



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

ASK BAN –PT NO: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

Rumah Budaya Indonesia Sebagai Sarana Diplomasi Budaya
Indonesia di Turki

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Sarjana

Oleh

Alferd Radja Boediman

6091801249

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

ASK BAN –PT NO: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

Rumah Budaya Indonesia Sebagai Sarana Diplomasi Budaya
Indonesia di Turki

Skripsi

Oleh

Alferd Radja Boediman

6091801249

Pembimbing

Marshell Adi Putra, S. IP., MA.

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

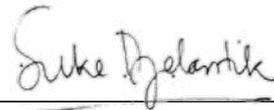
Nama : Alferd Radja Boediman
Nomor Pokok : 6091801249
Judul : Rumah Budaya Indonesia Sebagai Sarana Diplomasi Budaya Indonesia di Turki

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 20 Juli 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Prof. Sukawarsini Djelantik, Dra., M.Int.S., Ph.D. :



Sekretaris

Marshell Adi Putra, S.Ip., MA. :



Anggota

Jessica Martha, S.Ip., M.I.Pol. :

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Surat Pernyataan

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Alferd Radja Boediman
NPM : 6091801249
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Rumah Budaya Indonesia Sebagai Sarana
Diplomasi Budaya Indonesia di Turki

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 22 Juni 2023



Alferd Radja Boediman

ABSTRAK

Nama : Alferd Radja Boediman

NPM : 6091801249

Judul : Rumah Budaya Indonesia Sebagai Sarana Diplomasi Budaya Indonesia di Turki

Diplomasi budaya merupakan salah satu upaya baru yang dilakukan oleh berbagai negara di penjuru dunia sebagai sarana *nation branding* kepada warga negara lain. Diplomasi budaya disini akan berperan sebagai dasar teori dan didukung oleh teori *nation branding*, dimana kedua teori berada di bawah naungan payung diplomasi publik. Indonesia sendiri sudah melakukan beberapa upaya diplomasi budaya, dimana salah satunya adalah pembuatan Rumah Budaya Indonesia sebagai pusat budaya di luar negeri, seperti di Turki. Turki dan Indonesia memiliki hubungan yang cukup menarik, dimana kedua negara memiliki beberapa kesamaan budaya dikarenakan oleh kesamaan agama mayoritas yang dianut oleh warga negara Indonesia dan Turki. Penelitian ini melihat perkembangan Rumah Budaya Indonesia sebagai alat diplomasi budaya Indonesia di Turki selama periode 2018-2022, dimana Rumah Budaya Indonesia sendiri menjadi sarana utama diplomasi budaya Indonesia pada tahun 2020-2022 karena munculnya peraturan impor baru yang diterapkan oleh Turki. Maka dari itu muncul pertanyaan “Mengapa Rumah Budaya Indonesia dapat menjadi sarana diplomasi budaya Indonesia yang efektif?”, dan akan didukung melalui metode penelitian *nested case study* dimana data yang diambil akan berasal dari buku, jurnal, artikel, maupun berita serta sumber online lainnya.

Kata Kunci: Rumah Budaya Indonesia, diplomasi budaya, Indonesia, Turki.

ABSTRACT

Name : Alferd Radja Boediman

Student ID : 6091801249

Title : Rumah Budaya Indonesia As a Means of Indonesian Cultural Diplomacy in Turkey

Cultural diplomacy is one of the new efforts for diplomacy done by various countries around the world as a means of nation branding to citizens of other countries. Cultural diplomacy here will act as a theoretical basis and is supported by the theory of nation branding, in which both theories are a part of the public diplomacy theory. Indonesia itself has made several cultural diplomacy efforts, one of which is the creation of Rumah Budaya Indonesia as a cultural center abroad, such as in Turkey. Turkey and Indonesia have had a long history with each other, where the two countries end up having some cultural similarities due to both countries embracing Muslim as their major religion. This research looks at the development of Rumah Budaya Indonesia as a tool for Indonesian cultural diplomacy in Turkey during the 2018-2022 period, in which Rumah Budaya Indonesia became the main means of Indonesian cultural diplomacy through 2020-2022 due to the implementation of new tariff laws by Turkey. Therefore the question arises "Why can Rumah Budaya Indonesia be an effective means of Indonesian cultural diplomacy?", and to support answering said question, a nested case study research method will be used where the data collected will come from books, journals, articles and news as well as other online sources.

Key Words: *Rumah Budaya Indonesia, cultural diplomacy, Indonesia, Turkey.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Rumah Budaya Indonesia di Turki” sebagai prasyarat menyelesaikan studi Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Katolik Parahyangan, meskipun dengan berbagai kekurangannya.

Skripsi ini membahas perkembangan Rumah Budaya Indonesia di Turki dan efektifitasnya sebagai sarana diplomasi budaya Indonesia di luar negeri. Penelitian ini menggunakan diplomasi budaya yang ditulis oleh Erik Pajtinka dan diplomasi publik yang ditulis oleh Jan Melissen.

Penulis berharap karya tulis ini dapat membantu memperkaya jurnal maupun penelitian lain dalam bidang diplomasi budaya Indonesia terutama yang menggunakan Rumah Budaya Indonesia sebagai contoh. Penulis percaya tulisan ini masih jauh dari sempurna dan menerima semua kritik dan saran yang membangun dari para pembaca.

