

BALINALE PUBLIC DIPLOMACY THROUGH BALI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL TOWARDS FOREIGN TOURISTS

Ali Zahid Habibullah¹, Chandra Purnama², Teuku Rezasyah³

Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

Jln. Raya Bandung Sumedang KM 21, Jatinangor 45363

Email: ¹ali14001@mail.unpad.ac.id, ²chandra.purnama@unpad.ac.id,

³teuku.rezasyah@unpad.ac.id

ABSTRAK

Dalam aktivitas diplomasi publik informasi yang diperoleh oleh publik asing tentang suatu negara sering kali bersumber dari lembaga non-pemerintah. Misalnya, buku, film, program televisi, merek, festival, dan produk barang maupun jasa. Dalam bukunya Leonard (2002) menjelaskan bahwa hubungan antara lembaga pemerintah dan non-pemerintah menjadi penting dalam rangka menciptakan aktivitas diplomasi publik yang ideal. Apabila tidak terkendali, sumber informasi yang berasal dari lembaga non-pemerintah dapat menimbulkan masalah bagi kepentingan nasional suatu negara. Karena informasi yang tersebar kepada publik internasional tentang suatu negara akan membentuk citra negara terkait. Indonesia merupakan negara yang menjadikan pariwisata salah satu kepentingan nasionalnya. Festival film internasional menjadi salah satu instrumen yang digunakan oleh Indonesia dalam melaksanakan aktivitas diplomasi publik. Penelitian ini membahas mengenai keberlangsungan diplomasi publik yang dilakukan oleh Balinale terhadap wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Balinale sendiri merupakan lembaga non-pemerintah yang bergerak dalam bidang industri film, khususnya festival film internasional. Teori yang digunakan untuk membahas fenomena tersebut yaitu teori diplomasi publik yang dikembangkan oleh Mark Leonard dengan kualitatif deskriptif sebagai metode penelitiannya. Penelitian ini memperlihatkan jarak antara realita dan teori berkenaan dengan penggunaan festival film internasional sebagai instrumen dari aktivitas diplomasi publik. Dimana pada keberlangsungannya terdapat perbedaan kepentingan antara festival film sebagai sebuah kesenian dan sebagai instrumen untuk mencapai kepentingan negara. Perbedaan tersebut menjadikan peran Balinale sebagai instrumen diplomasi publik menjadi tidak maksimal. Sebuah upaya untuk membangun hubungan yang lebih terintegrasi antara Balinale dan pemerintah Indonesia dianggap perlu dalam rangka memaksimalkan peran Balinale baik sebagai sebuah lembaga kesenian maupun sebagai instrumen diplomasi publik.

Kata Kunci: Diplomasi Publik, Festival Film Internasional, Balinale

PENDAHULUAN

Dalam aktivitas diplomasi publik yang mana hal tersebut merupakan salah satu kajian utama pada ilmu Hubungan Internasional, informasi yang diperoleh oleh publik asing tentang suatu negara sering kali bersumber dari lembaga non-pemerintah. Misalnya, buku, film, program televisi, merek, festival, dan produk barang maupun jasa. Apabila tidak terkendali, sumber informasi yang berasal dari lembaga non-pemerintah dapat menimbulkan masalah bagi kepentingan nasional suatu negara (Leonard, Stead, & Smewing, *Public Diplomacy*, 2002).

Fenomena tersebut menghasilkan urgensi bagi pemerintah untuk bekerja sama dengan lembaga non-pemerintah sebagai upaya untuk mengendalikan informasi terkait negara tersebut. Tentunya, lembaga yang dipilih telah disesuaikan dengan kepentingan negara dan target publik internasional yang dituju. Dalam studi Hubungan Internasional, aktivitas pengendalian atau publikasi informasi yang di targetkan kepada publik asing dikenal dengan aktivitas diplomasi publik. (Leonard, *Diplomacy by Other Means*, 2002).

Salah satu bentuk sumber informasi dari lembaga non-pemerintah adalah film. Sejak awal perkembangannya, film sudah dijadikan instrumen dari diplomasi publik khususnya dalam bentuk propaganda dalam rangka menghadapi isu atau konflik internasional. Penggabungan antara audio dan visual membuat film memiliki peran vital dalam pembentukan opini publik karena lebih efektif untuk menyampaikan pesan sehingga banyak dimanfaatkan sebagai instrumen diplomasi publik (USC Center on Public Diplomacy, 2012). Selain itu, Nicoletti (2021) menilai film merupakan alat yang memiliki kekuatan untuk membentuk identitas serta mendefinisikan hubungan antar budaya.

Dalam ruang lingkup internasional sering kali film dipublikasikan melalui kegiatan festival film internasional. Kegiatan tersebut memiliki fungsi sebagai wadah bagi pegiat film untuk lebih mengenal berbagai budaya di seluruh dunia (Chan, 2011). Selain itu, berbagai negara pun mengintegrasikan strategi diplomasi publik dengan aktivitas festival film internasional. Seperti festival film internasional yang diadakan di Kopenhagen dan Roma yang bertujuan untuk membangun citra kota tersebut dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung (Pedersen & Mazza, 2011). Dari hal tersebut dapat dilihat signifikansi festival film internasional sebagai salah satu instrumen diplomasi publik.

Indonesia sebagai sebuah negara berkembang yang masyarakatnya didominasi oleh agama Islam memiliki dinamikanya tersendiri dalam membentuk dan mempertahankan citra positifnya di masyarakat internasional (Sudarwati, 2009). Salah satu dinamika terkait pemebentukan citra negara yang dihadapi oleh Indonesia adalah perihal isu terorisme. Terkait hal tersebut Indonesia perlu memastikan citra positifnya agar masyarakat internasional dapat merasa aman dan nyaman untuk berkunjung serta beraktivitas di Indonesia.

