



Diplomasi Publik Pemerintah Kabupaten Samosir melalui Festival Samosir Music International 2018

Daniel Walman Hutasoit

Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Padjadjaran, Indonesia; email: danielwalmanhutasoit@gmail.com

Windy Dermawan

Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Padjadjaran, Indonesia; email: Windy16@unpad.ac.id

| Dikirim: 10 April 2019 | Direvisi: 10 Mei 2019 | Diterima: 25 Mei 2019 | Dipublikasikan: 31 Mei 2019 |

Keywords

*Culture,
Public Diplomacy,
Samosir Regency
Government,
Samosir Music
International 2018*

ABSTRACT

The purpose of this article is to describe how public diplomacy is carried out by the Samosir Regency Government through the festival Samosir Music International 2018. The concepts used in this article are the three dimensions of public diplomacy by Joseph Nye; Soft Power; and Sub-Actors national in Public Diplomacy. This research used qualitative research methods. This research found that festival Samosir Music International 2018 had utilized the role of mass media as a daily communication. In order to create more efficient and targeted communication, the Samosir Regency Government had conducted a series of events and the Indonesian music community as a strategic communication medium. In the end, the relationships between related actors, such as national and international music communities, artists, and media partners were the supporters of the creation of sustainable long-term Relationships.

Kata Kunci

Budaya,
Diplomasi Publik,
Pemerintah Kabupaten
Samosir,
Samosir Music
International 2018

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan mendeskripsikan diplomasi publik yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Samosir melalui festival Samosir Music International 2018. Konsep yang digunakan ialah: tiga dimensi publik oleh Joseph Nye (Komunikasi Sehari-hari, Komunikasi Strategis, dan Pembangunan Hubungan Jangka Panjang), *Soft Power*, dan Aktor Sub-nasional dalam Diplomasi Publik. Artikel ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Artikel ini menemukan bahwa festival Samosir Music International tahun 2018 memanfaatkan peran media massa sebagai media komunikasi sehari-hari. Demi menciptakan komunikasi yang lebih efisien dan terarah, Pemerintah Kabupaten Samosir melakukan rangkaian acara dan para komunitas musik Indonesia sebagai media komunikasi strategis. Pada akhirnya, hubungan yang terjalin antara aktor-aktor terkait, seperti para komunitas musik nasional maupun internasional, artis, dan media partner yang menjadi pendukung terciptanya pembangunan hubungan jangka panjang yang berkesinambungan.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan masa kini, Studi Hubungan Internasional yang pada awalnya hanya mempelajari tentang interaksi antara negara berdaulat, telah berubah memasuki wilayah cakupan yang lebih kompleks dan

luas. Hal ini terlihat dari bertambahnya aktor, teori, dan isu dalam hubungan internasional. Perubahan tersebut dapat dilihat dari meluasnya isu yang dihadapi, yaitu isu-isu high politics (pertahanan, militer, politik, ekonomi) hingga ke isu-isu low politics

(budaya, lingkungan, HAM, teknologi informasi & komunikasi, dan diplomasi). Namun, ditengah-tengah perubahan yang dihadapi, negara terus menjadi aktor yang penting dalam kelangsungan hidup, khususnya dalam pengambilan suatu keputusan dan kebijakan (Mas' oed, 1994: 26).

Di masa kini, praktik diplomasi merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Negara membentuk kebijakan luar negeri untuk meningkatkan citra dan reputasinya sehingga dalam jangka panjang dapat menghasilkan pembangunan berkelanjutan dalam berbagai bidang (Perwita & Yani, 2006: 11). Negara menyadari bahwa ada banyak potensi dalam sebuah negara yang dapat dikembangkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan negara, seperti pariwisata, SDA, bahkan budaya. Sehingga seiring dengan berkembangnya zaman, negara semakin bersaing untuk memaksimalkan kekuatan (power) melalui pengembangan di berbagai bidang, dimana salah satunya adalah pengembangan bidang budaya (Sianturi, 2017: 2).

Diplomasi merupakan salah satu instrumen untuk mencapai kepentingan nasional. Diplomasi dapat membangun rasa percaya antar aktor hubungan internasional. Hal ini ditunjukkan dari kompromi dan pembangunan yang dilakukan guna menggapai tujuan-tujuan suatu negara, salah satu contoh dari kompromi dan pembangunan yang dimaksud merupakan aktivitas kebudayaan. Dengan mengembangkan aktivitas kebudayaan, masyarakat dapat menghargai dan mengerti budaya bangsa lain, yang dikarenakan kebudayaan nasional dapat dianggap sebagai identitas nasional suatu bangsa dan dapat menimbulkan rasa saling menghargai antar bangsa. Dikarenakan hal itu pula, suatu negara akan terus berusaha melestarikan kebudayaannya sebagai aset yang berharga (Sianturi, 2017: 2).

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kekayaan kebudayaan. Salah satu kekayaan budaya tersebut dapat

terlihat pada budaya yang dijadikan sebagai basis pariwisata yang telah terdaftar di *United Nations of Education, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO). Akan tetapi, Indonesia tidak henti-hentinya berusaha untuk mempromosikan pariwisatanya agar lebih dikenal masyarakat secara luas, pemerintah Indonesia mempromosikan pariwisatanya dengan membentuk kebijakan pembangunan pariwisata dalam tiga aspek unggulan yaitu pertama, produk alam yang meliputi wisata bahari, ekowisata dan wisata petualangan, kedua, produk budaya yang meliputi wisata warisan budaya dan sejarah, wisata belanja dan kuliner, wisata kota maupun desa, dan yang terakhir, produk buatan manusia (Ratman, 2016).

Sejalan dengan perkembangannya, pemerintah Indonesia membentuk Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPKN) 2010-2025 dengan visi "Terwujudnya Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat" (Kemenpar, 2010). Di dalam RIPKN 2010-2025 ini terdapat 6 pilar yang mengatur tentang pembangunan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), diantaranya:

1. Perwilayahan Pembangunan DPN;
2. Pembangunan Daya Tark Wisata;
3. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata;
4. Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata;
5. Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisataan;
6. Pengembangan investasi di bidang Pariwisata.

Di dalam pelaksanaan pembangunan pariwisata Indonesia khususnya pembangunan daya tarik wisata, pemerintah berusaha menciptakan kegiatan-kegiatan yang menarik bagi masyarakat internasional namun tidak lupa untuk melibatkan masyarakat lokal. Pemerintah menyadari bahwa pembangunan daya tarik wisata dapat dilakukan dengan

pemanfaatan produk budaya. Oleh karena itu untuk dapat melibatkan masyarakat lokal secara langsung, pemerintah Indonesia semakin fokus dalam mengembangkan acara-acara kebudayaan yang telah ada dalam masyarakat sebelumnya. Salah satu kegiatan kebudayaan yang secara langsung diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir dan bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata ialah *Samosir Music International* (SMI (samosirkab.go.id, 2018).