Bandung, 22 Juni 2023

Alferd Radja Boediman

UCAPAN TERIMA KASIH

Tulisan ini tak akan selesai tanpa semua bantuan yang diterima oleh penulis dari berbagai pihak yang juga telah memberi masukan dan kritik yang membangun dan pada akhirnya dapat membantu menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin memberikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Keluarga, terutama Papa (Adi Boediman), Mama (Vivi Savitri), dan Eyang Papi (Djohan Suryana) yang sudah memberikan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi, baik dalam bentuk materi maupun moral. Dan terutama bagi Eyang Papi yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu menjadi editor dari skripsi ini.
3. Mas Marshall Adi Putra, S. IP., MA., seleaku dosen pembimbing, terima kasih atas kritik dan masukan, serta waktu yang sudah di sempatkan untuk membimbing saya selama penulisan skripsi ini.
4. Teman-teman:
 - Kevin, Gulam, dan Ceve terima kasih sudah menjadi teman diskusi dan berhura-hura di tahun terakhir kita sambil mengerjakan skripsi ini.
 - Ikiw, Isan, Gio, Abra, Arka, Redford, dan Teman-teman lain, terima kasih sudah mau menemani penulis selama masa kuliah ini..
5. Dara Ayu, selaku pacar penulis, terima kasih sudah sabar dan selalu pengertian dalam menemani dan mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Spotify dan Twitter: terima kasih sudah memberikan hiburan bagi penulis di waktu antara penulisan skripsi ini.
7. Seluruh tenaga pengajar Ilmu Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan (yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu) yang telah memberikan ilmu kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	8
1.2.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Kajian Pustaka.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	12
1.6 Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	19
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.7 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II INDONESIA, TURKI, DAN DIPLOMASI BUDAYA.....	21

2.1 Relasi Diplomatik Indonesia dan Turki.....	21
2.1.1 Hubungan Bilateral Politik Indonesia-Turki.....	22
2.1.2 Hubungan Bilateral Ekonomi Indonesia-Turki.....	24
2.1.3 Hubungan Bilateral Budaya Indonesia-Turki.....	26
2.2 Diplomasi Budaya Indonesia.....	28
2.3 Rumah Budaya Indonesia.....	31
2.3.1 Rumah Budaya Indonesia di Turki.....	33
BAB III RUMAH BUDAYA INDONESIA SEBAGAI SARANA DIPLOMASI	
BUDAYA DI TURKI.....	36
3.1 Perkembangan Rumah Budaya Indonesia di Turki Sebagai Bentuk Diplomasi Budaya Indonesia.....	36
3.1.1 Upaya Diplomasi Budaya Indonesia di Turki Sebelum Rumah Budaya Indonesia (2018-2020).....	39
3.1.2 Upaya Diplomasi Budaya Indonesia di Turki Setelah Rumah Budaya Indonesia (2020-2022).....	43
3.2 Analisis Program Kerja Rumah Budaya Indonesia di Turki.....	47
3.2.1 Peningkatan Kegiatan Rumah Budaya Indonesia di Turki.....	47

3.2.2 Peningkatan Pendaftar BIPA Melalui Rumah Budaya Indonesia di Turki.....	50
--	----

BAB IV

KESIMPULAN.....	51
------------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA.....	54
----------------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan Indonesia sebagai sebuah negara berdaulat sejak tahun 1945, banyak negara yang mengulurkan tangannya untuk membantu dan mendukung Indonesia menetapkan dirinya sebagai negara baru. Bantuan tersebut berdatangan dari berbagai bagian dunia, seperti dari Afrika dan Amerika.¹ Salah satu cara dalam membantu dan mendukung Indonesia adalah melalui peningkatan hubungan bilateral antar negara, dan dalam penelitian ini, penulis mengambil contoh Turki, dimana sejak tahun 1950 sudah menjalin hubungan bilateral yang baik, terutama dalam bidang perdagangan tekstil. Salah satu aspek yang mendukung hubungan bilateral tersebut adalah adanya sebuah kesamaan, yakni dalam bidang agama, dimana Turki dan Indonesia secara mayoritas menganut agama Islam.²

Namun, agama bukanlah satu-satunya cara yang digunakan oleh Indonesia untuk membuka jalur hubungan antar Indonesia dan Turki. Cara lain yang digunakan oleh Indonesia adalah penggunaan budaya Indonesia yang melimpah untuk membangun pengetahuan maupun ketertarikan bagi masyarakat Turki kepada

¹ Ministry of Foreign Affairs. "Important Milestones in the History of Indonesian Diplomacy". *Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia*. 31 Maret, 2019. https://kemlu.go.id/portal/en/read/47/tentang_kami/important-milestones-in-the-history-of-indonesian-diplomacy. (Diakses pada 23 September 2022).

² Esenbel, Selçuk. "Turkey and Indonesia: Historical Roots, Contemporary Business Links." Middle East Institute, 4 November, 2013. <https://www.mei.edu/publications/turkey-and-indonesia-historical-roots-contemporary-business-links>. (Diakses pada 24 September 2022).

Indonesia. Dapat dilihat dari bagaimana Indonesia mengeksport produk tekstil kepada Turki dalam kuantitas yang besar, terutama busana muslim.³ Dalam melakukan hal tersebut, Indonesia juga memasukan bagian-bagian dari budaya mereka dalam barang-barang ekspor itu, namun tidak terbatas dengan kebudayaan Islam. Mengingat juga Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki beragam budaya dari berbagai penjuru wilayahnya dimana setiap kelompok etnis memiliki keunikannya masing-masing. Meskipun tidak semuanya akan sesuai dengan nilai-nilai ataupun budaya yang dimiliki oleh Turki, namun melalui pergantian budaya, Indonesia dapat menarik perhatian masyarakat Turki. Karena fleksibilitas yang diberikan oleh penggunaan budaya, opsi-opsi dalam pengenalan budaya dapat diperluas dan menggunakan cara-cara lain yang sebelumnya hanya melalui tekstil dan pakaian, seperti mengadakan pameran seni seniman Indonesia.

Hubungan bilateral Indonesia dan Turki setelah 70 tahun kerjasama bilateral dapat dibilang baik, namun tidak ada perkembangan lebih dari kedua negara sampai pada masa jabatan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) yang kedua, dimana Presiden Turki Abdullah Gül pada waktu itu, datang dan melaksanakan beberapa percakapan bilateral yang menghasilkan perjanjian strategis baru antar kedua negara.⁴ Sebaliknya, pada tahun 2017, Presiden Indonesia Joko Widodo datang ke Ankara, Turki, dan membuat perjanjian ekonomi dengan Turki untuk memperkuat hubungan

³ Esenbel, Selçuk. "Turkey and Indonesia: Historical Roots, Contemporary Business Links." Middle East Institute, 4 November, 2013.
<https://www.mei.edu/publications/turkey-and-indonesia-historical-roots-contemporary-business-links>. (Diakses pada 24 September 2022).