Salah satu upaya yang dilakukan Indonesia untuk membangun dan mempertahankan citra negaranya adalah dengan membentuk Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik. Awalnya, pada tahun 2002 Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (Kemlu) membentuk Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik (Ditjen IDP). Latar belakang didirikannya Ditjen IDP adalah sebagai strategi untuk melawan opini negatif dari publik internasional terhadap Indonesia yang salah satunya menggunakan instrumen film (Tamara, 2017). Adapun salah satu bentuk pemanfaatan film sebagai instrumen diplomasi publik yang digunakan adalah dengan melibatkan Indonesia pada festival film internasional *Berlinale* dan *European Film Market* (EFM).

Festival film di Indonesia yang memiliki popularitas di kancah internasional salah satunya adalah *Bali International Film Festival*. Festival yang dimulai semenjak tahun 2007 dan masih dilanjutkan hingga sekarang (Balinale, n.d.). *Bali Internasional Film Festival* sendiri merupakan salah satu program yang dilaksanakan oleh sebuah lembaga non-pemerintah yang bernama *Balinale*.

Festival tersebut telah banyak membantu mempopulerkan film-film buatan lokal kepada penonton dari luar negeri. Tujuan utama dari *Balinale* sendiri ialah menjembatani industri sinema Indonesia ke mancanegara. Selain manfaatnya bagi industri perfilman dalam negeri, *Balinale* juga menjadi wadah bagi pembuat film dari seluruh dunia berkumpul untuk berkolaborasi dan berbagi, sesuai salah satu visi dari *Balinale* yaitu menghasilkan kreativitas global (Balinale, n.d.).

Apabila melihat kebelakang, memang belum terlalu banyak riset yang membahas mengenai diplomasi publik *Balinale* melalui instrumen festival film. Beberapa riset terdahulu yang telah dilaksanakan diantaranya kajian mengenai potensi film sebagai instrumen diplomasi publik. Diketahui bahwa film dapat mengandung unsur *soft power* berupa kepentingan nasional. Selain itu, film dapat dijadikan sebagai alat untuk mengangkat isu lingkungan, terorisme, pariwisata, Hak Asasi Manusia (HAM), kesehatan, kemiskinan, dan sebagainya. Hal tersebut dapat dijadikan alat untuk menyampaikan pesan bahwa Indonesia memiliki pemikiran yang sama dengan negara lain pada umumnya dan turut peduli dengan isu global yang ada (Tamara, 2017).

Kajian lainnya terkait festival film internasional sebagai instrumen diplomasi publik juga sudah pernah dilakukan di Indonesia oleh Christina (2018). Penelitian tersebut membahas mengenai diplomasi publik yang dilakukan oleh Indonesia terhadap Australia dengan menggunakan instrumen festival film internasional pada tahun 2014 hingga 2017. Ditemukan bahwa terdapat peran yang dimainkan melalui festival film internasional untuk meredakan ketegangan politik yang sempat melanda kedua negara tersebut. Selain itu berkaitan dengan Indonesia terdapat pula penelitian yang mengkaji film karya anak bangsa yakni *The Raid* sebagai sarana diplomasi budaya yang mempopulerkan seni bela diri Pencak Silat (Fadli, 2016).

Dari pemaparan sebelumnya dapat diketahui beberapa signifikansi festival film internasional sebagai instrumen diplomasi publik di Indonesia. Khususnya, terkait aktivitas *Balinale* dalam mempromosikan industri film Indonesia kepada publik internasional. Selain itu, minimnya penelitian dan literatur terdahulu mengenai diplomasi publik Indonesia melalui festival film internasional menjadikan permasalahan pada penelitian ini menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada upaya diplomasi publik yang dilakukan Indonesia dengan memanfaatkan festival film sebagai instrumen diplomasi publik sebagai upaya mempromosikan potensi pariwisata Indonesia kepada publik internasional. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya maka ditentukan rumusan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Diplomasi Publik *Balinale* melalui Festival Film Internasional terhadap Wisatawan Mancanegara?

METODE PENELITIAN

Tulisan ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang mengacu kepada buku *Qualitative Research from Start to Finish* karya Robert K. Yin. Penggunaan referensi tersebut berdasarkan kelengkapan dari metode yang dijabarkan serta penilaian peneliti terhadap kejelasan dari langkah-langkah pedoman penelitian yang dituliskan. Yin mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai suatu penelitian yang mempelajari arti dari kehidupan orang-orang didalam kondisi dunia nyata yang juga memiliki kemampuan untuk mencakup kondisi kontekstual seperti kondisi sosial, institusional, dan lingkungan dimana orang-orang tersebut hidup (Yin, 2011, pp. 8–9). Penelitian kualitatif memiliki kelebihan untuk menangkap makna-makna yang ada pada sebuah peristiwa atau fenomena (Yin, 2011, p. 93). Pencarian makna-makna ini sebenarnya adalah pencarian terhadap konsep yang sifatnya lebih abstrak ketimbang data-data yang didapatkan dari

studi empiris (Yin, 2011, p. 93). Pada kaitannya dengan ilmu Hubungan Internasional berarti mengharuskan untuk fokus terhadap makna dan proses yang membentuk politik internasional. Hal tersebut biasanya dilakukan melalui studi mendalam terhadap fenomena, peristiwa, negara, organisasi, atau individu tertentu yang berkaitan dengan hubungan internasional.

