya etnis Tionghoa. Etnis yang telah mendiami Indonesia sejak abad ke-5 ini memiliki sejumlah perayaan yang dilestarikan secara turun temurun, termasuk Festival Kue Bulan (Meliana & Rudiansyah, 2022).

Pada 27 September 2023, Pemerintah Cina melalui Duta Besarnya yang ada di Indonesia menyelenggarakan Festival Kue Bulan. Perayaan yang terjadi pada tahun 2023 ini membawa tema “*Celebrating the Mid-Autumn Festival with Full Flower and Full Moon*”. Penyelenggaraan festival ini berada di kantor kedutaan besar Cina di Indonesia yang juga mengundang berbagai pihak, seperti mahasiswa, media, kelompok agama, lembaga think tank, serta diplomat KBRI (Embassy of Cina, 2023). Festival Kue Bulan tahun 2023 ini dapat menjadi momentum bagi Pemerintah Cina dalam memperkenalkan budayanya kepada masyarakat Indonesia.

Peneliti melalui penelitian ini ingin mengetahui upaya diplomasi publik Cina terhadap Indonesia melalui Festival Kue Bulan tahun 2023. Penelitian mengenai diplomasi publik Cina terhadap Indonesia melalui Festival Kue Bulan tahun 2023 menjadi penting karena penelitian ini berupaya untuk meninjau diplomasi publik Cina dari sisi lain, yakni kolaborasi antara aktor negara dengan aktor non-negara. Tidak hanya itu, para penulis tidak menemukan literatur yang menganalisis mengenai diplomasi publik Cina melalui Festival Kue Bulan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Cina terhadap Indonesia melalui penyelenggaraan Festival Kue Bulan tahun 2023. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memperkaya literatur tentang diplomasi publik, khususnya yang memanfaatkan kegiatan budaya sebagai alat diplomasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana diplomasi publik melalui budaya dapat mempererat hubungan antarnegara, khususnya dalam membangun hubungan saling percaya dan pengertian antara masyarakat Indonesia dan Cina.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk melakukan kajian pada upaya diplomasi publik Cina terhadap Indonesia melalui Festival Kue Bulan tahun 2023. Metode penelitian kualitatif merupakan jenis metode penelitian yang melibatkan fenomena sosial serta sarana berpikir ilmiah seperti bahasa dalam melakukan kajian. Jenis metode penelitian ini pada dasarnya berupaya untuk menafsirkan suatu fenomena.

Lebih lanjut, penelitian ini mengadopsi sejumlah data-data baik data primer maupun sekunder. Dalam pengumpulan data primer maupun sekunder, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data internet-based research. Perolehan data primer pada penelitian ini berasal dari situs resmi Kedutaan Besar Cina di Indonesia. Sementara itu, data sekunder berasal dari jurnal, buku, hingga dokumen yang berasal dari sejumlah situs internet. Tidak hanya itu, teknik internet based-research terhadap pengumpulan data juga dapat memberikan kemudahan pada penulis dalam mengumpulkan informasi maupun data dari sejumlah situs internet yang mempunyai kredibilitas.

Hasil dan Pembahasan

Diplomasi Publik: Sebuah Kajian Teoritis

Diplomasi merupakan alat bagi suatu negara dalam melakukan suatu hubungan yang terjadi di antara bangsa, dimana alat ini telah mengalami perkembangan yang pesat sejak awal eksistensinya. Pada awalnya, diplomasi hanya sebuah instrumen atau wadah dalam perumusan kebijakan luar negeri. Namun, diplomasi kini telah mengalami perkembangan dengan memperluas ruang lingkup isu, pemahaman, serta aktor yang melibatkan diri di dalam praktik diplomasinya (Aksoy & Çiçek, 2018). Diplomasi publik dalam hal ini menjadi salah satu bentuk diplomasi yang muncul akibat adanya perluasan ruang lingkup yang terjadi dalam praktik diplomasi.