⁴ "Relations between Türkiye and Indonesia". Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs.
<https://www.mfa.gov.tr/relations-between-turkey-and-indonesia.en.mfa> (Diakses pada 26 September 2022)

ekonomis Indonesia-Turki.⁵ Namun terlepas dari kedua agenda tersebut, hubungan Indonesia dan Turki tidak berkembang lebih lanjut, bahkan pada tahun 2020, Turki mengajukan peraturan impor baru yang mempersulit ekspor Indonesia akan produk tekstil.⁶ Dengan adanya peraturan impor baru ini, hubungan Indonesia dan Turki yang sebelumnya sudah dibangun selama waktu yang lama dengan dasar ekonomi menjadi sangat tertekan. Maka dari itu pentingnya bagi Indonesia untuk mencari cara baru untuk mengikat perhatian dari masyarakat Turki ataupun membuat pemerintah Turki melihat adanya nilai tambah dari berhubungan dengan Indonesia.

Dalam abad ke-21, dapat dilihat mulai meningkatnya peran *soft power* di dunia internasional. Dengan pentingnya bagi negara untuk mulai menegaskan citra mereka di dunia internasional dan juga untuk mempersatukan negara mereka dibawah bendera yang sama, budaya dapat menjadi salah satu cara paling efektif untuk mencapai hal tersebut.⁷ Namun budaya juga dapat menjadi sebuah pendirian bagi sebuah negara untuk sepenuhnya menolak negara lain hanya berdasarkan perbedaan budaya mereka. Maka dari itu penting bagi negara untuk memperkuat *soft power* mereka untuk menghindari perselisihan yang tidak diperlukan, bahkan dapat sebaliknya digunakan untuk mempererat hubungan antar negara dengan

⁵ Office of Assistant to Deputy Cabinet Secretary for State Documents & Translation. "President Jokowi to Pay State Visits to Turkey and Germany". Cabinet Secretariat of The Republic of Indonesia. 3 Juli, 2017. <https://setkab.go.id/en/president-jokowi-to-pay-state-visits-to-turkey-and-germany/>

⁶ Bağır, Yusuf Kenan. "Tariff Changes by Turkey During the Covid-19 Pandemic: Impact on Import Value and Import Prices". Central Bank of the Republic of Turkey. <https://tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/6b2f2eaa-7b8b-4c4a-b2b7-42b63cb88887/wp2113.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-6b2f2eaa-7b8b-4c4a-b2b7-42b63cb88887-nG5uhEG> (Diakses pada 26 September 2022)

⁷ Haneş, Nicolae, and Adriana Andrei. "Culture as Soft Power in International Relations." *INTERNATIONAL CONFERENCE KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION*, Vol. 21, no. 1 (2015): 32–37. <https://doi.org/10.1515/kbo-2015-0005>.

mempromosikan budaya mereka.⁸ Salah satu contoh akan hal tersebut adalah perkenalan *Hallyu* Korea Selatan sebagai bentuk diplomasi mereka, dimana mereka mendorong pembuatannya *Korean Drama Series* dan *K-Pop* untuk memperkenalkan budaya mereka ke negara luar.⁹ Melalui upaya Korea Selatan tersebut, dapat dilihat bahwa budaya sangat dapat digunakan untuk memperkuat citra negara di dunia internasional ataupun mengubah sebuah citra negara.¹⁰

Selain sebagai nilai kultur sebuah negara, budaya juga dapat menjadi sebuah alat diplomasi yang dapat digunakan oleh negara untuk membangun hubungan baru ataupun memperkuat hubungan mereka dengan negara lain. Untuk mencapai hal tersebut diperlukannya ekstensi dari hal tersebut, dimana Indonesia menggunakan Rumah Budaya Indonesia yang dibangun di negara asing dengan target untuk memperkenalkan budaya Indonesia yang luas dan beragam kepada negara-negara kerjasama mereka.¹¹ Rumah Budaya Indonesia di luar negeri digunakan dalam memperkenalkan budaya Indonesia melalui pentas budaya ataupun perkenalan budaya lain yang dapat dilakukan, mau itu dalam bidang musik, busana, seni, ataupun lain-lain.¹² Salah satu cara yang digunakan oleh Rumah Budaya Indonesia adalah melalui keikutsertaan dalam berbagai kegiatan budaya yang dilaksanakan di tiap negara tujuan Rumah Budaya Indonesia. Beberapa contoh dari keterlibatan Rumah

⁸ Haneş, Nicolae, and Adriana Andrei. "Culture as Soft Power in International Relations." *INTERNATIONAL CONFERENCE KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION*, Vol. 21, no. 1 (2015): 32–37. <https://doi.org/10.1515/kbo-2015-0005>.

⁹ Cho, Yun Young. "Public Diplomacy and South Korea's Strategies." *The Korean Journal of International Studies*, 2012. <https://doi.org/10.14731/kjis.2012.12.10.2.275>.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Wildan, Mohammad. "Pengembangan Rumah Budaya Indonesia," *Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya*. 7 Maret, 2017. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/pengembangan-rumah-budaya-indonesia/> (Diakses pada 24 September 2022)