Penelitian kualitatif dipilih menjadi metode dalam penelitian ini karena kemampuannya untuk pengungkapan makna-makna abstrak yang kemudian dapat disajikan melalui penjelasan deskriptif. Jenis metode penelitian kualitatif yang akan diambil adalah metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi terhadap fenomena yang dibahas melalui data-data yang didapatkan. Lebih lanjutnya, dalam penelitian ini akan dilakukan pendeskripsian dari aktivitas diplomasi publik yang dilakukan oleh Balinale terhadap wisatawan mancanegara melalui media festival film internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. DEFINISI DIPLOMASI PUBLIK

Kajian Diplomasi dalam ilmu Hubungan Internasional mengalami perkembangan yang salah satunya melahirkan konsep diplomasi publik. Istilah "diplomasi publik" diperkenalkan ke dalam lingkungan akademik pada tahun 1965, ketika Edmund Gullion mendirikan Pusat Diplomasi Publik Edward R. Murrow. Pada masa tersebut diplomasi publik dikenal sebagai pengaruh sikap publik dalam pembentukan dan pelaksanaan kebijakan luar negeri. Selain itu yang menjadi cakupan dari diplomasi publik pada masa itu adalah dimensi hubungan internasional di luar diplomasi tradisional seperti pembentukan opini publik oleh pemerintah di negara lain, interaksi antara kelompok kepentingan swasta dari negara yang berbeda, interaksi antara diplomat dan jurnalis asing, juga proses komunikasi antar budaya (Dizard, 2001).

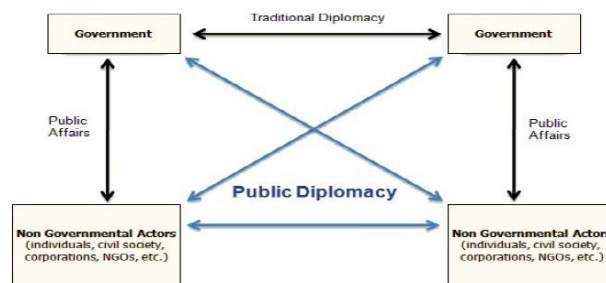
Tidak lama setelah masa tersebut istilah diplomasi publik mendominasi pemerintah AS, dan memberikan landasan teoritis yang diperlukan untuk kegiatan eksternal Badan Intelijen Amerika pada tahun 1953. Karena kegiatan lembaga ini dalam opini publik pada dasarnya didefinisikan sebagai propaganda, sebuah istilah yang telah memperoleh konotasi negatif, USIA menerima istilah "diplomasi publik" sebagai deskripsi kegiatan resminya. Adapun Departemen Luar Negeri AS mendefinisikan diplomasi publik sebagai program yang didanai pemerintah AS yang dirancang untuk menginformasikan atau mempengaruhi opini publik di luar negeri (Wolf & Rosen, 2004).

Sejalan dengan definisi yang berkembang pada masa tersebut, Hans Tuch mendefinisikan diplomasi publik sebagai proses komunikasi pemerintah suatu negara dengan khalayak asing dalam rangka menjelaskan gagasan, institusi dan budaya, serta kepentingan dan kebijakan nasionalnya (Tuch, 2010). Tuch mengembangkan istilah diplomasi publik sebagai upaya resmi pemerintah untuk mengelola lingkungan komunikasi luar negeri dalam rangka mengurangi kesalahpahaman dan mempererat hubungan antara AS dan negara-negara lain. Dalam konteks ini kepentingan nasional diungkapkan kepada publik asing melalui berbagai cara, termasuk program internasional, pembinaan jurnalis dan akademisi asing, pertukaran budaya dan pendidikan, jadwal kunjungan dan konferensi, juga publikasi.

Griffin Malone memperluas definisi diplomasi publik hingga mencakup kebutuhan untuk memahami orang lain sebagai hal mendasar bagi keberhasilan diplomasi publik. Lebih lanjutnya Malone mengemukakan bahwa pemahaman akan motif, budaya, sejarah, bahasa dan psikologi

publik yang akan dijadikan target diplomasi menjadi kunci kesuksesan dari aktivitas diplomasi publik itu sendiri (Gurgu & Cociuban, 2016). Adapun John Brown menggambarkan diplomasi publik sebagai proses yang melibatkan tiga peran, yaitu penyebaran informasi, pendidikan dan pertukaran budaya. Terdapat juga Philip Taylor yang menggunakan istilah "manajemen persepsi" untuk menggambarkan peran informasi dari diplomasi publik dalam hal ini dengan menggambar perbedaan antara urusan publik, kepentingan publik, operasi psikologis, manajemen media, dan diplomasi publik (Gurgu & Cociuban, 2016).

Terdapat juga para peneliti dalam bidang diplomasi budaya, seperti yang ditekankan oleh Kevin Mulcahy dan Harv Feigenbaum, yang membahas mengenai perbedaan antara diplomasi publik dan budaya. Bahwasanya diplomasi publik bergerak ke arah penyebaran informasi dan mempromosikan kebijakan dalam jangka pendek, sedangkan diplomasi budaya adalah membangun hubungan jangka panjang (Gurgu & Cociuban, 2016). Lebih lanjutnya, Mulcahy dan Feigenbaum juga melakukan studi komparasi mengenai perbedaan diplomasi publik dan tradisional yang hasilnya tertuang pada skema berikut:



Gambar 1. Traditional Diplomacy vs Public Diplomacy (Gurgu & Cociuban, 2016)

Perbedaan antara diplomasi publik dan diplomasi tradisional yaitu diplomasi publik melibatkan kelompok masyarakat yang lebih luas pada aktor-aktor yang menjalankan hubungan internasional, juga kepentingan yang lebih luas melebihi kepentingan dari pemerintah itu sendiri (Leonard, Stead, & Smewing, 2002). Selanjutnya Leonard mengembangkan definisi diplomasi publik melalui kajiannya terhadap aktivitas diplomasi publik Inggris. Leonard menuliskan bahwa diplomasi publik mendefinisikan citra dan reputasi suatu negara sebagai barang publik yang dapat mempengaruhi kepentingan individu (Leonard, Stead, & Smewing, 2002). Citra dan reputasi tersebut dipengaruhi oleh kemampuan suatu negara dalam menanggapi isu-isu tertentu. Misalnya, kemampuan suatu negara dalam mempublikasikan nilai kebudayaan mereka yang memiliki dampak positif terhadap penjualan produk asal negara tersebut. Dapat disimpulkan bahwa definisi diplomasi publik menurut adalah upaya negara dalam menciptakan atau mempertahankan reputasinya dalam rangka membangun hubungan dengan negara lain agar kepentingan nasionalnya dapat terpenuhi.