Diplomasi publik secara teori merupakan proses komunikasi yang terjadi antara pemerintah dan pihak dari luar negeri dalam upaya merealisasikan pemahaman terhadap ide, nilai, budaya, norma, hingga tujuan serta kebijakan nasional dari negaranya (Hidayat et al., 2024). Diplomasi publik sebagai suatu upaya dari negara dalam memasarkan citra positif secara internasional melalui berbagai cara, seperti kampanye program, media global, dan lobi yang dapat berdampak pada opini publik. Pemaknaan diplomasi publik ini tidak lepas dari tujuannya yakni untuk memperluas pengaruh serta kekuatan dari suatu negara di dunia internasional dengan memperkenalkan budaya, bisnis, dan politik.

Pelaksanaan dari diplomasi publik bertujuan untuk menyampaikan pemahaman terkait gagasan-gagasan serta cita-cita dari suatu negara. Aktor negara maupun non-negara menggunakan diplomasi publik sebagai instrumen dengan tujuan untuk menyebarkan pengaruh dalam pemikiran serta memobilisasi tindakan guna mengedepankan kepentingan dan nilai-nilai mereka di luar negeri dengan menginformasikan dan melibatkan publik, membangun dan mengelola hubungan, dan mengembangkan pemahaman tentang budaya, sikap dan perilaku. Sehingga dengan kata lain, tujuan utama diplomasi publik suatu entitas adalah untuk menyebarkan pengaruh terhadap cara masyarakat memandang entitas dan aktivitasnya, dengan tujuan untuk mendapatkan simpati dan dukungan mereka.

Lebih lanjut, Prasetya (2018) mengeksplanasikan bahwa pemerintah melakukan diplomasi publik guna menggerakkan sumber-sumber daya tarik dari negara tersebut agar dapat menjalin komunikasi dan menarik perhatian publik dari luar negeri. Diplomasi publik sebagai aktivitas-aktivitas diplomasi dari pemerintah yang melibatkan aktor-aktor non-negara guna merangkul publik dengan menggunakan informasi, budaya, dan pendidikan tersebut.

Ada tiga dimensi utama yang membentuk diplomasi publik dari suatu negara. Tiga dimensi tersebut di antaranya dimensi aktor dan organisasi, dimensi konten, serta dimensi instrumen. Dimensi aktor dan organisasi mencakup prosedur pembuatan kebijakan diplomasi publik suatu negara serta peran dari aktor negara maupun non-negara dalam prosedur tersebut. Dimensi organisasional merupakan dimensi yang paling menentukan karena baik aktor negara maupun non-negara menentukan isi kegiatan diplomasi publik dan memutuskan penggunaan instrumen. Dimensi konten berhubungan dengan isi dari strategi diplomasi publik yang meliputi pilihan tema, narasi, pesan kampanye, serta

aktivitas diplomasi publik. Sedangkan, dimensi instrumen berkaitan dengan pemanfaatan dari instrumen diplomasi publik. Ketiga dimensi ini saling berkaitan dalam pengimplementasian diplomasi publik.

Dimensi pertama pada diplomasi publik yakni aktor yang melibatkan diri dalam diplomasi publik. Sebagian besar negara di dunia melibatkan baik aktor negara maupun non-negara untuk berpartisipasi dalam diplomasi publik. Di tingkat pusat, pihak yang menjalankan diplomasi publik dapat meliputi kepala negara, menteri, pejabat kementerian dan misi diplomatik, perwakilan militer, anggota keluarga kerajaan, dan badan promosi perdagangan serta pariwisata.

Negara melalui Kementerian Luar Negeri serta misi diplomatiknya di luar negeri memainkan peran paling besar pada tingkat ini. Sementara di tingkat lokal, aktor negara yang melibatkan diri pada diplomasi publik yakni perwakilan dari pemerintah daerah, provinsi, kota, dan otoritas pelabuhan. Keterlibatan aktor di tingkat lokal ini terjadi karena adanya desentralisasi pada kebijakan luar negeri yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas internasional dan memperluas serta meningkatkan hubungan dan citra di skala internasional melalui strategi dan sarana diplomasi publik.