¹² *Ibid.*

Budaya Indonesia dalam mendorong budaya Indonesia dapat dilihat dari Rumah Budaya Indonesia di Jerman, dimana mereka ikut meriahkan *Asia Festival 2021 Berlin*, dimana Rumah Budaya Indonesia di Jerman mengundang juga warga negara Jerman untuk ikut serta menjadi perwakilan Rumah Budaya Indonesia di acara tersebut.¹³ Selain pentas budaya di Jerman, Rumah Budaya Indonesia di Jepang juga melaksanakan rangkaian kegiatan wisata budaya virtual ke kota-kota di seputar Indonesia, dalam upaya memperkenalkan warga negara Jepang dengan sejarah dan budaya tradisional Indonesia.¹⁴ Melalui Rumah Budaya Indonesia, pengenalan terhadap budaya Indonesia dapat dilaksanakan lebih langsung dan tidak hanya terbatas dengan seni atau dalam konteks Turki, produk tekstil. Peningkatan ketertarikan masyarakat Turki terhadap budaya Indonesia dapat meningkatkan kemampuan Indonesia dalam ekonomi dan turisme dan membuka jalan yang lebih besar bagi Indonesia untuk melakukan perdagangan langsung dengan Eropa mengingat Turki menjadi salah satu poin akses bagi Indonesia terhadap Eropa. Namun, Rumah Budaya Indonesia sendiri sudah direncanakan oleh Kementerian Pendidikan dan Budaya beserta dengan Kementerian Luar Negeri Indonesia sejak tahun 2012, dan direncanakan akan dibangun di Australia, Prancis, Jerman, Jepang, Myanmar, Singapura, Timor Leste, Turki dan Amerika Serikat.¹⁵ Meski begitu,

¹³ Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat. "Tim Rumah Budaya Indonesia Turut Meriahkan Asia Festival 2021 di Berlin," *Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia*. 27 Agustus 2021.

<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/08/tim-rumah-budaya-indonesia-turut-meriahkan-asia-festival-2021-di-berlin>. (Diakses pada 17 Juni 2023).

¹⁴ KBRI Tokyo. "Rumah Budaya Indonesia KBRI Tokyo Undang Warga Jepang Wisata Virtual ke Yogyakarta," *Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia*. 28 Agustus 2021.

<https://kemlu.go.id/tokyo/id/news/15700/rumah-budaya-indonesia-kbri-tokyo-undang-warga-jepang-wisata-virtual-ke-yogyakarta>. (Diakses pada 17 Juni 2023).

¹⁵ Kawilarang, Renne R. A. "Memperkenalkan 'Rumah Budaya Indonesia' di Belanda," *UNESCO Permanent Delegation of the Republic of Indonesia*. 26 Juni, 2015.

Rumah Budaya Indonesia yang dibangun di Turki baru saja diresmikan pada tahun 2020 dan mengutamakan aspek bahasa dalam pelaksanaannya, namun juga melaksanakan berbagai kegiatan yang diteruskan secara resmi oleh Rumah Budaya Indonesia di Turki yang sebelumnya dilaksanakan oleh KBRI, PPI, maupun KJRI di Turki.¹⁶

Bagi negara Indonesia yang selalu berfokus terhadap *hard power*, penting bagi Indonesia untuk lebih melihat potensi dari *soft power* yang mereka miliki mengingat ragamnya budaya yang dimilikinya dan bagaimana ragam tersebut membuka jalan bagi Indonesia untuk berdiplomasi dengan negara lain. Dalam penelitian ini, penulis akan lebih berfokus terhadap upaya perkembangan relasi Indonesia dengan Turki melalui Rumah Budaya Indonesia sebagai cara memperkenalkan budaya Indonesia kepada Turki.

1.2 Identifikasi Masalah

Indonesia, sebagai negara dengan beragam budaya, memiliki aset *soft power* yang besar, namun mengingat meningkatnya fokus Indonesia kepada *soft power* terjadi pada beberapa tahun kebelakang, banyak hal yang masih dapat dikembangkan. Salah satu aspek *soft power* yang dapat dikembangkan adalah budaya. Sebelum tahun

<https://kwriu.kemdikbud.go.id/berita/memperkenalkan-rumah-budaya-indonesia-di-belanda/> (Diakses pada 30 Oktober 2022)

¹⁶ Kedutaan Besar Republik Indonesia di Ankara. “Promosikan Budaya dan Bahasa Indonesia, Persatuan Pelajar Indonesia dan KBRI Turki Resmikan “Rumah Indonesia,” *Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia*. 4 November 2020.

<https://kemlu.go.id/portal/id/read/1848/berita/promosikan-budaya-dan-bahasa-indonesia-persatuan-pelajar-indonesia-dan-kbri-turki-resmikan-rumah-indonesia> (Diakses pada 30 Oktober 2022)

2012, Indonesia masih belum memiliki upaya penggunaan budaya sebagai bentuk diplomasi dalam pengembangan citra negara, namun Rumah Budaya Indonesia diharapkan dapat mengembangkan hal tersebut dengan lebih efektif. Rumah Budaya Indonesia sendiri juga merupakan konsep yang diserap oleh Indonesia dari pemerintah Perancis yang menggunakan Kedutaan Besar Perancis di Indonesia untuk mengadakan *Institut Français d'Indonésie* (IFI) dan berperan untuk memperkenalkan bahasa dan budaya Perancis kepada masyarakat Indonesia yang tertarik.¹⁷ IFI menyediakan kursus Perancis dan hal-hal serupa untuk membantu menarik perhatian masyarakat Indonesia untuk ikut serta. Melihat hal tersebut, pemerintah Indonesia merumuskan program Rumah Budaya Indonesia yang secara esensi melakukan program yang serupa namun dengan keunikan-keunikannya sendiri. Namun saat perencanaan yang dilakukan pada tahun 2012, Rumah Budaya Indonesia di Turki baru di resmikan pada tahun 2020, sejajar dengan penetapan peraturan impor baru oleh pemerintah Turki, dimana Indonesia tidak terkecuali dari peraturan tersebut. Mengingat banyaknya kemiripan budaya antar kedua negara, Indonesia seharusnya dapat dengan mudah mendorong program kerja Rumah Budaya Indonesia di Turki dengan menyesuaikan dengan ketertarikan warganya dan membangun hubungan bilateral yang lebih baik lagi, karena budaya sendiri dapat menjadi dasar bagi berkembangnya hubungan antar negara.