Menurut Leonard, lembaga non-pemerintah memiliki kelebihan untuk dijadikan instrumen diplomasi publik. Kelebihan yang dimaksud adalah tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi terhadap lembaga non-pemerintah dari pada lembaga resmi pemerintah (Leonard, Stead, & Smewing, 2002). Oleh karenanya pemerintah suatu negara dapat mengatasi kondisi tersebut melalui kerja sama dengan lembaga non-pemerintah yang memiliki tujuan yang serupa. Strategi

diplomasi tersebut memiliki istilah yang berbeda, yaitu: NGO diplomacy, diaspora diplomacy, political party diplomacy, dan brand diplomacy.

Dalam menjelaskan terkait konsep diplomasi publik, Leonard menggambarkan proses keberlangsungan diplomasi publik ke dalam bentuk dimensi diplomasi publik, yaitu (Leonard, Stead, & Smewing, 2002):

1. *Reactive (News Management)*: Menanggapi suatu isu melalui cara yang sesuai dengan tujuan strategis suatu negara, aktivitas ini dilakukan dalam jangka waktu hitungan jam hingga hari.
2. *Proactive (Strategic Communication)*: Secara proaktif membuat agenda berita melalui kegiatan dan peristiwa yang dirancang untuk memperkuat pesan inti dan mempengaruhi persepsi publik asing, aktivitas ini dilakukan dalam jangka waktu hitungan minggu hingga bulan
3. *Relationship Building*: Membangun hubungan jangka panjang dengan publik asing untuk menyebarkan nilai dan kepentingan negara dan mempelajari nilai dan kepentingan negara lain, aktivitas ini dilakukang dalam jangka waktu hitungan tahun.

Pada praktiknya, setiap negara memiliki seperangkat lembaga yang berbeda untuk mengelola strategi diplomasi publiknya. Beberapa lembaga termasuk bagian dari pemerintah, namun terdapat juga lembaga yang bersifat independen. Masing-masing akan memiliki misi dan prioritasnya sendiri. Untuk mempraktekkan diplomasi publik secara efektif, penting untuk memeriksa institusi sebagai spektrum dan melihat apakah ada kesenjangan antara institusi yang belum terisi dalam mencapai tujuan negara itu sendiri (Leonard, Stead, & Smewing, 2002). Adapun teori diplomasi publik yang dikemukakan oleh Leonard akan dijadikan sebagai alat analisis utama dalam kajian ini.

FESTIVAL FILM INTERNASIONAL SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI PUBLIK

Secara umum festival film dipandang sebagai jenis acara penghargaan, yang bertujuan untuk membangun reputasi profesional film, juga sebagai tempat pertemuan industri film yang menjadi wadah mediasi antara seni dan bisnis (Pedersen & Mazza, 2011). Kegiatan tersebut memberikan manfaat bagi pihak yang memiliki kepentingan untuk sekedar merayakan usaha yang telah dilakukan, membentuk peringkat dan klasifikasi, hingga membangun identitas. Disebutkan juga bahwa Festival film internasional memiliki fungsi sebagai sebuah wadah bagi penggemar film untuk berpartisipasi ke dalam semacam tur berbagai budaya di seluruh dunia (Chan, 2011). Lebih dari itu, festival film menjadi sebuah wadah berbagai negara untuk membangun citra atau sekedar menceritakan suatu fenomena atau isu yang sedang atau telah dialami kepada publik asing.

Interantional Federation of Film Producers Associations (IFFPA) menjadi satu-satunya organisasi internasional yang menaungi produser film dan televisi secara global (FIAPF, n.d.). Secara umum IFFPA memiliki fungsi untuk mengatur regulasi dan standarisasi dalam rangka mendukung pendistribusian film secara global. IFFPA juga mengatur regulasi dari pelaksanaan festival film internasional, khususnya terkait kerjasama antara pihak industri film dan penyelenggara kegiatan. Hingga saat ini IFFPA memiliki anggota sebanyak 34 organisasi produser dari 27 negara. Organisasi ini didirikan pada tahun 1933 dan memiliki basis di kota Brussels, Belgia.

Akreditasi IFFPA memandang bahawa suatu acara film dapat dikatakan sebagai festival film internasional apabila:

- a. Acara tersebut menyatukan film-film dunia, yaitu mempertunjukkan film-film yang berasal dari negara-negara lain selain negara penyelenggara. Selain itu, mengundang industri internasional yang terakreditasi, pres, maupun perwakilan media serta masyarakat umum;
- b. Festival film harus berlangsung dalam jangka waktu yang terbatas. Hal ini berarti pelaksanaannya diadakan setiap setahun sekali atau dua tahun sekali dan dilaksanakan secara berkelanjutan dan di kota yang telah ditentukan.