Pemerintah Kabupaten Samosir melihat bidang pariwisata menjadi salah satu keunggulan yang berpotensi besar. Hal ini terlihat dari data Badan Pusat Statistik Kabupaten Samosir, jumlah kunjungan wisatawan ke Samosir pada tahun 2016, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara, tercatat 190.278 orang dan pada tahun 2017 sebanyak 278.059 orang, meningkat signifikan sekitar 45% (samosirkab.go.id, 2018). Oleh karena itu, Pemerintah berfokus kepada sepuluh destinasi yang menjadi prioritas pariwisata di Indonesia. Dalam hal ini Danau Toba masuk ke dalam sepuluh objek wisata tersebut. Berikut 10 lokasi destinasi pariwisata prioritas Indonesia:

Pariwisata Danau Toba dan Samosir dipromosikan melalui kegiatan festival musik yang menarik dan strategis yaitu Festival Samosir Music International (SMI). Di tahun kelima, festival *Samosir Music International* diselenggarakan pada hari sabtu 25 Agustus 2018. Kegiatan ini tidak hanya mempertahankan musik Batak tetapi juga memperkenalkan berbagai musik Batak ke musisi mancanegara yang menjadi pengisi acara. Daya tarik kegiatan ini mengundang para musisi untuk membawakan lagu daerah Batak dengan gaya dan rasa mereka. Tidak hanya itu saja para musisi juga dibantu dengan penggunaan alat musik Batak. Dengan konsep kegiatan seperti ini, nilai *Habatakan* (Kebatakan) terangkat dan lebih diperkenalkan ke dunia yang lebih luas lewat jalur musik dan nilai promosi daerah juga terkandung di dalamnya (Trishandiani, 2018).

Festival *Samosir Music International* (SMI) merupakan salah satu usaha Indonesia untuk mengoptimalkan kegiatan diplomasinya demi mencapai kepentingan nasionalnya dan membangun citra Indonesia itu sendiri. Hal ini sesuai kaitannya dengan visi yang diusung oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia, yaitu “Terwujudnya Wibawa Diplomasi guna Memperkuat Jati Diri Bangsa sebagai Negara Maritim untuk Kepentingan Rakyat” (Kemenlu, 2015). Pemerintah Indonesia melibatkan seluruh elemen bangsa yang bertujuan untuk menciptakan citra positif di mata internasional melalui kegiatan diplomasi demi mencapai kepentingan nasional yang mana hal ini sejalan dengan misi yang diusung oleh Kementerian Luar Negeri. Dalam hal ini, diplomasi publik merupakan salah satu misi yang diusung untuk meningkatkan citra Indonesia (Kemenlu, 2015).

Kementerian Luar Negeri Indonesia dan Kementerian Pariwisata Indonesia memiliki visi dan misi yang berkesinambungan. Kesinambungan visi dan misi kedua kementerian ini dilihat dari bagaimana usaha Indonesia memanfaatkan potensi budaya yang ada di Indonesia untuk menarik sebanyak

Gambar. 1 Lokasi 10 Destinasi Pariwisata Prioritas Indonesia



Sumber: Situs Keminfo RI, 2016

mungkin para wisatawan asing berkunjung ke Indonesia. Dengan kata lain, jika visi dan misi Kementerian Luar Negeri dalam upaya meningkatkan citra Indonesia melalui diplomasi publik berhasil maka visi dan misi dalam bidang pariwisata yang diusung oleh Kementerian Pariwisata akan berjalan lancar (Mardani, 2015). Samosir Music International (SMI) yang telah menjadi ajang festival musik tahunan sejak tahun 2014 hingga tahun 2018 menjadi cerminan bahwa visi dan misi dari Kementerian Pariwisata yang bekerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Samosir benar-benar direalisasikan. Hal ini dilihat dari bagaimana festival Samosir Music International dapat menjadi alat yang digunakan untuk mengembangkan potensi wisata di Kabupaten Samosir agar mampu bersaing dengan wisata lainnya yang ada di Indonesia.

Melihat pelaksanaan festival yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir, maka dapat dikatakan Pemerintah Kabupaten Samosir memiliki peranan yang terkait dalam aktivitas diplomasi publik. Dalam pelaksanaan diplomasi publik, Nye menyatakan bahwa aktivitas diplomasi publik dapat digambarkan melalui tiga dimensi, di antaranya ialah Komunikasi Sehari-hari (Daily Communication), Komunikasi Strategis (Strategic Communications), dan Pembangunan Hubungan Jangka Panjang (Development of Long Term Relationship) (Nye J. , 2004: 8-11) Ketiga dimensi diplomasi publik ini dapat mendeskripsikan diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir dan dapat menentukan berhasil atau tidaknya diplomasi publik yang dilakukan oleh aktor sub-nasional. Dalam riset ini, Pemerintah Kabupaten Samosir yang melakukan diplomasi publik merupakan aktor subnasional. Oleh karena itu, diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir bertujuan agar masyarakat internasional dapat tertarik dan mengerti pesan yang tersampaikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, periset mengambil rumusan masalah, Bagaimana diplomasi publik yang

dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir dalam festival *Samosir Music International* (SMI) 2018? Riset ini akan terfokus pada pelaksanaan kegiatan Samosir Music International 2018 yang dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2018 di Tuktuk Siadong dengan menganalisis diplomasi publik yang dilakukan 6 Pemerintah Kabupaten Samosir, sehingga tujuan diplomasi yang dilakukan dapat tersampaikan kepada masyarakat internasional melalui penyelenggaraan kegiatan tersebut.

KERANGKA KONSEPTUAL

Diplomasi Publik: Budaya

Dalam studi hubungan internasional, salah satu unsur penting yang dapat menggerakkan terjadinya hubungan antarnegara ialah praktik diplomasi. Diplomasi merupakan sebuah langkah yang diterapkan suatu pihak untuk mengadakan dan membina hubungan, baik berupa kegiatan komunikasi antara satu pihak dengan pihak lainnya, maupun kegiatan berupa tindakan politik melalui seseorang yang telah ditunjuk sebagai wakil yang memiliki kekuasaan (Crawford, 2012). Dalam praktiknya, diplomasi merupakan alat utama dalam pencapaian kepentingan nasional yang berkaitan dengan negara lain atau organisasi internasional, sehingga dengan adanya diplomasi sebuah negara dapat membangun citranya.

Menurut Signitzer & Coombs (1992) diplomasi publik ialah cara yang dilakukan oleh pemerintah ataupun masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung guna mempengaruhi pendapat dan posisinya di mata publik negara lain, yang mana mampu mempengaruhi keputusan politik luar negeri dari pemerintah lain. Maka dari itu, keberadaan diplomasi publik memperluas cakupan diplomasi itu sendiri yang secara tradisional yang awalnya berkaitan dengan hubungan negara dengan negara lainnya pada isu *high politics*. Tidak hanya itu, aktor yang dituju dalam diplomasi publik pun berubah dari keinginan untuk mempengaruhi

pemerintah atau diplomat secara langsung, berkembang menjadi individu, kelompok dan institusi yang memiliki hubungan dengan kegiatan komunikasi internasional dan komunikasi antar bangsa yang memberikan pengaruh pada hubungan politik antarnegara (Signitzer & Commbbs, 1992).