Dalam pembagiannya, aktor non-negara dalam diplomasi publik dapat menjadi lima kelompok. Kelompok yang pertama yakni akademisi yang berasal dari perwakilan universitas dan sekolah, lembaga penelitian, wadah pemikir, serta organisasi kemahasiswaan. Kelompok yang kedua yaitu organisasi non pemerintah (NGO) dan kelompok lobi yang meliputi kelompok advokasi nasional maupun internasional. Kelompok selanjutnya yakni kelompok bisnis yang terdiri dari perwakilan dari asosiasi profesional, perusahaan besar, serta kamar dagang.

Kelompok keempat yakni organisasi budaya yang melingkupi perwakilan dari museum, galeri, teater, lembaga budaya, kelompok, pertunjukan, festival, dan seniman perorangan. Kelompok terakhir yaitu warga negara yang terdiri atas perwakilan dari warga organisasi pertukaran dan persahabatan, diaspora, serta warga negara individu. Baik aktor negara maupun non-negara merupakan mitra yang memiliki kedudukan yang setara baik secara bersama-sama maupun mandiri dalam mengembangkan serta menyebarkan pesan-pesan kepada masyarakat karena beragamnya aktor dengan perspektif yang bervariasi yang melibatkan diri dalam penyusunan pesan diplomasi publik menyebabkan pesan-pesan menjadi lebih sah dan kredibel dibandingkan dengan pesan dari aktor negara.

Dimensi kedua dari analisis menyangkut isi diplomasi publik dari suatu negara yang mencakup strategi, cerita, dan pesan. Fokus pada isi dari diplomasi publik suatu negara berada pada pilihan pemerintah mengenai citra yang ingin pemerintah sampaikan. Sebagian besar pemerintah suatu negara merancang strategi tertentu yang menyelaraskan dengan kebutuhan masyarakat tertentu di negara atau wilayah tertentu di dunia. Pemerintah suatu negara pada umumnya meneguhkan sumber soft power di daerah-daerah di mana pemerintah percaya bahwa negaranya memiliki keunggulan komparatif atas negara yang menjadi targetnya.

Isi dari diplomasi publik yang dikembangkan dalam tiga domain yakni domain kebijakan dalam maupun luar negeri yang berfokus pada tujuan politik dan keamanan, domain ekonomi yang berpusat pada program ekonomi melalui promosi perdagangan serta pariwisata, serta domain budaya yang berpusat pada kebudayaan yang meliputi program apresiasi suatu kebudayaan dari negara lain.

Dimensi ketiga yakni proses pelaksanaan dari diplomasi publik. Negara dalam pelaksanaan diplomasi publik memanfaatkan lima kategori alat. Pertama, media massa yang terdiri dari media tradisional yang meliputi surat kabar, majalah, televisi, radio, serta media sosial atau media baru seperti internet (website, Twitter, YouTube, dan Facebook) dan teknologi mobile lainnya.

Kedua, acara-acara budaya dan olahraga kecil maupun besar termasuk olimpiade dan pameran, Ketiga, proyek komunikasi strategis yang mengimplementasikan kombinasi pada alat termasuk media, publikasi, seminar, serta upaya branding. Keempat, orang dan lembaga yang meliputi program pertukaran (pertukaran pelajar dan program pengunjung), pertemuan secara daring (jejaring akademik dan komunitas epistemik), kemitraan, serta pertukaran budaya dan pariwisata di tingkat kota atau kabupaten. Terakhir, publikasi atau materi promosi seperti buku, brosur, dan video (D'Hooge, 2015).

Pembahasan

Dimensi Aktor dan Organisasi

Pada pelaksanaan diplomasi publik Cina dengan festival kue bulan, baik aktor negara maupun aktor non-negara melibatkan diri pada implementasinya. Dengan keterlibatan aktor negara maupun non-negara, Cina melakukan diplomasi publik melalui Festival Kue Bulan dengan memanfaatkan model hibrida. Dalam model hibrida ini, aktor negara biasanya menjadi inisiator, koordinator, dan pendukung dari pelaksanaan diplomasi publik, namun aktor negara tersebut kian mengembangkan implementasi dari diplomasi publik.