Terdapat kesamaan tujuan apabila kita membandingkan antara konsep diplomasi publik dan festival film internasional, keduanya sama-sama memiliki tujuan untuk membangun citra. Maka dari itu, tidak sedikit negara yang menggunakan film sebagai salah satu media yang digunakan dalam aktivitas diplomasi publiknya. Salah satunya adalah Indonesia yang menjadikan festival film internasional sebagai salah satu media diplomasi publik. *Focus Group Discussion* (FGD) dengan judul Film Sebagai Aset Diplomasi Publik yang diselenggarakan oleh Kemlu pada tahun 2014 menjadi salah satu contoh upaya pemerintah Indonesia dalam menjadikan festival film internasional sebagai media diplomasi publik (Ditjen IDP, 2014).

Selain itu, beberapa contoh bentuk aktivitas diplomasi publik Indonesia melalui media festival film internasional dapat dilihat dalam bentuk keikutsertaan dalam festival film internasional yang diselenggarakan oleh negara lain atau bahkan menyelenggarakan festival film internasional sendiri. Seperti pengadaan festival film dan penayangan film Indonesia di Australia yang memiliki peran terhadap penurunan ketegangan politik yang sempat terjadi antara kedua negara tersebut (Christina, Diplomasi Publik Indonesia Melalui Bidang Perfilman (Festival Film & Film) di Australia Bagi Keeratan Hubungan Kedua Negara, 2018). Terdapat juga penayangan film karya masyarakat Indonesia dalam American Film Institute (AFI) pada tahun 2019. Partisipasi dalam penayangan film di AFI memberi dampak yang baik pada hubungan diplomasi publik kedua negara, karena perfilman Indonesia kemudian tidak menjadi hal yang asing lagi bagi publik negara Amerika Serikat (Angela, 2020).

AKTIVITAS DIPLOMASI PUBLIK BALINALE MELALUI FESTIVAL FILM INTERNASIONAL

Bali International Film Festival atau biasa disebut dengan istilah Balinale merupakan sebuah kegiatan tahunan dalam bentuk festival film internasional yang diselenggarakan oleh organisasi non-pemerintah dengan nama Bali Film Center yang merupakan bagian dari Yayasan Bali Taksu Indonesia. Sebenarnya usaha untuk mendirikan Bali Film Center sudah ada sejak tahun 2002. Namun tanggapan dari pemerintah Indonesia baru keluar di tahun 2004, tepatnya melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang kemudian mendukung Bali Film Center sebagai perwakilan Indonesia dalam mengembangkan dunia perfilman Indonesia (Bali Advertiser, 2008).

Beragam program kerja yang dilaksanakan oleh Balinale secara umum bertujuan untuk menarik para pembuat film asing untuk memanfaatkan sumber daya alam dan manusia yang ada di Indonesia. Pemanfaatan tersebut seperti dalam bentuk memberdayakan aktor dan aktris Indonesia dan melakukan lokasi pengambilan gambar di Indonesia. Lokasi yang digunakan dalam film memiliki kekuatan untuk mendorong kunjungan wisatawan baik domestik maupun

mancanegara. Seperti yang terjadi pada film triologi *The Lord of the Rings* yang menggunakan Selandia Baru sebagai lokasi pembuatan film. Penggunaan Selandia Baru sebagai lokasi pengambilan gambar menghasilkan citra positif yang akhirnya meningkatkan sektor pariwisata, lapangan pekerjaan, pendapatan, serta membantu merevitalisasi industri film dalam negeri. Dampak tersebut yang diharapkan dapat terjadi di Indonesia melalui beragam aktivitas festival film internasional yang dilaksanakan oleh Balinale (Bali Advertiser, 2008).

Berdasarkan yang telah dijelaskan oleh Leonard (2002) bahwa diplomasi publik adalah upaya negara dalam menciptakan atau mempertahankan reputasinya dalam rangka membangun hubungan dengan negara lain agar kepentingan nasionalnya dapat terpenuhi. Dalam riset ini, Balinale memiliki posisi sebagai bagian dari negara Indonesia yang memiliki peran dalam menciptakan dan mempertahankan citra Indonesia khususnya dalam sektor pariwisata.

Pada penjelasan sebelumnya, dapat kita lihat proses komunikasi yang terjadi antara negara Indonesia melalui Balinale terhadap publik asing khususnya dalam sektor pariwisata. Mengacu pada model komunikasi Lasswell bahwa komunikasi akan berjalan dengan baik apabila melalui lima tahap. Kelima tahap itu adalah *Who*: Siapa orang yang menyampaikan komunikasi (komunikator). *Say What*: Apa pesan yang disampaikan. *In Which Channel*: Saluran atau media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi. *To Whom*: Siapa penerima pesan komunikasi (komunikan). *Whit what Effect*: Perubahan apa yang terjadi ketika komunikan menerima pesan komunikasi yang telah tersampaikan (Severin & Tankard, 1992). Berdasarkan model tersebut, Balinale berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan kepada publik asing. Adapun media yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi adalah festival film internasional. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut salah satunya terkait potensi sumber daya Indonesia dalam bidang perfilman yang disampaikan kepada para sineas mancanegara sebagai komunikan. Adapun perubahan yang terjadi ketika komunikan menerima pesan tersebut adalah terjalannya hubungan kerjasama antara sineas Indonesia dan mancanegara serta penggunaan Indonesia sebagai lokasi pembuatan film yang salah satunya akan berpengaruh pada sektor pariwisata Indonesia.

Reactive

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa unsur yang diperhatikan dalam dimensi ini adalah bagaimana aktor hubungan internasional terkait melakukan sebuah reaksi terhadap berita atau isu global. Apabila mengacu pada teori Leonard (2002), idealnya terdapat sebuah manajemen komunikasi yang baik antara aktor pemerintah terkait dalam hal ini contohnya adalah Kementerian Luar Negeri dengan aktor domestik yang melakukan aktivitas diplomasi publik seperti Balinale. Manajemen komunikasi yang dimaksud adalah penyeragaman informasi mengenai sikap atau respon terkait berita atau isu global tertentu agar sesuai dengan sikap negara terkait dalam rangka mencapai kepentingan negara tersebut.