Dalam penerapannya, peran komunikasi pemerintah negara yang bekerjasama dengan masyarakat dalam negeri untuk memberikan informasi dan pemahaman mengenai kebijakan negara dibutuhkan dalam proses diplomasi publik, yang mana di dalamnya termasuk budaya serta kepentingan nasional terhadap aktor Hubungan Internasional yang dituju (Mellisen, 2015). Tujuan dari diplomasi publik ialah meningkatkan pemahaman pihak yang dituju terhadap negara, meningkatkan apresiasi positif pihak yang dituju, serta menarik hati pihak-pihak yang dituju terhadap negara (Leonard, 2002: 1). Dalam hal ini, diplomasi publik sebagai instrumen yang dilakukan oleh aktor negara, asosiasi negara, dan sub-nasional untuk memahami budaya, sikap, dan perilaku; membangun dan mengelola hubungan; dan mempengaruhi pemikiran untuk meningkatkan kepentingan aktor (Fitzpatrick, 2017: 79). Maka dari itu, salah satu instrumen dari diplomasi publik dapat dilakukan melalui produk budaya.

Dalam diplomasi publik, komunikasi antar budaya menjadi yang didahulukan karena dalam melihat masalah politik yang terjadi terdapat hubungan dengan perubahan masyarakat. Akan tetapi, jika dilihat secara pelaksanaannya, untuk mencapai tujuan kebijakan luar negerinya, diplomasi publik memiliki keterkaitan yang erat dengan pemerintah suatu negara. Dalam hal ini, citra nasional, branding, dan kohesi sosial dapat terbentuk melalui kontribusi dari diplomasi publik. Maka dari itu, peran publik sangat dibutuhkan untuk mempromosikan bidang kebudayaan (Sianturi, 2017: 20).

Diplomasi budaya membutuhkan peran masyarakat, dimana pada era globalisasi ini opini publik menjadi peranan penting karena

dianggap mampu memberi pengaruh yang cukup efektif membantu negara dalam mencapai kebijakan luar negerinya (Fitzpatrick, 2017: 84). Dalam hal ini, untuk mendukung kebijakan luar negeri Indonesia, Indonesia menggunakan Festival *Samosir Music International 2018* sebagai instrumen diplomasi untuk mendapatkan respon positif dari masyarakat internasional. Kegiatan budaya festival *Samosir Music International 2018* merupakan salah satu bentuk diplomasi publik untuk menunjang kepentingan Indonesia. Kebudayaan merupakan sarana penunjang yang efektif bagi diplomasi dan dapat menumbuhkan rasa kesepahaman, saling pengertian, bahkan dapat menjembatani pandangan-pandangan yang berbeda (Murphy, 2009). Oleh karena itu bentuk diplomasi publik yang dilakukan oleh Indonesia ialah untuk mendapatkan respon dari masyarakat internasional.

Konsep diplomasi publik menurut Joseph Nye terbagi menjadi tiga dimensi diplomasi publik yang dapat menjelaskan proses diplomasi publik antara suatu kepada publik asing, di antaranya ialah Komunikasi Sehari-hari (*Daily Communication*), Komunikasi Strategis (*Strategic Communications*), dan Pembangunan Hubungan Jangka Panjang (*Development of Long Term Relationship*) (Nye J. , 2004: 8-11).

Komunikasi Sehari-hari (Daily Communication)

Dimensi pertama menjelaskan bahwa dalam sebuah kebijakan di suatu negara baik dalam maupun luar negeri membutuhkan peran media untuk menyampaikan hasil keputusan yang telah dibuat kepada masyarakat lokal maupun internasional. Melalui media, komunikasi sehari-hari yang telah terjadi antara aktor diplomasi publik dengan masyarakat lokal dan internasional maka akan membuka jalan dalam pendistribusian berbagai informasi. Media yang digunakan sebagai

diplomasi publik dapat berupa media cetak, seperti surat kabar dan majalah yang memberitakan tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan, sehingga informasi-informasinya dapat lebih diketahui oleh masyarakat lokal maupun internasional secara luas.

Media elektronik seperti televisi dan internet juga memiliki peranan penting dalam diplomasi publik. Melalui adanya internet dan televisi diplomasi tidak hanya dilakukan antar diplomat dari berbagai negara yang bersifat eksklusif, namun dapat juga dilakukan oleh masyarakat umum dan bersifat publik yaitu melalui diplomasi publik. Diplomasi publik pada dasarnya tetap dalam rangka untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara. Opini publik masyarakat internasional menjadi target dari diplomasi publik yang akan membentuk citra positif. Sehingga, kesan positif dari masyarakat internasional terhadap pelaksanaan diplomasi publik akan tercapai.

Komunikasi Strategis (Strategic Communications)

Dimensi yang kedua ialah Komunikasi Strategis (*Strategic Communications*). Dimensi ini memiliki kaitan dengan pelaksanaan promosi melalui iklan dengan tema-tema tertentu untuk meningkatkan strategi guna mendapat respon positif dari masyarakat lokal dan internasional. Dalam dimensi ini, komunikasi strategis dapat diterapkan guna memperbaiki persepsi buruk dari negara-negara lain sebelumnya pada satu negara menjadi ke arah yang lebih baik. Komunikasi Strategis dengan diplomasi publik merupakan suatu yang berhubungan terhadap promosi yang dilakukan dalam membentuk citra maupun image sebuah negara, sehingga pemerintah dapat menentukan tema-tema khusus untuk menggambarkan kebijakan tersebut. Dalam hal ini kebijakan yang telah diputuskan guna melakukan kampanye kebijakan-kebijakan dapat secara simbolis.

Dalam diplomasi publik, hal yang paling penting ialah mengelola pesan-pesan yang hendak diberitahukan oleh sebuah negara serta

bagaimana cara-cara yang diterapkan melalui kerjasama dengan berbagai aktor dalam mendistribusikan pesan utama yang hendak diberitahukan. Pesan utama tersebut dapat tersampaikan dengan cara menyelenggarakan kegiatan-kegiatan maupun dengan melakukan promosi serta kampanye yang dijalankan oleh pemerintah dengan keterlibatan dari aktor-aktor lain (Fitzpatrick, 2017: 84). Dengan ini, kegiatan yang akan diselenggarakan melalui dimensi komunikasi strategis, masyarakat lokal maupun internasional menjadi sasaran utama dari pelaksanaan diplomasi publik.

Pembangunan Hubungan Jangka Panjang (Development of Long Term Relationship)

Dimensi yang terakhir ialah Pembangunan Hubungan Jangka Panjang (*Development of Long Term Relationship*). Esensi dimensi ini berkaitan dengan tujuan diplomasi publik yang pada umumnya dirancang untuk mendorong hubungan jangka panjang dengan suatu negara. Hubungan jangka panjang ini dapat dilihat dari berbagai program yang terjalin, seperti pertukaran pelajar, budaya, seminar, beasiswa, dan kerjasama. Dalam dimensi ini, kegiatan diplomasi publik sudah berfokus ke arah yang baik dan pandangan masyarakat internasional dinyatakan telah memahami nilai-nilai yang telah dilaksanakan oleh aktor diplomasi publik. Dengan demikian, keinginan serta ketertarikan dapat berjalan dengan baik, sehingga melalui kegiatan diplomasi publik tersebut masyarakat internasional memiliki kepercayaan terhadap pesan yang didapat. Melalui pelaksanaan diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir. Dalam riset ini, Pemerintah Kabupaten Samosir memanfaatkan festival budaya guna mempromosikan pariwisatanya dengan dukungan berbagai rangkaian acara. *Samosir Music International 2018* dijadikan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir untuk menciptakan Hubungan jangka Panjang.