Pengembangan penerapan diplomasi publik ini terjadi melalui kerja sama yang erat dengan anggota jaringan yang melibatkan aktor negara dan non-negara. Dengan keterlibatan aktor non-negara ini, pemerintah selaku aktor negara dapat mencari dukungan terhadap suatu kebijakan, memasarkan citra, mengembangkan dialog, serta mengkonstruksi pemahaman secara bersama-sama guna menghadirkan solusi terhadap masalah transnasional.

Di Indonesia, Cina berperan dalam mengadakan Festival Kue Bulan di kedutaan besar Cina di Jakarta. Selain aktor negara melalui duta besarnya di Indonesia, Lu Kang juga melibatkan aktor non-negara. Aktor non-negara dalam diplomasi publik menjadi lima kelompok. Namun pada penyelenggaraan Festival Kue Bulan, Cina hanya melibatkan empat kelompok aktor non-negara. Salah satu aktor non-negaranya berasal dari kelompok bisnis yakni perusahaan makanan & minuman seperti Aice dan Mixue, dimana kehadiran perusahaan-perusahaan ini bertujuan untuk memasarkan minuman dingin dan es krim yang berasal dari Cina. Sehingga, masyarakat Indonesia yang datang ke festival tidak hanya menikmati kue bulan saja, tapi juga menikmati minuman dingin

dan es krim dari Cina. Dengan demikian, masyarakat Indonesia dapat merasakan atmosfer meriah dari festival tradisional Cina melalui kedutaan besarnya di Jakarta.

Selain itu, Lu Kang selaku Duta Besar Cina di Indonesia dalam Festival Kue Bulan ini juga merangkul organisasi budaya seperti seniman lokal Cina. Keterlibatan seniman lokal asal Cina ini dapat menghadirkan musik dan tarian tradisional. Dalam festival ini, Cina turut menyajikan pertunjukan piano empat tangan oleh anak-anak dan *Opera Peking*. Opera Peking merupakan opera yang berisi kumpulan sejumlah sistem vokal, seperti Opera Yiyang dari Jianxi, Han dari Hubei, Opera Errhuang, Xipi, Liushui, Jiangsu Kunqiang, dan Qinqiang Shaanxi. Tidak hanya itu, Opera Peking adalah opera yang berasal dari Beijing yang menyajikan cerita rakyat (Gruzynski et al., 2021).

Keterlibatan seniman lokal Cina dalam festival kue bulan ini tidak hanya menampilkan musik dan tarian tradisional, tapi juga memperkenalkan alat musik tradisional seperti guzheng. Guzheng merupakan alat musik tradisional Cina yang mempunyai 5 senar yang dimainkan dengan cara dipetik. Penggunaan dari alat musik tradisional khas Cina ini terjadi pada perayaan ulang tahun, acara pernikahan, perayaan imlek, acara pertunjukan, dan festival musik atau budaya (Nita & Leonardo, 2021).

Pertunjukan musik dan tarian tradisional ini bertujuan agar masyarakat Indonesia yang berkunjung ke kedutaan dapat lebih mengenal budaya Cina. Di samping itu, Cina juga merangkul kelompok akademisi dengan kehadiran lembaga think tank pada festival tersebut. Dengan demikian, penyelenggaraan festival kue bulan oleh Cina yang melibatkan sejumlah aktor non-negara mengakibatkan hubungan Cina dengan Indonesia dapat berkembang dan menjalin hubungan persahabatan.

Dimensi Konten

Pemanfaatan domain budaya oleh Cina ini meliputi kegiatan kebudayaan yang memiliki kaitan yang erat dengan diplomasi budaya. Kehadiran diplomasi budaya bermanfaat bagi negara karena negara dapat mencapai suatu kepentingan dengan diplomasi budaya (Nugroho et al., 2024). Dalam praktiknya, jenis diplomasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat dalam meraih kepentingan nasional di negara lain pada sektor kebudayaan, namun juga dapat melibatkan diri pada pembentukan kondisi yang dapat menghadirkan keuntungan bagi perwujudan yang signifikan dari tujuan kebijakan luar negeri suatu negara pada sektor lain, seperti ekonomi (Gumenyuk et al., 2021).