¹⁷ Institut Français. "Our missions: a key stakeholder in cultural policy outside France," *Institut Français*. <https://www.institutfrancais.com/en/institut-francais/mission/our-missions-a-key-stakeholder-in-cultural-policy-outside-france>. (Diakses pada 6 Juni 2023).

1.2.1 Pembatasan Masalah

Tulisan ini dibatasi oleh pelaksanaan diplomasi budaya Indonesia dengan Turki sebelum dan sesudah adanya Rumah Budaya Indonesia yang merupakan salah satu target utama dalam memperkenalkan budaya Indonesia yang berlimpah untuk membangun citra yang positif. Waktu penelitian difokuskan pada tahun 2018 sampai pada tahun 2022. Tahun 2018 digunakan sebagai awal dari penelitian dalam upaya melihat perkembangan kegiatan budaya di KBRI Ankara, Turki sebelum ditetapkannya peraturan impor baru Turki pada tahun 2020. Pembatasan dilakukan pada tahun 2022 untuk melihat perkembangan Rumah Budaya Indonesia setelah menjadi sarana utama bagi Indonesia untuk melaksanakan diplomasi budaya di Turki.

1.2.2 Perumusan Masalah

Mengapa Rumah Budaya Indonesia dapat menjadi sarana diplomasi budaya yang efektif di Turki?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diplomasi budaya Indonesia melalui Rumah Budaya Indonesia terhadap Turki dalam upaya pengembangan relasi antar kedua negara. Penulis berharap penelitian ini dapat membantu dan dijadikan referensi bagi yang akan melakukan penelitian terkait diplomasi publik, terutama yang bersangkutan dengan Rumah Budaya Indonesia di Turki.

1.4 Kajian Pustaka

Kajian Pustaka pertama diambil dari *Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, and Security Studies* di artikel *Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations* yang ditulis oleh Erik Pajtinka. Pajtinka berargumen di dalam artikelnya bahwa diplomasi budaya merupakan salah satu alat diplomasi yang krusial dalam mencapai kepentingan negara.¹⁸ Diplomasi budaya dijelaskan sebagai sebuah aktifitas atau alat yang dilakukan langsung oleh negara maupun aktor lain seperti Organisasi Non-Pemerintah dan masyarakat umum, yang menggunakan budaya untuk mencapai kepentingan negara. Dalam penelitiannya, Pajtinka melihat negara tetap sebagai aktor krusial dalam pelaksanaan diplomasi budaya, namun dalam diplomasi budaya modern, banyak aktor non-pemerintah yang dapat menjadi “diplomat budaya”, sebuah contoh adalah melalui representasi kain batik di *Paris Fashion Week*. Meski dalam penelitiannya Pajtinka befokus terhadap aspek aktor-aktor non-pemerintah, tetap harus ditegaskan bahwa dalam pelaksanaan diplomasi budaya pada utuhnya, tetap diperlukannya pemerintah untuk menanganinya.

Kajian pustaka kedua diambil dari *Polish Journal of Political Science*, di artikel yang ditulis oleh **Diana Stelowska** dan berjudul *Culture in International Relations Defining Cultural Diplomacy*. Di dalam artikelnya, Stelowska memberikan beberapa contoh dari diplomasi budaya dan bagaimana budaya menjadi

¹⁸ Pajtinka, Erik. “Cultural Diplomacy in the Theory and Practice of Contemporary International Relations”. *Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, and Security Studies*, Vol. 17, no. 4 (2014): hal. 95-108.

salah satu aspek penting bagi pelaksanaan diplomasi sebuah negara.¹⁹ Contoh yang digunakan oleh Stelowska merupakan kumpulan fotografi *Family of Man* yang disusun oleh Edward Steichen pada tahun 1955 yang berisi kehidupan di Amerika Serikat, dari kelahiran sampai kematian. *Family of Man* digunakan oleh AS untuk melakukan propaganda terhadap Eropa, terutama karena diterapkan di tengah-tengah perang dingin, dimana AS dan Uni Soviet sedang mengumpulkan negara-negara yang akan mengikuti ideologi mereka. Mengingat hal tersebut, *Family of Man* menjadi salah satu contoh diplomasi budaya akan budaya AS yang berlangsung dengan baik dan menerima banyak masukan baik dari negara-negara Eropa juga. Contoh kedua merupakan sesuatu yang lebih kontemporer, dimana pada tahun 2014, Uni Emirat Arab menyelenggarakan pameran seni yang diberi nama *Past Forward* di Kedutaan Besar Uni Emirat Arab di Washington DC, Amerika Serikat. Pameran tersebut merupakan kumpulan seni dari seniman Uni Emirat Arab yang menggambarkan bagaimana warisan mereka membentuk kehidupan mereka sekarang. Stelowska juga berpendapat bahwa diplomasi budaya pada dasarnya tidak dapat dihitung atau dilihat dampaknya secara langsung. Namun seiring berjalannya waktu, ada berbagai cara untuk menghitung efektivitas diplomasi budaya, contohnya adalah melalui jumlah pertukaran pelajar ataupun peningkatan pariwisata yang berkorelasi langsung dengan aspek budaya yang diperkenalkan terhadap masyarakat asing.