Soft Power

Dalam studi hubungan internasional, konsep *power* terbagi atas dua, yaitu *soft power* dan

hard power. Nye (2004) dalam sebuah buku yang berjudul “*Soft Power: The Means to Success in World Politics*” mengatakan bahwa *soft power* ialah kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan dengan cara memunculkan ketertarikan (*attraction*) dan persuasif berupa ideologi suatu negara, kebudayaan, prestise dan lain-lain sedangkan *hard power* menggunakan cara paksaan melalui kekuatan politik atau ekonomi maupun kombinasi dari keduanya (Nye J., 2004: 5).

Gambar. 2 Spectrum of Power

	Hard	Soft
Spectrum of Behaviour	coercion inducement Command ←	agenda setting attraction → Co-opt
Most Likely Resources	force sanctions payments bribes	institution values culture policies

Sumber: (Nye, 2004: 8)

Berdasarkan gambar di atas, kerjasama (*cooperation*) merupakan spektrum tertinggi dari *soft power* yaitu suatu kemampuan yang digunakan mempengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan melalui pemanipulasian agenda politik negara lain dengan menggunakan institusi sebagai sumber daya yang dipercaya mempunyai kapabilitas. Berbeda dengan *hard power*, spektrum tertingginya ialah perintah (*command*) yaitu mempengaruhi pihak lain guna mencapai tujuan-tujuan tertentu dengan cara bujukan dan koersi melalui penggunaan suap dan sanksi. Tujuan sebuah negara memakai *soft power* ialah guna mendapatkan maupun menciptakan keadaan dimana keperluan orang lain akan selaras dengan keperluan negara dengan tidak berdasarkan pemaksaan. Oleh karena itu, *soft power* dapat diterapkan dalam sebuah negara melalui diplomasi publik.

Di dalam *soft power*, Nye menjelaskan bahwa *behavior* (tingkah laku) merupakan kekuatan yang bersifat memikat, yang diperoleh dari perilaku suatu negara dengan tujuan dapat mempengaruhi targetnya. Berbeda dengan *resources* (sumber daya),

yang diperoleh dari sumber-sumber yang dimiliki satu negara untuk mendapatkan sumber-sumber tertentu yang dimiliki pihak lain (Nye J., 2004).

Soft power dapat diterapkan oleh sebuah negara dengan cara mempengaruhi aktor untuk mencapai kepentingan yang akan dituju, dalam hal ini penerapannya juga dapat dilakukan dalam banyak hal. Sumber *soft power* berasal dari hal-hal yang bersifat intangible seperti nilai-nilai politik, kebijakan luar negeri, dan budaya (Nye J., 2004). Nye mengemukakan budaya sebagai sumber *soft power* merupakan sesuatu yang berisi kumpulan nilai-nilai praktik yang memiliki arti baik dalam masyarakat. Hal ini dikarenakan budaya merupakan nilai universal yang dapat mempromosikan nilai dan kepentingan sebuah negara sehingga dapat mempengaruhi kebijakan aktor yang dituju dan tercapainya tujuan yang diinginkan (Nye J., 2004). Budaya memiliki banyak perwujudan yang dibagi menjadi dua bentuk yaitu *high culture* yang berisikan karya sastra dan edukasi yang umumnya ditujukan bagi kaum elit dan *pop culture* yang ditujukan bagi masyarakat umum dan diproduksi secara massal.

Pengaruh budaya terhadap *soft power* dapat dilihat dari bagaimana peran budaya tersebut untuk menunjang *power* suatu negara di mata dunia. Semakin baik penyampaian budaya tersebut ke mata dunia, maka kemungkinan besar dampak dari budaya tersebut dapat meningkatkan *soft power* suatu negara dan hal ini menunjukkan bagaimana budaya dapat menjadi salah satu instrumen kebijakan luar negeri suatu negara (Nye J., 2004). Di dalam riset ini, periset akan menjelaskan bagaimana budaya menjadi instrumen *soft power* Indonesia terhadap masyarakat internasional untuk mendapatkan respon positif. Hal ini direalisasikan pemerintah Indonesia melalui agenda acara budaya yaitu Festival *Samosir Music International 2018*.

Aktor Sub-Nasional dalam Diplomasi Publik

Bila berbicara mengenai aktor sub-nasional, tidak dapat terlepas dari bagaimana keterkaitan aktor tersebut dengan aktor hubungan internasional yang utama, yaitu negara. Dalam studi hubungan internasional terdapat sebuah asumsi bahwa kondisi sistem hubungan internasional atau bagaimana hubungan internasional terjadi di masa sekarang dan di masa lalu memiliki perbedaan, khususnya keterkaitan aktor sub-nasional dengan negara. Di masa kini, fungsi aktor sub-nasional dalam hubungan internasional secara spesifik pada diplomasi publik memberikan dampak positif guna meningkatkan kekuasaannya dan dapat mewakili negara tersebut di mata dunia (Wang, 2005: 35).

Dalam diplomasi publik, aktor sub-nasional memiliki tiga peran. Pertama, ialah terdapatnya perluasan aktor hubungan internasional. Kedua ialah mengkoordinasikan dan mengintegrasikan inisiasi kebijakan luar negeri. Ketiga ialah terdapatnya inisiatif dari masyarakat sipil dan kontribusinya terhadap aktor sub-nasional dan hubungan internasional. Aktor sub-nasional sendiri juga dapat mengubah sesuatu yang belum berkontribusi menjadi dapat memberikan kontribusi dalam bentuk sebuah keuntungan (Pengine, 2012).

Berdasarkan UU No 32 tahun 2004 mengenai Pemerintah Daerah, telah ditegaskan bahwa penyelenggaraan desentralisasi memberikan syarat pada setiap urusan yang berkaitan dengan pemerintah daerah otonom. Oleh karena itu, bentuk kegiatan yang boleh dilakukan oleh daerah adalah:

- a. Kerjasama Ekonomi: Perdagangan, Investasi, Ketenagakerjaan, Kelautan dan Perikanan, Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Kehutanan, Pertanian, Pertambangan, Kependudukan, Pariwisata, Lingkungan Hidup, Perhubungan.
- b. Kerjasama Sosial Budaya: Pendidikan, Kesehatan, Kepemudaan, Kewanitaan, Olahraga, Kesenian.
- c. Bentuk Kerjasama lain

Berbagai macam hubungan luar negeri pemerintah daerah merupakan bagian dari hubungan luar negeri negara, sehingga harus tunduk pada UU tentang hubungan luar negeri yang diatur oleh negara. Kerjasama ini tidak boleh berhubungan dengan aspek-aspek, yaitu Politik luar negeri, Keamanan, Pertahanan, Moneter dan fiskal, Yustisi, serta Agama.