Selain itu, bentuk dari jenis diplomasi ini bersifat informal sehingga seluruh instrumen dalam masyarakat dapat mengambil peran, dimana aktor tidak hanya pemerintah saja (Nugroho et al., 2024). Dengan demikian, penerapan diplomasi budaya tidak hanya terjadi antar pemerintah, namun juga dapat melibatkan aktor non-negara baik secara individu maupun kelompok (Nabilah & Yunanto, 2024).

Diplomasi budaya ini mempunyai tujuan utama untuk memberikan pengaruh pendapat umum baik di tingkat nasional maupun internasional guna menyokong kebijakan politik luar negeri. Jenis diplomasi ini dikenal dengan diplomasi soft power karena adanya pemanfaatan instrumen kesenian sebagai sarana diplomasinya, berbeda dengan diplomasi hard power yang memanfaatkan senjata yang dekat dengan peperangan (Nabilah & Yunanto, 2024).

Diplomasi dengan soft power ini bertujuan untuk menarik hati dan perhatian masyarakat serta negara lain (Yani & Lusiana, 2018). Dengan domain budaya, Cina di Indonesia memanfaatkan diplomasi budaya sebagai alat dalam memperoleh kepentingan nasionalnya. Wujud upaya pemerintah Cina dalam melaksanakan diplomasi dengan memanfaatkan sektor budaya yakni melalui festival kue bulan, dimana pemerintah menjadikan festival ini sebagai alat diplomasi yang menggunakan keberagaman budaya Cina dengan harapan pelaksanaan festival ini di Indonesia akan memperkenalkan budaya Cina ke Indonesia dan mempermudah Cina dalam memperoleh kepentingan nasionalnya.

Penerapan Festival Kue Bulan di Indonesia oleh Cina terjadi dengan melibatkan kelompok aktor non-negara dari organisasi budaya. Pelaksanaan Festival Kue Bulan oleh Cina di Indonesia melalui kedutaan besarnya yang ada di Jakarta. Dalam festival ini, Cina melalui Duta Besarnya di Indonesia menggaet aktor non-negara dari organisasi budaya seperti seniman lokal Cina. Keikutsertaan para seniman lokal Cina ini dalam festival ini dapat merangkul masyarakat Indonesia yang datang ke kedutaan dengan mempersilahkan menggunakan hanfu yakni pakaian tradisional Cina.

Hanfu merupakan busana tradisional Cina yang berasal dari suku Han yang merupakan suku terbesar yang berada di Cina (Syaefullah & Anggapuspa, 2023). Pemakaian hanfu pada awalnya hanya boleh bagi petinggi kekaisaran dan akan mendapatkan hukuman mati apabila melanggar peraturannya, namun kini banyak orang yang telah mengenakan hanfu. Bahkan, hanfu telah berkembang menjadi pakaian umum dalam bepergian dan bermain (Ramadarti & Rudiansyah, 2022).

Selain itu, kehadiran dari para seniman lokal Cina pada Festival Kue Bulan ini mengakibatkan adanya berbagai kegiatan lokakarya, seperti merias wajah untuk Opera Peking, belajar kaligrafi dan alat musik nasional Cina, serta menghadirkan *cutterstic*. *Cutterstic* atau seni potong kertas merupakan seni yang berasal dari Cina dalam memotong kertas dan menjadikan kertas sebagai medianya. Bentuk seni ini mengkombinasikan antara keterampilan tangan, kelembutan, dan imajinasi dari seniman (Linda et al., 2024).