Kajian pustaka ketiga diambil dari tulisan di dalam buku *The European Union in International Affairs* yang berjudul *National Ways to Cultural Diplomacy*

¹⁹ Stelowska, Diana. "Culture in International Relations Defining Cultural Diplomacy". *Polish Journal of Political Science* Vol. 1, no. 3 (2015): hal. 50-72

in Europe: The Case for Institutional Comparison yang ditulis oleh **Catarina Carta** dan **Ángel Badillo**. Di dalam tulisannya, Carta dan Badillo membandingkan beberapa institut budaya negara-negara Eropa, seperti institut budaya Spanyol, Inggris, Jerman, dan Perancis²⁰. Carta dan Badillo menjelaskan bagaimana setiap negara mengambil pendekatan yang berbeda dalam melakukan diplomasi budaya melalui institut budaya mereka. Ada tipe terpusat seperti yang digunakan oleh Perancis, dimana pemerintah menjadi penggerak utama namun dengan implementasi prinsip *arm-length* dimana adanya institut yang terlepas dari kementerian namun tetap harus melapor kepada kementerian dan didanakan oleh pemerintah, dimana Perancis melaksanakannya melalui *Institut Français* di bawah kementerian budaya dan kementerian luar negeri mereka. Selanjutnya, ada Spanyol yang menggunakan sistem desentralisasi dengan adanya beberapa badan, atau institusi, yang bergerak dalam bidang budaya, namun tetap dibawah kementerian luar negeri Spanyol. Sistem ini membuat adanya tumpang tindih fungsi dari setiap institusi, dimana ada dua aktor utama dalam pelaksanaan diplomasi budaya mereka, yakni *Centros Culturales* dibawah *Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo* dan *Institutos Cervantes*.. Ketiga ada Jerman yang menggunakan sistem desentralisasi, diplomasi budaya mereka dilakukan melalui berbagai institusi seperti *Institut für Auslandsbeziehungen*, *Goethe-Institut*, *Alexander von Humboldt Foundation*, dan *Deutscher Akademischer Austauschdienst*. Setiap institut tetap menjadi tanggung jawab dari pemerintah Jerman melalui

²⁰ Carta, Caterina. dan Badillo, Á. “National Ways to Cultural Diplomacy in Europe: The Case for Institutional Comparison,” *Cultural Diplomacy in Europe: Between the Domestic and the International*, 2020. Hal 63-88
https://doi.org/10.1007/978-3-030-21544-6_4.

kementerian luar negeri mereka, namun tetap berjalan secara independen. Keempat ada Inggris, dimana sistem yang digunakan serupa dengan Perancis, dimana sentralisasi merupakan sistem utama, namun juga dengan implementasi prinsip *arm-length*, dimana *British Council* bekerja sebagai institut budaya utama Inggris. Dalam riset ini, dapat dilihat bahwa setiap negara memiliki strateginya masing-masing, namun strategi yang digunakan tidak secara spesifik mengkonsiderasikan negara tujuan dari pusat budaya mereka.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam membangun hubungan antar negara, diplomasi merupakan aspek penting yang dapat menjadi penentu dalam persetujuan yang ingin dibuat. Maka dari itu, setiap negara memberi fokus lebih kepada diplomasi dan perkembangannya agar setiap negara dapat memiliki strategi yang sesuai dengan kepentingannya masing-masing.²¹ Diplomasi sendiri terdiri dari dua konsep, yakni *hard power* dan *soft power*, yang mendiktekan penggunaan strategi yang paling sesuai.²² *Hard-power* sendiri mungkin dapat dilihat bertentangan dengan konsep diplomasi, namun perlu diperjelas lagi apa definisi dari *hard-power*. Untuk mempermudah dalam penelitian ini, penulis mengambil dua definisi *hard-power* dari berbagai ilmuwan ilmu politik. Penjelasan pertama diambil dari Joseph Nye, dimana Nye menjelaskan *hard-power*

²¹ Cho, Yun Young. "Public Diplomacy and South Korea's Strategies." *The Korean Journal of International Studies*, 2012. <https://doi.org/10.14731/kjis.2012.12.10.2.275>.

²² Haneş, Nicolae, and Adriana Andrei. "Culture as Soft Power in International Relations." *International conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION* 21, no. 1 (2015): 32–37. <https://doi.org/10.1515/kbo-2015-0005>.

sebagai cara sebuah negara memaksakan kepentingannya terhadap negara lain melalui penggunaan tenaga militer, insentif ekonomi, dan juga sanksi-sanksi.²³ Penjelasan kedua diambil dari pemikiran Kenneth Waltz, dimana Waltz lebih berfokus terhadap peran kekuatan militer sebagai alat yang mendefinisikan seberapa kuat sebuah negara dan bagaimana mereka menggunakan kekuatan tersebut untuk mencapai apa yang mereka inginkan, mau itu melalui diplomasi ataupun koersi terhadap negara lain.²⁴ Dari kedua definisi yang penulis ambil, dapat disimpulkan bahwa *hard-power* merupakan kemampuan sebuah negara untuk mencapai keinginannya menggunakan kemampuan militer, ekonomi, ataupun sanksi terhadap negara lain dan menetapkan kemampuan sebuah negara. Namun, seiring berkembangnya waktu, *soft-power* menjadi salah satu bagian penting dalam pelaksanaan diplomasi. *Soft-power* sendiri, seperti yang dijelaskan oleh Nye, merupakan sebuah alat yang dapat digunakan oleh sebuah negara untuk membujuk negara lain untuk mencapai keinginan mereka, mau itu dalam bentuk kerjasama, kebijakan ataupun hal lain.²⁵ *Soft-power* sering kali menggunakan atribut-atribut budaya, nilai-nilai, dan kebijakan yang dimiliki sebuah negara dalam pelaksanaannya.²⁶ Untuk membantu dalam penjelasannya, penulis mengambil satu definisi *soft-power* lagi dari Ikenberry, dimana dia menjelaskan *soft-power* sebagai kemampuan sebuah negara untuk mencapai tujuannya melalui pembangunan relasi antar negara, kooperasi lintas negara, dan aliansi yang akan membangun citra positif

²³ Nye Jr., Joseph S. "Soft Power: The Means to Success in World Politics." *PublicAffairs*, 2004.

²⁴ Waltz, Kenneth N. "Theory of International Politics." *Waveland Press*, 1979.

²⁵ Nye Jr., Joseph S. "Soft Power: The Means to Success in World Politics." *PublicAffairs*, 2004.

²⁶ *Ibid.*

bagi negara tersebut.²⁷ Dari kedua definisi *soft-power* tersebut, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa *soft-power* merupakan sebuah alat yang dapat digunakan sebuah negara untuk mencapai keinginannya di dunia internasional dengan damai, melalui penggunaan budaya, nilai-nilai, ataupun kebijakan yang dapat membangun relasi maupun kooperasi antar negara.