Contoh dari aktivitas diplomasi publik dimensi reaktif yang dilakukan oleh Balinale dapat kita lihat dari beragam unggahan yang dilakukan oleh dalam media sosial Twitter. Secara umum, media sosial memiliki peran yang signifikan khususnya pada masa pandemi karena memungkinkan orang berinteraksi seperti berbagi pengalaman pribadi hingga sudut pandang satu sama lain secara *real-time* dan global (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020). Seperti yang kita ketahui bahwa Twitter merupakan salah bagian dari komunikasi massa yang menjadi media untuk berkomunikasi dengan khalayak, baik oleh individu maupun kelompok (Abraham, 2014). Bahkan di Indonesia sendiri Twitter telah menjadi platform penting dan populer dalam komunikasi digital

(Emeraldien, Sunarsono, & Alit, 2019). Maka dari itu aktivitas Balinale dalam media sosial Twitter dapat dikategorikan sebagai bagian dari diplomasi publik dimensi *reactive*.

Bersumber dari akun resminya, per tanggal 17 Juni 2022 Balinale memiliki 3.056 pengikut dan mengikuti 459 akun lainnya. Secara umum, *tweet* yang di unggah oleh Balinale memiliki dua tujuan. Yang pertama adalah untuk mempromosikan kegiatan-kegiatannya seperti informasi terkait teknis hingga substansi pelaksanaan kegiatan. Kedua, *tweet* atau unggahan mengenai sikap Balinale terhadap beragam fenomena besar yang terjadi di dunia. Beberapa contohnya seperti unggahan mengenai simpati dalam mengenang tragedi terorisme yang pernah terjadi di Amerika pada 11 September 2001. Terdapat juga unggahan mengenai perayaan hari-hari besar nasional dan internasional seperti Hari Kartini dan Hari Bumi. Kedua *tweet* tersebut merupakan bentuk komunikasi harian yang termasuk kedalam aktivitas diplomasi publik dimensi *reactive* yang dilakukan oleh Balinale.

Selain Twitter, Balinale juga menggunakan Instagram sebagai media komunikasi massa untuk melakukan aktivitas komunikasi hariannya. Di Indonesia sendiri pengguna aktif media sosial mencapai 59% dari total populasi dunia, untuk pengguna Instagram sendiri, Indonesia menjadi negara keempat terbesar di dunia dengan usia pengguna tertinggi berada pada rentan 18-34 tahun (Damayanti & Yuriawan, 2020). Sedikit lebih unggul dari Twitter, bersumber dari akun resmi Instagramnya, per tanggal 17 Juni 2022 Balinale memiliki 4.222 pengikut dan mengikuti 499 akun lainnya. Layaknya dalam platform Twitter, akun resmi Instagram Balinale secara umum memiliki dua jenis unggahan. Yaitu unggahan yang bertujuan untuk publikasi aktivitasnya dan unggahan yang bertujuan untuk memperingati beragam momentum besar baik dalam level nasional hingga internasional.

Jika dibandingkan dengan aktivitasnya di Twitter, aktivitas komunikasi harian Balinale pada platform Instagram memiliki intensitas yang lebih tinggi. Bahkan, pada tahun 2022 Balinale belum melakukan aktivitas komunikasi apapun dalam platform Twitter dengan intensitas komunikasi hariannya yang dilakukan pada tahun 2021 hanya sekitar dua unggahan setiap minggunya. Adapun untuk aktivitas komunikasi hariannya dalam platform Instagram, Balinale dapat melakukan hingga tiga belas unggahan setiap minggunya. Berdasarkan data tersebut dapat kita ketahui bahwa Instagram merupakan platform utama yang digunakan oleh Balinale sebagai media komunikasi harian dengan publik.

Proactive

Bagian ini akan menjelaskan mengenai diplomasi publik Dimensi Proaktif yang dilakukan oleh Balinale terhadap wisatawan mancanegara. Secara total terdapat sembilan program yang masuk ke dalam rangkaian Festival Film Internasional Bali. Kesembilan program tersebut adalah Special Screening and Premiers, Award and Prizes, Filmmakers Gathering, Balinale X Film Industry Forums, Open Air Cinema, Workshop and Seminar, School Visit, Childrens Program, dan Family Program. Sesuai dengan apa yang dipaparkan oleh Leonard dalam bukunya bahwa yang dimaksud dengan Dimensi Proaktif adalah membangun citra positif melalui aktivitas yang dirancang untuk memperkuat pesan inti dalam rangka memengaruhi persepsi publik asing (Leonard, Stead, & Smewing, Public Diplomacy, 2002).

Sembilan program kerja yang dilakukan oleh Balinale dapat diibaratkan sebagai ekosistem yang diciptakan untuk mencapai suatu tujuan utama. Karena setiap programnya memiliki peran yang spesifik dan ketarkaitan antara satu dan lain. Seperti program School Visit, Childrens

Program, dan Family Program yang bertujuan untuk memberi edukasi terhadap masyarakat. Pada akhirnya hasil dari proses edukasi tersebut akan menciptakan pasar atau demand sendiri untuk menunjang program Award and Prizes, Open Air Cinema, dan Wrokshop Seminar. Terdapat juga Filmmakers Gathering dan Balinale X Film Industry Program yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas para pelaku industri film Indonesia sehingga meningkatkan daya saing yang akhirnya akan mendukung keberhasilan program Award and Prizes.