Kehadiran lokakarya ini menyebabkan masyarakat Indonesia yang datang ke kedutaan dapat mempelajari dan mengetahui keindahan dari budaya lokal Cina pada festival tersebut. Tidak hanya itu, Cina melalui Duta Besarnya di Indonesia dalam penyelenggaraan festival kue bulan ini memiliki tujuan menumbuhkan rasa kekeluargaan antara Cina dengan Indonesia. Festival kue bulan dalam hal ini menjadi momentum pertemuan antara para keluarga yang berguna untuk memperkuat rasa kekeluargaan (Febriari, 2023). Tumbuhnya rasa kekeluargaan di antara Cina dengan Indonesia akan berdampak positif bagi hubungan kedua negara tersebut.

Dimensi Instrumen

Pada implementasi diplomasi publik dalam Festival Kue Bulan, Cina menggunakan berbagai macam instrumen, diantaranya media, acara berskala besar, program pertukaran, serta pertemuan secara daring. Eksistensi dari media mampu memberikan dampak yang cukup signifikan dalam mempengaruhi opini publik. Media mampu melakukannya karena media dapat melakukan framing terhadap suatu peristiwa.

Dengan framing, media dapat menuntun para pembacanya untuk mempunyai pikiran dan pandangan yang sejalan dengan kerangkanya (Kusumajanti & Nashier, 2021).

Oleh karena itu, Cina memanfaatkan instrumen media pada Festival Kue Bulan yang mengacu pada adanya pemberitaan positif mengenai aktivitas diplomasi publik Cina terhadap Indonesia melalui Festival Kue Bulan, salah satunya Metro News. Media ini memberitakan sebuah artikel yang menyoroti aktivitas diplomasi publik Cina terhadap Indonesia melalui Festival Kue Bulan. Dalam festival ini, Cina melalui kedutaan besarnya di Indonesia tidak hanya menampilkan dan mempersembahkan pertunjukan baik itu tari tradisional maupun alat musik tradisional, tapi juga mempersilahkan masyarakat Indonesia yang berkunjung ke kedutaan besarnya untuk membuat kue bulannya sendiri.

Selain Metro News, Antara News juga memberitakan mengenai gelaran festival kue bulan di kawasan kuliner Jakarta Timur. Pada pemberitaannya, Antara News menyebutkan bahwa Perempuan Indonesia Tionghoa (PINTI) merupakan salah satu anak organisasi dari Perhimpunan Indonesia Tionghoa (INTI) yang menjadi pihak penyelenggara festival ini. Perhimpunan Indonesia Tionghoa (INTI) adalah organisasi yang berdiri sejak 5 Februari 1999, dimana ada 18 orang Warga Negara Indonesia yang menginisiasi pendirian organisasi ini.

Sekelompok orang tersebut mendirikan organisasi ini karena adanya rasa kepedulian terhadap penyelesaian terkait permasalahan Tionghoa. Oleh karena itu, semangat multikulturalisme menjadi pondasi berdirinya organisasi ini yang sejalan dengan semangat Mukadimah UUD 1945 yang bebas, egaliter, pluralis, inklusif, demokratis, dan terbuka bagi seluruh Warga Negara Indonesia (Marta, 2018).

Pada Festival Kue Bulan ini, Perempuan Indonesia Tionghoa (PINTI) menggandeng sejumlah aktor baik aktor negara maupun aktor non-negara, seperti Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) Indonesia dan berbagai paguyuban. Festival ini tidak hanya menjadi ajang berkumpulnya sanak saudara untuk menikmati kue bulan, namun juga menjadi wadah persembahan sejumlah pertunjukan seni, bazar kuliner usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dan lomba baik untuk anak-anak maupun dewasa.

Selain itu, Perempuan Indonesia Tionghoa (PINTI) dalam festival kue bulan ini juga menyajikan pertunjukan tarian khas Xinjiang dan seni bela diri Tai Chi (Prasetyo, 2023). Tai Chi merupakan salah satu seni bela diri dari Cina yang telah berkembang dari abad 17. Tai Chi sendiri memiliki karakteristik yang berada pada konsentrasi pikiran dengan kontrol pernapasan, latihan badan secara menyeluruh dengan postur semi squat serta pergerakan badan berulang kali, melengkung, dan spiral (Jimmy et al., 2019).