Soft-power sendiri menjadi lebih diterima di dunia internasional karena, melalui penggunaannya, negara dapat mengurangi kemungkinannya terjadi perang. Dengan berubahnya penggunaan kekuatan ini di dunia internasional, diperlukannya bentuk diplomasi baru yang dapat menggunakan *soft-power* dengan sebaiknya, maka dari itu muncullah diplomasi publik. Untuk membantu kembali dalam penelitian ini, penulis mengambil dua definisi diplomasi publik dari ahli dalam politik internasional. Dalam penjelasannya, Nye menjelaskan diplomasi publik sebagai program kebijakan yang didukung dan disponsori oleh negara yang berupaya untuk membangun atau mempengaruhi citra negara tersebut.²⁸ Nye juga menekankan bahwa politik internasional juga dapat dipengaruhi oleh masyarakat setiap negaranya dan bagaimana opini masyarakat tersebut dapat membantu negara dalam membangun relasi baru.²⁹ Diplomasi publik juga dijelaskan oleh Melissen sebagai upaya yang dilakukan oleh sebuah negara untuk membangun hubungan dengan masyarakat asing untuk mencapai kepentingan kebijakan luar negeri negara tersebut maupun

²⁷ Ikenberry, John. "After Victory: Institutions, Strategic Restraint, and the Rebuilding of Order after Major Wars, New Edition." *Princeton University Press*, 2019. <https://doi.org/10.23943/princeton/9780691169217.001.0001>. (Diakses pada 16 Mei 2023).

²⁸ Nye Jr., Joseph S. "The Future of Power," *PublicAffairs*, 2011.

²⁹ *Ibid.*

mempengaruhi pembuatan kebijakan negara tujuan.³⁰ Dari kedua definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa diplomasi publik merupakan sebuah bentuk diplomasi yang menekankan penggunaan berbagai *soft power* yang dimiliki oleh negara untuk mencapai kepentingannya di negara tujuan melalui pembangunan citra yang baik terhadap masyarakat negara tujuan. Salah satu bentuk *soft power* yang digunakan tentunya adalah budaya, dimana budaya sendiri membawa nilai-nilai yang dianut oleh sebuah negara dan, jika dilakukan dengan strategi yang benar, dapat membangun citra yang baik bagi masyarakat negara tujuan terhadap negara yang melakukan diplomasi publik tersebut.

Tentunya, dalam pelaksanaan diplomasi publik sendiri, ada beberapa bentuk diplomasi lain yang dapat disesuaikan dengan kepentingan masing-masing negara. Salah satu dari bentuk diplomasi tersebut adalah diplomasi budaya, dimana budaya satu negara dapat digunakan untuk memperkenalkan negara tersebut dengan lebih dalam kepada masyarakat dari negara tujuan melalui budaya.³¹ Definisi lain dari diplomasi budaya yang penulis gunakan adalah dari Nicholas J. Cull, dimana Cull menjelaskan diplomasi budaya sebagai cara sebuah negara berinteraksi di dunia internasional dengan negara lain melalui sumber daya budaya yang dimiliki oleh negara, dan Cull juga menekankan bahwa diplomasi budaya seringkali melalui pergantian budaya dengan negara lain juga.³² Diplomasi budaya dapat disimpulkan sebuah teori yang digunakan dengan basis budaya sebagai sumber daya *soft power*

³⁰ Melissen, Jan. "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice." *The New Public Diplomacy*, 2005, hal. 3-27.

³¹ Cho, Yun Young. "Public Diplomacy and South Korea's Strategies." *The Korean Journal of International Studies*, 2012. <https://doi.org/10.14731/kjis.2012.12.10.2.275>.

³² Cull, Nicholas J., "Public Diplomacy: Lessons From the Past." *Figueora Press*, 2009. Hal. 19-20.

yang dapat digunakan oleh negara untuk membentuk citra negara tersebut kepada masyarakat asing yang dilakukan melalui berbagai pergantian budaya ataupun pemberian akses langsung terhadap budaya tersebut melalui pentas budaya.

Salah satu poin penting yang harus diingat dalam diplomasi budaya adalah bagaimana teori tersebut dapat menarik masyarakat negara tujuan dan menciptakan citra yang baik bagi Indonesia. Untuk mencapai hal tersebut, pemaparan secara langsung di negara tujuan menjadi salah satu cara yang paling efektif. Maka dari itu, salah satu cara yang dilakukan oleh Indonesia untuk mencapai hal tersebut adalah melalui pentas seni, mau itu tarian atau seni rupa dari seniman Indonesia, *fashion show* baju adat Indonesia, dan lain-lain.³³ Melihat keefektifan hal tersebut, Indonesia mengajukan untuk membangun sebuah rumah budaya di Turki yang dapat menyatukan pelaksanaan segala bentuk pertukaran budaya. Rumah budaya tersebut kemudian dinamai Rumah Budaya Indonesia . Rumah Budaya Indonesia sendiri juga menarik inspirasi dari pemerintah Perancis yang membangun Institut Français Indonesia (IFI) dan menggunakan tempat tersebut sebagai media penyebaran budaya Perancis di Indonesia.