Dalam melakukan aktivitas diplomasi dimensi *proactive* Balinale menggunakan strategi ekosistem bisnis sebagai upaya memaksimalkan program-program yang dimilikinya. Strategi ekosistem bisnis yang dimaksud adalah memastikan seluruh elemen dalam perusahaan atau organisasi dapat bersinergi. Selain itu, pada era globalisasi ini informasi yang tidak terbatas antar negara tentunya memberikan informasi yang lengkap dan menjangkau seluruh negara di dunia. Dampak dari perkembangan informasi di era globalisasi ini meningkatkan pengetahuan dari calon wisatawan terkait dengan tujuan wisata sehingga mereka akan memilih tempat wisata yang sesuai dengan keinginan mereka. Oleh karenanya industri wisata di Indonesia perlu memiliki strategi agar dapat bersaing dalam industri wisata di dunia Sudiarta (Nugroho, Utami, & Doktoralina, 2019).

Relationship Building

Mengacu pada teori Leonard (2002) yang dimaksud dalam dimensi ketiga adalah upaya untuk membangun hubungan yang harmonis dengan aktor-aktor negara lain melalui berbagai agenda seperti program beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi, membangun jaringan nyata dan virtual, dan sebagainya. Secara umum tujuan upaya tersebut adalah untuk menghasilkan citra positif terhadap negara terkait yang pada akhirnya akan mempengaruhi keberpihakan para aktor yang menjadi komunikan dalam aktivitas diplomasi publik.

Dalam praktiknya Balinale telah berhasil membangun berbagai jenis kerjasama dengan aktor mancanegara dalam rangka membangun hubungan jejaring sineas internasional. Beberapa organisasi internasional yang telah menjalin kerjasama dengan Balinale dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1 Kerjasama Nasional dan Internasional Balinale

Professional Affiliations	Government Endorsement
Berlinale Spotlight	Kememparekraf
Middlebury New Filmmakers Festival	Kadin Bali
Asian Film Commissions Network	Kemendikbud
Tokyo International Film Festival	Pemerintah Provinsi Bali
Asia Pasific Screen Awards	ASEAN
Asian Film Award Academy	Wonderful Indonesia
American Indonesian Cultural and Educational Foundation, Inc.	Kementerian Perindustrian Republik Indonesia
America Film Showcase	Asia-Pasific Economic Cooperation
Busan International Film Festival	
The European Independent Film Festival	

Sumber: (Balinale, n.d.)

Pada dasarnya diplomasi publik dimensi *relationship building* telah terintegrasi dalam visi dan misi Balinale, yaitu menjadi jembatan untuk para sineas Indonesia agar dapat berkarir dan berkarya pada tingkat internasional. Selain itu juga Balinale memiliki tujuan untuk menjadi promotor dan fasilitator bagi para sineas baik nasional maupun mancanegara untuk aktivitas pembuatan film yang berlokasi di Indonesia. Dari data dalam tabel di atas kita dapat melihat bahwa Balinale sebagai aktor diplomasi publik Indonesia telah memiliki jaringan kerjasama internasional yang cukup luas. Jaringan tersebut menjadi sebuah potensi bagi Balinale dan pemerintah Indonesia dalam aktivitas diplomasi publiknya. Seperti yang dituliskan Leonard (2002) dalam bukunya bahwa salah satu kelebihan diplomasi publik yang dilakukan oleh aktor non-negara adalah dapat menjangkau kelompok masyarakat internasional yang tidak terjangkau oleh negara.

Hasil dari berbagai kerjasama internasional tersebut dapat dilihat dari keberagaman negara yang terlibat dalam Festival Film Internasional Bali. Pada tahun 2022 negara-negara yang mengikuti Festival Film Internasional Bali diantaranya ada Cina, Korea, Iran, Selandia Baru, Brasil, Amerika Serikat, Spanyol, Inggris, India, Pakistan, Jepang, Polandia, dan Jerman (Hutapea, 2022). Selain itu terdapat juga kerjasama dalam bentuk program kolaborasi yang dilakukan antara Balinale dan Hongkong dalam kegiatan bertajuk Making Waves dan Amerika Serikat dalam kegiatan Art of the Score (Rismoyo, 2022). Disamping kerjasama dengan organisasi, Balinale 2022 juga telah menghadirkan juri-juri berkompeten dalam hal teknis, artistic, dan filmis dari berbagai negara. Di antaranya ialah Robert Chappell sebagai sinematografer dan sutradara, Ismail Basbeth sebagai Produser, Sutradara, dan Penulis, IGP Wiranegara sebagai Sutradara, Kelli Swazey sebagai Penulis dan Sutradara, dan Robin Gurney sebagai Produser.

KESIMPULAN

Secara umum dengan menggunakan perspektif diplomasi publik dari Leonard, Balinale sebagai aktor hubungan internasional telah melakukan aktivitas ketiga dimensi diplomasi publik. Dimulai dari dimensi pertama yaitu *reactive* hingga dimensi ketiga *relationship building* memiliki porsinya masing-masing dalam bentuk berbagai jenis program yang ada di dalam rangkaian kegiatan Festival Film Internasional Bali. Wisatawan mancanegara sebagai komunikan dari aktivitas diplomasi publik Balinale pun dapat dilihat dari partisipan dalam kegiatan Festival Film Internasional Bali yang berasal dari beragam negara. Aktivitas tersebut tentunya sejalan dengan kepentingan nasional Indonesia dalam bidang pariwisata.

Namun, terdapat hal yang perlu diperhatikan ketika melihat penerapan teori diplomasi Leonard dalam kegiatan Balinale. Hal tersebut adalah hubungan antara pemerintah Indonesia sebagai aktor utama dalam aktivitas diplomasi publik. Leonard (2002) berpendapat bahwa aktor non-pemerintah dalam aktivitas diplomasi publik berperan sebagai pendukung upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah.