Tidak hanya itu, Cina melakukan diplomasi publik dalam Festival Kue Bulan terhadap Indonesia juga memanfaatkan program pertukaran. Pemanfaatan program oleh Cina ini dengan merangkul lembaga pendidikan, seperti Changzhou Institute of Technology. Pada program ini, Cina memberikan beasiswa kuliah kepada mahasiswa Indonesia selama satu semester (Sastra Cina Universitas Brawijaya, 2024).

Selama satu semester, selain mengikuti perkuliahan, mahasiswa Indonesia penerima beasiswa tersebut juga dapat mengikuti festival kue bulan. Tidak hanya melihat

meriahnya festival ini, namun Cina juga melibatkan mahasiswa penerima beasiswa ke dalam kegiatannya. Salah satunya seperti Muhammad Rizky Ramadhan sebagai leader singer pada festival tersebut (Sastra Cina Universitas Brawijaya, 2024). Cina melibatkan mahasiswa tersebut pada festival ini menyebabkan budaya Cina semakin dekat dan dikenal oleh para mahasiswa Indonesia. Kedekatan ini yang kemudian mengakibatkan semakin eratnya hubungan antara Cina dengan Indonesia.

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini ditemukan bahwa Cina menggunakan diplomasi publik terhadap Indonesia pada sektor kebudayaan dengan menyelenggarakan Festival Kue Bulan pada tahun 2023. Dalam hal ini, Cina memanfaatkan diplomasi publik dengan partisipasi dari banyak aktor non-negara, seperti kehadiran seniman lokal Cina, kelompok bisnis, dan akademisi. Selain itu, Cina juga menyusun dan melancarkan strategi yang berpusat pada kebudayaannya dengan memperkenalkan budaya-budaya Cina ke Indonesia. Dengan strategi ini, Cina berupaya untuk memperkenalkan budaya ke Indonesia agar masyarakat Indonesia akrab dan merasa dekat dengan budayanya. Sehingga, rasa akrab dan dekat ini tidak hanya menimbulkan rasa saling percaya yang tidak hanya dirasakan antar negara, tapi juga antar masyarakatnya. Sementara itu dalam proses diplomasi publiknya melalui festival ini, Cina juga menggunakan media publikasi, seperti pemberitaan dari Metro News dan Antara News. Tidak hanya itu, kegiatan pameran pada festival kue bulan dan pertukaran pelajar turut mensukseskan pelaksanaan diplomasi publik Cina terhadap Indonesia melalui Festival Kue Bulan pada tahun 2023.

BIBLIOGRAFI

- Aksoy, M., & Çiçek, A. (2018). Redefining Diplomacy in the 21st Century. *MANAS Sosial Araştırmalar Dergisi*, 7(3).
- Bahari, G. A., Muttaqin, A. Z., Safitri, D. A., Adhimukti, N. R., & Imelda, S. M. (2024). STRATEGI GASTRO DIPLOMASI KOPI KHAS INDONESIA: STUDI KASUS KOPI KALYAN DI TOKYO. *SIYAR Journal*, 4(1), 19–32.
- Desriyanti, L., & Iskandar, I. (2017). *Diplomasi budaya Indonesia melalui wayang kulit di Amerika Serikat*. Riau University.
- Djemat, Y. O. (2021). Diplomasi Publik Indonesia Melalui Bali Democracy Forum. *Dinamika Global: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 6(02), 308–324.
- Gruzynski, C., Hermawan, B., & Apriana, M. (2021). ANALISIS PERBANDINGAN WAYANG ORANG DI SURABAYA DAN OPERA BEIJING (??) J? ngjù DI BEIJING. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*, 5(1), A02–A02.
- Gumenyuk, T., Frotveit, M., Bondar, I., Horban, Y., & Karakoz, O. (2021). Cultural diplomacy in modern international relations: The influence of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(7), 1549–1560.
- Hidayat, A. R., Alifah, N., Rodiansjah, A. A., & Asikin, M. Z. (2024). Sengketa Laut Cina Selatan: Analisis Realis terhadap Perebutan Kekuasaan, Respon Regional, dan Implikasi Geopolitik. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(2), 568–578.
- Jimmy, J., Goysal, Y., Bintang, A., Basri, M., & Mayasari, N. (2019). Tai Chi Sebagai Modalitas Rehabilitasi Stroke. *Neurona Perdosi*. 36(4).
- Kasogi, A., & Saeri, M. (2017). *Kepentingan Tiongkok Melakukan Diplomasi Publik*