Tabel 1. Peran Keterlibatan Aktor Sub-Nasional dalam Diplomasi Publik

Engagement scenarios	Engagement role types		
	Sponsor	Facilitator	Communicator
1.	Sub-national	Sub-national	Sub-national
2.	National	Sub-national	Sub-national
3.	National	National	Sub-national

Sumber: (Wang, 2005: 40)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa terdapat tiga peran yang dapat mendeskripsikan kegiatan diplomasi publik dengan melihat jenis peran aktor. Pada tahap pertama, dimana dalam isu budaya, aktor sub-nasional memegang peranan penting dalam tiga hal diatas, yaitu sebagai *sponsor*, *fasilitator*, dan *komunikator*. Pada tahap kedua, kegiatan diplomasi publik disponsori oleh negara sedangkan aktor sub-nasional berperan sebagai *fasilitator*, dan *komunikator*. Pada tahap ketiga atau terakhir, negara memiliki peran yang lebih luas sebagai *sponsor* dan *fasilitator* sedangkan aktor sub-nasional berperan sebagai *komunikator*.

Dalam riset ini, pelaksanaan kegiatan festival *Samosir Music International 2018*, memperlihatkan bahwa diplomasi publik yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Samosir berada pada fase nomor dua. Negara Indonesia berperan sebagai *sponsor* yang mendukung penuh penyelenggaraan festival ini baik dari segi acara maupun dana. Dalam peranan sebagai *fasilitator* dan *komunikator*, Pemerintah Kabupaten Samosir memfasilitasi pelaksanaan festival ini sebagai tuan rumah dan bertanggung jawab atas pelaksanaan

kegiatan *Samosir Music International 2018* sebagai instrumen diplomasi publik Indonesia. Terakhir, dalam peranan *komunikator* dapat dilihat ketika Pemerintah Kabupaten Samosir menyelenggarakan festival ini untuk membantu negara dan menyampaikan pesan dan makna dari tujuan diplomasi publiknya.

METODE RISET

Metode yang digunakan dalam riset yang berjudul “Diplomasi publik Pemerintah Kabupaten Samosir melalui festival Samosir Music International 2018” ini adalah metode riset kualitatif. Metode riset kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dinilai tepat untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan Bagaimana diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir melalui festival Samosir Music International (SMI) 2018 yang digunakan sebagai instrumen diplomasi publik Indonesia untuk mencapai kepentingan nasional Indonesia menjadikan sektor pariwisata sebagai bagian pembangunan. Periset akan melakukan riset tentang hal tersebut dengan menggunakan metode pengamatan, wawancara, penelaahan data serta studi literatur. Riset ini bertumpu pada riset sebelumnya sehingga diperlukan triangulasi data dengan melakukan pengecekan kembali terhadap berbagai sumber data. Riset ini menggunakan dua sumber data untuk membantu periset mengkaji objek riset, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer didapatkan periset melalui wawancara dengan narasumber ketua pelaksana festival Samosir Music International 2018, Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir, Direktur utama Badan Pelaksana Otorita Danau Toba. Data sekunder juga dapat diperoleh melalui sumber buku, laporan resmi, terbitan khusus, koran atau surat kabar, majalah, jurnal serta sumber-sumber informasi lainnya seperti data yang diperoleh dari situs-situs internet sesuai dengan riset yang dilakukan. Sumber data sekunder utama yang digunakan periset adalah laporan Ketua Pelaksana, Dinas Pariwisata

Kabupaten Samosir, Direktur utama Badan Pelaksana Otorita Danau Toba Provinsi Sumatera Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Diplomasi Publik Pemerintah Kabupaten Samosir Melalui Samosir Music International 2018 sebagai Instrumen *Soft Power* Indonesia

Penyelenggaraan festival musik adalah suatu bentuk diplomasi publik untuk mendatangkan kunjungan wisatawan dari luar negeri. Seperti contoh festival *Samosir Music International 2018* sebagai bagian dari agenda Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Samosir dengan tujuan memperkenalkan Pariwisata Kabupaten Samosir dan Danau toba melalui budaya Batak dalam bidang musik ke kancah internasional. Festival *Samosir Music International* yang diselenggarakan pada tahun 2018 ini merupakan sebuah media untuk mendorong terlaksananya tujuan dari diplomasi publik tersebut. Dimana diplomasi publik merupakan instrumen *soft power* suatu negara.

Setiap usaha yang dilakukan baik dari promosi serta pengemasan ditujukan untuk membuat Indonesia terkhusus Kabupaten Samosir yang menjadi pusat situs budaya batak agar semakin dikenal secara luas oleh masyarakat internasional. Hal tersebut diharapkan mampu memunculkan ketertarikan dari pihak-pihak yang dituju berkeinginan melakukan kunjungan ke Indonesia khususnya Kabupaten Samosir. Dengan demikian, masyarakat internasional dapat memahami tujuan dari diplomasi publik, sehingga nantinya kunjungan dilakukan dengan sifat sukarela tanpa adanya paksaan.

Cara untuk mengkomunikasikan pesan dari promosi festival *Samosir Music International 2018* oleh Pemerintah Kabupaten Samosir merupakan gambaran dari keberhasilan pelaksanaan kegiatan tersebut sebagai bagian dari media diplomasi publik. Masyarakat internasional yang menjadi target dalam

pelaksanaan festival *Samosir Music International 2018* diajak untuk mengenal dan memahami setiap pesan yang disampaikan hingga pada akhirnya pihak yang menjadi target tersebut mampu menerima dan memiliki respon positif terhadap Kabupaten Samosir dan budaya Batak yang diperkenalkan melalui festival *Samosir Music International 2018*.

Tabel 2. Analisis Keberhasilan Festival *Samosir Music International 2018* oleh Pemerintah Kabupaten Samosir sebagai media Diplomasi Publik Indonesia

No	Diplomasi Publik	Analisis Keberhasilan
1	Media untuk berkomunikasi yang memberikan keleluasaan untuk membangun terciptanya komunikasi sinergis yang berdampak pada kepercayaan antara aktor pelaksana diplomasi publik dan targetnya	Festival <i>Samosir Music International 2018</i> telah membuka peluang komunikasi antar aktor. Dengan terlaksananya festival ini telah menarik minat masyarakat internasional untuk simpati dan melakukan kunjungan luar negeri serta mengikuti setiap rangkaian festival yang di dalamnya tersirat misi-misi tertentu terkait diplomasi publik yang akan dilaksanakan Pemerintah Kabupaten Samosir
2	Membangun pemahaman dari setiap target diplomasi publik terkait misi yang disampaikan	Penyelenggaraan festival <i>Samosir Music International 2018</i> mendorong meningkatnya pemahaman masyarakat internasional terkait misi diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir. Hal ini terlihat melalui komunikasi yang dijalankan

		lewat komunikasi sehari-hari, komunikasi strategis, serta didukung oleh pembangunan hubungan jangka panjang
3	Menjalin stabilitas hubungan jangka panjang	Pemerintah Kabupaten Samosir berupaya untuk aktif menjalin hubungan baik dan berkelanjutan dengan aktor-aktor terkait seperti musisi nasional dan internasional. Hubungan lain juga dibangun melalui kerjasama yang terjalin dengan penyanyi internasional, <i>media partner</i> , dan investasi perusahaan asing.