Adapun pada keberlangsungannya terlihat minim upaya yang terintegrasi antara Balinale dan pemerintah Indonesia. Salah satu penyebabnya adalah belum adanya titik temu yang pas antara peran Balinale sebagai bagian dari aktor diplomasi publik dan sebagai sebuah industri yang bergerak dalam bidang kesenian. Oleh karenanya, upaya dalam bentuk komunikasi antar kedua aktor dalam rangka menemukan titik tengah yang akan menghasilkan sebuah upaya diplomasi publik yang maksimal tanpa menghilangkan nilai-nilai kesenian dalam aktivitas Balinale dianggap perlu dilaksanakan.

REFERENSI

- Abraham, F. (2014). Twitter Utilization As Mass Communications Media. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 67-80.
- Angela, S. (2020, October 3). *Festival Film sebagai Bentuk Diplomasi Publik Indonesia - Amerika Serikat*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/sabilaangela/5f7885d0d541df63cb39b262/festival-film-sebagai-bentuk-public-diplomacy-indonesia-amerika-serikat>
- Bali Advertiser. (2008). *Deborah Gabinetti: Bali Film Center Director*. Retrieved from Bali Advertiser: <https://www.baliadvertiser.biz/deborah/>
- Balinale. (n.d.). *About Us: Balinale*. Retrieved November 19, 2021, from <https://www.balinale.com/about/>
- Chan, F. (2011). The International Film Festival And The Making of National Cinema. *Screen*, 253-260.
- Christina, A. M. (2018, January 9). *Diplomasi publik Indonesia melalui bidang perfilman (festival dan film) di Australia bagi keeratan hubungan kedua negara*. Retrieved November 18, 2021, from Universitas Katolik Parahyangan: <https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/6460/Cover%20-%20Bab1%20-%203314025sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Christina, A. M. (2018). Diplomasi Publik Indonesia Melalui Bidang Perfilman (Festival Film & Film) di Australia Bagi Keeratan Hubungan Kedua Negara. *Skripsi Universitas Katolik Parahyangan*.
- Damayanti, A., & Yuriawan, K. (2020). Instagram as a Medium of Risk Communication in COVID-19 Pandemic: A Netnography Study of Virtual Community KawalCOVID19.id. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 176-193.
- Ditjen IDP. (2014, December 15). Film Sebagai Aset Diplomasi. *Tabloid Diplomasi*, pp. 12-19.
- Dizard, W. (2001). *Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age*. New York: Praeger.
- Emeraldien, F. Z., Sunarsono, R. J., & Alit, R. (2019). Twitter Sebagai Platform Komunikasi Politik di Indonesia. *E-Journal UPN Veteran Jatim*, 21-30.
- Fadli. (2016, March 23). *Film The Radi I Sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan*. Retrieved November 18, 2021, from e-Skripsi Universitas Andalas: <http://scholar.unand.ac.id/3891/>
- FIAPF. (n.d.). *Home*. Retrieved November 17, 2021, from <http://www.fiapf.org/>
- Gurgu, E., & Cociuban, A. D. (2016). The Role of Public Diplomacy In International Relations In Full Process of Globalization. *ICCS*, 125-141.

- Hutapea, B. (2022, June 9). *Digelar 9 - 12 Juni, Bali International Film Festival Hadirkan 63 Film Dari 26 Negara*. Retrieved from Tabloidbintang: <https://www.tabloidbintang.com/film-tv-musik/kabar/read/174480/digelar-9-12-juni-bali-international-film-festival-hadirkan-63-film-dari-26-negara>
- Islam, A. N., Laato, S., Talukder, S., & Sutinen, E. (2020). Misinformation sharing and social media fatigue during COVID-19: An affordance and cognitive load perspective. *Elsevier*.
- Leonard, M. (2002). Diplomacy by Other Means. *JSTOR*, 48-56.
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Nicoletti, M. F., & Barone, J. G. (2021). Cultural Diplomacy on International Film Festivals, during the unprecedented year of 2020. *Revista Internacional de Folkcomunicação*, 208-228.
- Nugroho, L., Utami, W., & Doktoralina, C. M. (2019). Halal Tourism Business Ecosystem in the Maqasid Syariah Perspective. *Perisai: Islamic Banking And Finance Journal*, 84-92.
- Pedersen, J. S., & Mazza, C. (2011). International Film Festivals: For the Benefit of Whom? *Culture Unbound*, 139-165.
- Rismoyo, M. (2022, June 7). *Balinale 2022 Umumkan Kerja Sama Spektakuler dengan Julliard*. Retrieved from Detikhot: <https://hot.detik.com/movie/d-6115157/balinale-2022-umumkan-kerja-sama-spektakuler-dengan-julliard>
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1992). *Communication Theories, Orgins, Methods and Uses in the Mass Medi*. New York: Logman.
- Sudarwati, Y. (2009). Pentingnya Riset Untuk Peningkatan Citra Indonesia. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, 13-16.
- Tamara, R. W. (2017). Potensi Film Sebagai Sarana Diplomasi Publik Indonesia (Partisipasi Indonesia Dalam Berlinale Internasional Film Festival). *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 1011-1024.
- Tuch, H. (2010). *Communicating with the world*. New York: Public Affairs Publishing House.
- USC Center on Public Diplomacy. (2012, March). *Experts Answer: Film and Public Diplomacy*. Retrieved November 15, 2021, from https://usepublicdiplomacy.org/pdin_monitor_article/experts-answer-film-and-public-diplomacy
- Wolf, C., & Rosen, B. (2004). *Public Diplomacy. How to Improve It and Think About*. Santa Monica: Rand Corporation.