Untuk mencapai diplomasi budaya yang efektif, penting juga bagi Indonesia untuk membangun *nation brand* mereka. *Nation brand* di sini didefinisikan oleh Keith Dinnie sebagai elemen-elemen unik dan multidimensi yang membedakan sebuah negara, terutama melalui kulturnya, dan memberikannya sebuah identitas

³³ Wildan, Mohammad. "Pengembangan Rumah Budaya Indonesia." Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya, 7 Maret, 2017.
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/pengembangan-rumah-budaya-indonesia/> (Diakses pada 10 Oktober 2022)

yang relevan terhadap perkembangan citranya di kalangan masyarakat internasional.³⁴ Simon Anholt namun mendefinisikan *nation branding* sebagai sebuah fenomena dimana sebuah negara berupaya untuk membangun dan menyebarkan citra baik sebuah negara, mau itu secara internal (ke dalam negara) atau external (ke negara dan masyarakat asing), dimana melalui *nation branding*, negara tersebut dapat mengatur persepsi masyarakat terhadap negara itu.³⁵ Namun Anholt menekankan bahwa *nation branding* tidak selalu berasal dari pemerintah, namun seringkali terjadi karena media ataupun masyarakat umum memberikan opini mereka kepada sebuah negara dan opini tersebut menjadi opini kolektif dari sebuah kelompok masyarakat yang pada akhirnya dapat berkembang menjadi *branding* bagi negara tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa *nation branding* merupakan sebuah konsep yang dapat digunakan oleh sebuah negara untuk membangun citra mereka di dunia internasional, khususnya bagi masyarakat asing, namun media massa maupun masyarakat asing juga dapat memberikan opini mereka terhadap upaya *nation branding* tersebut yang dapat menjadi halangan bagi negara untuk melakukannya secara efektif. Dalam konteks penelitian ini, *nation branding* dan diplomasi budaya bergerak secara bersamaan, dimana kedua konsep ini berdiri sendiri namun beririsan dalam pelaksanaannya, dan menganut teori dasar diplomasi publik.

Meskipun Rumah Budaya Indonesia dapat dianggap sebagai bentuk diplomasi budaya yang efektif, terjadi penurunan dalam dampak yang diberikan oleh Rumah

³⁴ Dinnie, Keith. "Nation Branding: Concepts, Issues, Practice." Elsevier, 2008. Hal. 15. <https://doi.org/10.4324/9780080554570>

³⁵ Anholt, Simon dan Jeremy Hildreth. "Brand America: The Mother of All Brands." *Cyan Communications*, 2005.

Budaya Indonesia terhadap ketertarikan masyarakat Turki. Sejak tahun 2016, relasi antar Indonesia dan Turki menurun, terutama dalam aspek dagang.³⁶ Dengan bertambahnya peraturan bagi negara asing untuk melakukan ekspor ke Turki, Indonesia harus membangun jembatan baru yang dapat memikat masyarakat Turki ataupun pemerintah Turki untuk membangun kembali relasi yang baik.³⁷ Dengan menghilangnya salah satu sarana utama Indonesia dalam melakukan diplomasi budaya di Turki, Rumah Budaya Indonesia dapat menjadi cara utama bagi Indonesia untuk membangun kembali relasi mereka. Mengingat banyaknya kemiripan dari budaya Indonesia dan Turki, dan kesuksesan yang didapat dari Rumah Budaya Indonesia sejak didirikannya di berbagai negara lain, diplomasi budaya dapat dengan mudah menjadi strategi yang jauh lebih baik dibandingkan dengan diplomasi tradisional untuk memperkuat relasi Indonesia dan Turki.

³⁶ G., Sella P., and Rahmad Nasution. "Indonesia, Turkey Trade Ties Hampered by CEPA Absence." Antara News. ANTARA, 12 Juli 2019.

<https://en.antaranews.com/news/128849/indonesia-turkey-trade-ties-hampered-by-cepa-absence>.

(Diakses pada 10 Oktober 2022)

³⁷ Yusuf Kenan Bağır. "Tariff Changes by Turkey During the Covid-19 Pandemic: Impact on Import Value and Import Prices". Central Bank of the Republic of Turkey.

<https://tomb.gov.tr/wps/wcm/connect/6b2f2eaa-7b8b-4c4a-b2b7-42b63cb88887/wp2113.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-6b2f2eaa-7b8b-4c4a-b2b7-42b63cb88887-nG5uhEG>

(Diakses pada 10 Oktober 2022)

1.6 Metode dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dimana penelitian akan menghasilkan data deskriptif.³⁸ Penelitian kualitatif akan memberikan kesimpulan gambaran rinci data secara tertulis, bukan data numerik. Penelitian kualitatif juga lebih sesuai dalam membantu memahami fenomena sosial, seperti dalam penelitian ini.³⁹ Dengan menggunakan jenis penelitian Deskriptif, anomali yang dibahas di penelitian ini dapat dijelaskan dengan lebih mendalam dan menjabarkan variabel-variabel yang terlibat. Untuk menggali lebih dalam lagi akan isu yang diteliti, penelitian ini akan menggunakan *nested case study* untuk membandingkan perkembangan dari Rumah Budaya Indonesia di Turki dengan Rumah Budaya Indonesia lain.⁴⁰

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kajian literatur, dengan menggunakan kajian-kajian yang berisi teori-teori yang sudah dipublikasikan dengan baik di karya ilmiah, baik *softcopy* maupun *hardcopy* yang didapat melalui buku-buku (*e-books* termasuk), makalah, jurnal online, surat kabar, dan sumber lain yang dapat

³⁸ Moleong, Lexy J. "Metodologi Penelitian Kualitatif," *PT Remaja Rosdakarya*, 2012, hal 4

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Starman, Adrijana B., "The case study as a type of qualitative research," *Journal of Contemporary Educational Studies*, 1(2013), p. 28-43.

diakses melalui internet. Sumber kedua berasal dari website resmi Kementerian Luar Negeri Indonesia, terutama KBRI Ankara.

1.7 Sistematika Penulisan

Bab I merupakan bab pendahuluan penelitian yang memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, metode pengumpulan data, dan teknik pengumpulan data.

Bab II membahas hubungan bilateral Indonesia dan Turki melalui kerjasama mereka, diplomasi budaya Indonesia, dan peran Rumah Budaya Indonesia di Turki.

Bab III akan berfokus pada analisis perkembangan kegiatan Rumah Budaya Indonesia di Turki sebagai alat diplomasi budaya Indonesia.

Terakhir, Bab IV akan mencakup kesimpulan dari penelitian ini beserta rekomendasi peneliti bagi pembaca yang ingin mengangkat topik yang serupa.