Mengoptimalkan *soft power* Indonesia melalui pemanfaatan festival *Samosir Music International 2018* dengan penyampaian yang menarik merupakan tujuan akhir dari pelaksanaan diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir. Pelaksanaan festival *Samosir Music International 2018* diharapkan menjadi sebuah cara untuk mengajak serta mempengaruhi pihak yang dijadikan target. Adanya potensi budaya yang dimiliki Indonesia, khususnya budaya Batak, akan memudahkan keberhasilan dalam pencapaian *soft power* dengan memanfaatkan festival *Samosir Music International 2018* sebagai alatnya.

Festival *Samosir Music International* merupakan sebuah bentuk dari *agenda setting* apabila dilihat dari *spectrum of behavior* dalam *soft power*. Hal ini dapat dilihat melalui pesan-pesan dalam agenda acaranya yang mampu menarik minat kunjungan dari wisatawan mancanegara. Kehadiran wisatawan mancanegara telah menunjukkan bahwa mereka

telah turut mengambil bagian dalam ruang lingkup yang dibuat. Begitu juga dengan masyarakat internasional, yang tertarik di bidang musik akan memberikan perhatiannya terhadap keberadaan festival *Samosir Music International 2018* walaupun tidak menghadiri festival musik tersebut secara langsung.

Musik merupakan alat yang digunakan untuk mempromosikan Kabupaten Samosir dan budaya Batak sebagai daya tarik dari pengemasan diplomasi publik. Sebagai instrumen diplomasi publik, musik memiliki peran yang dapat mempromosikan tujuan politik, diplomatik, dan sosial (Scott, 2015). Dalam festival *Samosir Music International 2018* terdapat usaha dengan berbagai tujuan, yang di dalamnya terdapat bentuk pengemasan menarik di setiap konten musik yang hendak disediakan, sehingga pihak menjadi target mendapatkan pesan yang tersirat dari diplomasi publik tersebut.

Tiga Dimensi Diplomasi Publik dalam Kegiatan *Samosir Music International 2018*

Media Komunikasi Sehari-hari (Daily Communication)

Pada dimensi pertama diplomasi publik yang dikemukakan oleh Nye dijelaskan bahwa informasi-informasi yang bertujuan menarik simpati dan minat masyarakat dikomunikasikan melalui media komunikasi sehari-hari. Dalam hal ini, masyarakat yang merupakan sasaran agar pesan tersampaikan ialah masyarakat internasional. Melalui dimensi ini, komunikasi sehari-hari yang terjalin melalui pemanfaatan media komunikasi yang bersifat *day-to-day*, seperti media audio, visual maupun audio visual. Penggunaan media visual dalam festival *Samosir Music International* tahun 2018 ialah berita yang ada dalam media seperti surat kabar, majalah, poster kegiatan, dan baliho kegiatan. Media audio dapat berupa siaran radio yang disiarkan setiap harinya, sedangkan media audio visual ialah siaran dalam berita

televisi, *video trailer*, kegiatan *grand launching*, konferensi pers, ataupun internet berupa *website* dan media sosial kegiatan¹.

Pada dimensi diplomasi publik yang pertama ini dapat disimpulkan bahwa setiap negara memiliki kebijakan luar negeri maupun kebijakan dalam negeri membutuhkan peran media untuk mengkomunikasikan keputusan yang telah dibuat terhadap masyarakat internasional. Komunikasi sehari-hari yang terjalin lewat adanya media komunikasi antaraktor diplomasi publik dengan masyarakat internasional akan membuka akses penyebaran informasi secara terbuka. Sehingga, kesan positif dari masyarakat internasional terhadap aktor pelaksana diplomasi publik akan terbentuk karena masyarakat dapat dengan mudahnya mengakses informasi melalui media massa maupun media sosial.

Informasi-informasi mengenai festival *Samosir Music International 2018* dan pariwisata Kabupaten Samosir disebarkan melalui media, baik dari sebelum pelaksanaan, liputan langsung, dan setelah pelaksanaan. Media cetak atau media online akan berperan dalam proses penyampaian informasi seputar festival tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan periset dengan Bapak Daulat Nainggolan, beliau mengatakan bahwa festival *Samosir Music International 2018* diliput oleh berbagai media nasional dan internasional yang memungkinkan informasi-informasi tentang budaya dan pariwisata Kabupaten Samosir yang ditampilkan selama festival berlangsung dapat tersebar luas. Pemanfaatan teknologi media komunikasi dan informasi menjadi salah satu strategi penting yang diambil dalam aktivitas diplomasi publik yang dilakukan dalam festival *Samosir Music International 2018*. Hal ini dikarenakan media merupakan bagian terpenting dalam pelaksanaan diplomasi publik. Dalam hal ini media mendukung penyebaran informasi yang secara masif kepada berbagai macam publik terutama pengguna media sosial.

Media Komunikasi Strategis (*Strategic Communications*)

Langkah-langkah untuk menentukan berhasil atau tidaknya misi dari diplomasi publik yang dilakukan oleh sebuah negara dapat dilihat dari pemanfaatan tema-tema khusus melalui kampanye sebagai media penunjang terciptanya komunikasi yang strategis. Festival *Samosir Music International 2018* merupakan tema khusus yang mengangkat festival budaya dalam bidang musik sebagai media diplomasi publik.

Tema-tema khusus seperti ini akan lebih mudah untuk menarik perhatian masyarakat internasional untuk melakukan kunjungan ke Indonesia, khususnya Kabupaten Samosir. Hal ini dapat terjadi karena festival musik seperti yang terlaksana pada kegiatan *Samosir Music International 2018* telah memiliki sebuah komunitas khusus yang menaunginya. Dalam setiap agenda festival seperti ini, informasi akan lebih mudah untuk masuk pada kalender internasional. Para pecinta musik baik dari domestik maupun mancanegara yang sudah terbiasa terlibat dalam festival ini tidak akan sulit untuk datang dalam kegiatan seperti ini. Pertimbangan lainnya adalah terkait hal-hal yang menjadi daya tarik, seperti musisi-musisi yang memeriahkan acara tersebut, fasilitas dan rangkaian acara lain yang menarik selain hanya untuk menyaksikan festival tersebutⁱⁱ.

Dalam festival *Samosir Music International* yang terlaksana pada tahun 2018, salah satu rangkaian kegiatannya ialah kampanye dengan melibatkan penyanyi-penyanyi terkenal dan memiliki banyak relasi dengan penyanyi dan masyarakat asing. Kampanye tersebut merupakan sebuah bentuk kegiatan yang dilakukan untuk mengajak seluruh masyarakat asing dan para musisi agar ikut menyaksikan festival *Samosir Music International 2018* di Kabupaten Samosir, melihat objek wisata yang ada di Kabupaten Samosir, dan menikmati suasana Kabupaten Samosir beserta Danau Toba.

Kampanye tersebut merupakan sebuah promosi sebelum pelaksanaan festival *Samosir*

Music International 2018. Kampanye ini dilakukan oleh sejumlah penyanyi terkenal Indonesia yaitu, Judika Sihotang, Vicky Sianipar, Novita Dewi Marpaung, Petra Sihombing dan lain-lain. Tujuan khusus dari pelaksanaan kampanye ini ialah untuk menginformasikan kepada seluruh masyarakat luas yang belum mengetahui tentang pelaksanaan festival ini, bahwa beberapa hari ke depan akan ada kegiatan besar di Kabupaten Samosirⁱⁱⁱ.