- melalui Olimpiade Beijing 2008*. Riau University.
- Kusumajanti, K., & Nashier, A. K. (2021). Peran Media Massa dalam Mendukung Upaya Diplomasi Indonesia terhadap Isu Perbatasan dengan Cina. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 259–268. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i2.2829>
- Linda, R., Dwirianto, S., Purba, K., & Rustam, A. (2024). PELATIHAN SENI CUTTERISTIC SEBAGAI PELUANG USAHA INDUSTRI KREATIF PADA PONDOK PESANTREN AL-QUDS PEKANBARU. *Azam Insan Cendikia*, 3(1), 124–133.
- Martha, J. (2020). Pemanfaatan Diplomasi Publik oleh Indonesia dalam Krisis Covid-19. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 121–130. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3859.121-130>
- Meliana, H., & Rudiansyah, R. (2022). Legenda dan Makna Festival Pertengahan Musim Gugur Bagi Masyarakat Tionghoa di Kota Medan. *CHANGLUN: Chinese Language, Literature, Culture and Linguistic*, 1(1), 52–68. <https://doi.org/10.20884/1.changlun.2022.1.1.7718>
- Nabilah, F., & Yunanto, S. (2024). Pengaruh Korean Wave Sebagai Diplomasi Budaya Korea Selatan Terhadap Peningkatan Industri Kosmetik Di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 2(1), 285–300. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v2i1.2571>
- Nita, N., & Leonardo, O. P. (2021). Analisis Studi Perbandingan Sejarah Alat Musik Kecapi di Indonesia dan Guzheng di Tiongkok. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*, 5(1), A09–A09.
- Nugroho, R. A., Argenti, G., & Gustianti, N. A. (2024). Rumah Budaya Indonesia di Belgia Sebagai Sarana Diplomasi Budaya Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 4976–4985.
- Prasetya, M. N., & Srifauzi, A. (2018). Diplomasi politik Indonesia terhadap kemerdekaan Palestina. *Jurnal PIR: Power in International Relations*, 2(2), 179–193.
- Ramadarti, N., & Rudiansyah, R. (2022). Pemakaian Hanfu dalam Konten Digital Remaja Selama Masa Pandemi. *Reduplikasi: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia*, 1(2), 1–11.
- Syaefullah, W., & Anggapuspa, M. L. (2023). Analisis Visual pada Karakter Agent Sage dalam Game Valorant. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 4(3), 130–140.
- Sudarsono, B., Mahroza, J., & D.W, Suryanto. (2018). Diplomasi Pertahanan Indonesia dalam Mencapai Kepentingan Nasional. *Jurnal Pertahanan dan Bela Negara*. 8(3). 83-102.
- Tettner, S., & Kalyoncu, B. (2016). Gastrodiplomacy 2.0: culinary tourism beyond nationalism. *Ara: Journal of Tourism Research= Revista de Investigación En Turismo*, 6(2), 47–55.
- Wijaya, E., Johan, J., Chandra, T., Chandra, S., & Martha, M. (2022). Juri Desain Poster dan Fotografi Dalam Rangka Perayaan Mid Auntnumn Festival. *JUDIKAT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.35145/judikat.v2i1.1848>
- Yani, Y. M., & Lusiana, E. (2018). Soft power dan soft diplomacy. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 14(2), 48–65.

Copyright holder:

Ramaldy Krisna Indradipradana, Bevita Sari, Muhammad Fauzi Abdul Rachman
(2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