Judika sebagai penyanyi Indonesia yang sudah dikenal oleh publik asing dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah pengikut asing di media sosial Instagram. Di akun media sosial instagram tersebut, Judika mempromosikan festival *Samosir Music International* kepada para pengikutnya, baik pengikut lokal maupun pengikut asing tersebut melalui salah satu postingannya mengenai musik batak dan festival *Samosir Music International* dengan memberikan rangkaian foto-foto maupun video terkait festival *Samosir Music International*.

Komunikasi strategis penyanyi Indonesia lainnya dapat dilihat dari penyelenggaraan konser musik yang dilakukan oleh Vicky Sianipar di kota Landeck, Tirol, Austria. Dalam konser musik yang diadakan di Austria, Vicky membawakan lagu-lagu Batak dari album mininya yang berjudul *TobaWorld* yang dibalut dengan gaya musik Barat. Sehingga, hal ini secara langsung telah mempromosikan budaya Indonesia di luar negeri, khususnya budaya Batak dengan mengolaborasi musik tradisional Indonesia dengan sentuhan modern.

Komunikasi strategis yang dilakukan oleh penyanyi Internasional dapat dilihat dari keaktifan salah satu pengisi acara, yaitu Nadine Beiler sebagai penyanyi asing yang berasal dari negara Belanda yang turut mempromosikan festival *Samosir Music International* di media sosial instagramnya sendiri. Dalam postingan akun instagramnya, Nadine mengajak para pengikut instagramnya untuk turut hadir dalam festival tersebut. Dari postingan tersebut, tanggapan dari masyarakat Belanda memberikan respon yang positif.

Komunikasi strategis lainnya yang dilakukan oleh musisi internasional, yaitu Herman Delago dapat dilihat dari kampanye yang dilakukan di media sosial instagram dan dalam sebuah konser yang diselenggarakan di negara-negara lain. Herman selaku komposer dari negara Austria selalu membawakan lagu-lagu Batak. Hal ini menandakan Herman memiliki kecintaan terhadap budaya batak. Tidak hanya itu saja, Herman mengatakan mudah-mudahan musik batak dan Kabupaten Samosir akan lebih maju kedepannya.

Media Pembangunan Hubungan Jangka Panjang (Development of Long Term Relationship)

Dalam dimensi terakhir, yaitu dimensi pembangunan hubungan jangka panjang, dapat berupa pembangunan hubungan atau relasi dengan pihak-pihak terkait. Pembangunan hubungan yang terjalin dapat dilihat dari hubungan jangka panjang yang dibangun ke dalam dan ke luar. Pembangunan hubungan ke dalam yang dilaksanakan Pemerintah Kabupaten Samosir sudah terlebih dahulu dibangun sebelum terlaksananya festival *Samosir Music International*. Terdaftaranya musisi-musisi lokal dan internasional menjadi bukti adanya pengakuan dan hubungan yang terjalin di dalamnya.

Bentuk hubungan jangka panjang lainnya, terlihat dengan adanya kerjasama berkelanjutan dengan stasiun berita televisi di Indonesia sebagai media partner dalam *Samosir Music International*. Pembangunan hubungan jangka panjang ke luar dapat dilihat dengan adanya bentuk partisipasi dari musisi-musisi asing, seperti Herman Delago dan Bernadetta Astari yang berasal dari Austria, Nadine Beiler yang berasal dari Belanda, Kento yang berasal dari Jepang terhadap keberadaan festival *Samosir Music International*^{iv}.

Dalam membangun sebuah hubungan yang erat, aktor pelaksana diplomasi publik sudah terlebih dahulu membangun komunikasi positif selama bertahun-tahun. Bapak Henry

Manik, ketua pelaksana festival *Samosir Music International*, telah terlebih dahulu aktif di dunia musik dengan membentuk asosiasi musik Samosir yang berada dalam naungan musisi nasional dan aktif mempromosikan budaya Batak dalam bidang musik di negara-negara Eropa. Dalam mempromosikan budaya Batak Henry Manik melakukan kolaborasi dengan Herman Delago dalam konser-konser yang diadakan di negara-negara Eropa.

Hubungan berkelanjutan yang terjalin dari tingkat daerah, nasional, hingga tingkat internasional dapat memberikan kemudahan tersendiri bagi Pemerintah Kabupaten Samosir. Kemudahan tersebut dapat berupa kemudahan dalam akses komunikasi maupun dalam hal pengurusan administrasi untuk mendapatkan legalitas secara internasional terkait pelaksanaan festival *Samosir Music International* yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir. Dalam aktivitas promosi kegiatan dan dukungan dana, Pemerintah Kabupaten Samosir juga akan dibantu oleh Pemerintah Pusat dan pihak sponsor yang ikut serta dalam festival tersebut^v.

Hubungan jangka panjang lain dapat dilihat dari kerjasama dengan *media partner* yang terjalin dengan Pemerintah Kabupaten Samosir. Terlaksananya festival *Samosir Music International* dari tahun 2014 hingga tahun 2018 tidak lepas dari perencanaan strategi promosi yang dilakukan. Pemerintah Kabupaten Samosir bekerjasama dengan stasiun berita televisi dan perusahaan-perusahaan Indonesia sebagai media partner. Sejak pertama kali festival *Samosir Music International* terlaksana, Metro TV sebagai salah satu media massa terkemuka di Indonesia telah membantu aktivitas-aktivitas publikasi kegiatan *Samosir Music International*. MNC media mempublikasikan liputan dan beritanya di berbagai media seperti televisi, surat kabar online maupun non-online, dan website. Pemerintah Kabupaten Samosir memiliki harapan bahwa dengan adanya partisipasi MNC media dalam festival ini

hingga tahun 2018 dapat mewujudkan hubungan jangka panjang yang bekesinambungan pada kegiatan-kegiatan selanjutnya^{vi}.

Menurut Nye (2004), selain menjalin hubungan dengan media luar, hubungan baik dengan media dalam negeri harus diperhatikan. Terbentuknya pemberitaan yang positif di dalam negeri akan membantu tercapai atau tidaknya tujuan dari pelaksanaan diplomasi publik yang dilaksanakan. Media dalam negeri harus berhati-hati dengan pemberitaan yang dipublikasikannya, media luar yang memperhatikan perkembangan berita di dalam negeri bisa saja mempublikasikan pemberitaan tanpa mengecek ulang yang terjadi di lapangan.

Terbentuknya hubungan jangka panjang yang berkelanjutan dari pelaksanaan diplomasi publik melalui pembangunan relasi keluar negeri dapat dilihat dari website musik Austria, yaitu *stadtmusik-imst.at* yang diinisiasi oleh Herman Delago selaku masyarakat Austria yang memiliki kecintaan terhadap musik dan budaya batak. Herman selaku masyarakat Austria membantu mempublikasikan festival *Samosir Music International* di negara Austria maupun di negara-negara yang Eropa.

Hubungan jangka panjang lainnya setelah pelaksanaan festival *Samosir Music International 2018* dapat dilihat dari Pertemuan Tahunan IMF-World Bank 2018, yaitu adanya kesepakatan dalam bentuk kerjasama tujuh investor asing dengan Pemerintah Indonesia yang disaksikan oleh Direktur Utama BPODT untuk mengembangkan kawasan pariwisata Danau Toba. Kerja sama dalam hal ini tidak hanya mengenai solusi investasi, namun Pemerintah bersama dengan para investor melakukan proses pengembangan pariwisata melalui pendekatan *eco-tourism* yang menjaga keharmonisan alam, manusia, dan aspek keagamaan.

Sejak penandatanganan kerjasama, para investor akan memulai pengembangan dengan membangun fasilitas-fasilitas penunjang

pariwisata. Seperti hotel dan resort berstandar internasional, *meeting, incentive, convention and exhibition* (MICE), *agroforestry*, pertanian organik, wisata desa, pendidikan tentang pariwisata dan pemberdayaan sosial-ekonomi yang dapat mensejahterakan masyarakat di wilayah pariwisata Danau Toba dan sekitarnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil riset yang telah dilaksanakan dengan menggunakan metode riset kualitatif untuk menjawab rumusan masalah riset, periset menarik kesimpulan bahwa festival *Samosir Music International* tahun 2018 merupakan media diplomasi publik Indonesia dalam bidang budaya. Setelah melakukan analisa menggunakan kajian tiga dimensi diplomasi publik yang di antaranya ialah komunikasi sehari-hari, komunikasi strategis, dan pembangunan hubungan jangka panjang. Hasil riset menunjukkan bahwa *Samosir Music International 2018* menjadi media komunikasi sehari-hari dengan memanfaatkan peran media komunikasi visual melalui pemberitaan dalam surat kabar, baliho kegiatan, dan poster kegiatan. Melalui sarana audio, Pemerintah Kabupaten Samosir memanfaatkan siaran radio sebagai bentuk komunikasi sehari-hari. Secara visual, dengan memanfaatkan siaran konferensi pers, berita televisi, kegiatan *grand launching*, video profil pariwisata.

Media komunikasi strategis dalam festival *Samosir Music International 2018* berupa terlaksananya bentuk realisasi dari penciptaan tema dan kampanye strategis yang memanfaatkan sejumlah artis batak dan asing yang terkenal untuk mempromosikan festival tersebut dalam media sosial pribadi maupun dalam penyelenggaraan sebuah kegiatan. Dalam rangkaian tersebut, di dalamnya tersirat misi diplomasi publik dalam bidang budaya yang diusung oleh Pemerintah Kabupaten Samosir, dengan memberikan informasi seputar festival *Samosir Music International* dan objek-objek wisata budaya di Kabupaten Samosir serta

beragam pameran yang mengangkat ciri khas kabupaten Samosir dan budaya Batak.

Pemerintah Kabupaten Samosir membangun hubungan jangka panjang dapat dilihat dengan keaktifan Pemerintah Kabupaten Samosir menjalin hubungan yang baik dengan musisi-musisi nasional dan internasional, sehingga mendapatkan keabsahan dalam hal administrasi agar dapat melaksanakan festival *Samosir Music International* yang telah diakui oleh internasional, dari sisi promosi festival *Samosir Music International* berkesempatan untuk masuk dalam kalender resmi festival musik internasional sehingga dapat memudahkan bagi para pecinta musik agar dapat terlibat dalam festival tersebut. Koneksi baik pun terikat antara aktor-aktor lain, seperti para investor, sponsor dan media partner yang berupa media massa terkemuka di Indonesia yang dapat membantu dalam bidang promosi dan publikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Crawford, J. (2012, Maret 8). *Brownlie's Principles of Public International Law: Eighth Edition*. Oxford University Press: Oxford.
- Dadang Rizki Ratman, SH. MPA Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Investasi Pariwisata Kementerian Pariwisata. *Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas 2016-2019*. Januari 2016
- Fitzpatrick, R. K. (2017). Public Diplomacy in the Public Interest. *Journal of Public Interest Communications*, (1) (hal. 78-93). American University.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2010. *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025*
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2015. *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Tahun 2015-2019*
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2013. *Rencana Induk Nasional Pembangunan Kebudayaan 2010-2025*
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2015. *Indikator Keberhasilan Pembangunan Kebudayaan tahun 2015-2019*.
- Kementerian Luar Negeri Indonesia. 2015. *Rencana Strategis Kementerian Luar Negeri Indonesia 2015-2019*. Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Mardani, P. (2015). *Diplomasi Publik Melalui Tour De Singkarak dalam mempromosikan Potensi Wisata di Sumatera Barat*. Bandung.
- Mas'ood, M. (1994). *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Murphy, P. (2009). *The Importance of an International Diplomatic Culture*. Lexington: University of Kentucky.
- Nye, J. (2004). *Wielding Soft Power*. Dalam *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (hal. 8-11).
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Pengine, W. (2012, September 13). *The Future Of Sub-State Public Diplomacy*. Dipetik 25 September 2018 dari <http://www.publicdiplomacymagazine.com/the-future-of-sub-state-public-diplomacy-2/>
- Perwita, A. A., & Yani, d. Y. (2006). *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Samosirkab.go.id. (2018, September 24). *Letak Geografis*. Dipetik 25 September 2018 dari <https://samosirkab.go.id/geografis/>
- Scott, H. (2015, November 6-8). *Popular Music and Public Diplomacy*. Dipetik 25 September 2018 dari <https://goldenpages.jpehs.co.uk/2015/02/27/popular-music-and-public-diplomacy/>
- Sianturi, C. C. (2017). *Diplomasi Budaya Indonesia melalui Festival Danau Toba 2016 untuk mengajukan Kaldera Toba sebagai Global Geopark Network UNESCO*. Bandung.
- Signitzer, B., & Combs, W. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergence. *Public Relations Review*, 18(2), 137-148.
- Trishandiani, H. (2018, Agustus 27). *Keren, Musisi Mancanegara Bawakan Lagu Batak di Samosir Music International 2018*. Diambil kembali dari

<https://news.okezone.com/read/2018/08/26/1/1941667/keren-musisi-mancanegara-bawakan-lagu-batak-di-samosir-music-international-2018>

Wang, J. (2005). Localising public diplomacy: The role of sub-national actors in nation branding. Dalam *Palgrave Macmillan* (Vol. 2). Palgrave Macmillan.

Website Kominfo RI. (2016, Mei 23). *10 Destinasi Pariwisata Prioritas 2016*. Dipetik 25 September 2018 dari <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/7513/10-destinasi-pariwisata-prioritas-2016/0/infografis>

BIOGRAFI

Daniel Walman Hutasoit adalah mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran angkatan 2015 yang tertarik mengkaji tentang Diplomasi Publik.

Windy Dermawan adalah dosen pada Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran yang tertarik mengkaji tentang Paradiplomasi, Hubungan Internasional Islamik.

ⁱ Wawancara dengan Bapak Daulat Nainggolan selaku Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir, pada tanggal 8 Januari 2019

ⁱⁱ Op.cit.

ⁱⁱⁱ Op.cit.

^{iv} Op.cit.

^v Op.cit.

^{vi} Op.cit.