



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO : 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014*

**Upaya-Upaya Diplomasi Publik Britania Raya Melalui**  
***Cool Britannia***

Skripsi

Oleh

Djody Fauzan Rachman

2014330058

Bandung

2019



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO : 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014*

**Upaya-Upaya Diplomasi Publik Britania Raya Melalui**  
***Cool Britannia***

Skripsi

Oleh

Djody Fauzan Rachman

2014330058

Pembimbing

Sukawarsini Djelantik, Ph.D

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



**Tanda Persetujuan Skripsi**

Nama : Djody Fauzan Rachman  
Nomor Pokok : 20143300058  
Judul : Upaya-Upaya Diplomasi Publik Britania Raya Melalui  
*Cool Britannia*

Menyetujui untuk diajukan pada  
Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Bandung, 2 Januari 2019

Pembimbing,

**Sukawarsini Djelantik, Ph.D**

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

**Sylvia Yazid, Ph.D**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



**Tanda Pengesahan Skripsi**

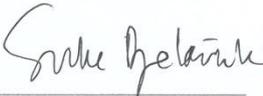
Nama : Djody Fauzan Rachman  
Nomor Pokok : 2014330058  
Judul : Upaya-Upaya Diplomasi Publik Britania Raya Melalui  
*Cool Britannia*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 10 Januari 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Dr. Atom Ginting Munthe

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**  
Sukawarsini Djelantik, Ph.D.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**  
Albert Triwibowo, S.IP., M.A

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

**PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Djody Fauzan Rachman  
NPM : 2014330058  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional  
Judul : Upaya-Upaya Diplomasi Publik Britania Raya  
Melalui *Cool Britannia*

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

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

Bandung, 2 Januari 2019

Djody Fauzan Rachman

**ABSTRAK**

Nama : Djody Fauzan Rachman  
NPM : 2014330058  
Judul : Upaya-Upaya Diplomasi Publik Britania Raya  
Melalui *Cool Britannia*

---

Britania Raya memiliki beragam budaya musik populer dengan ciri khas yang dikenal oleh publik. Kehadiran budaya musik Britania Raya yang dikenal sebagai *Cool Britannia* berpengaruh secara sosial dan politikal ini dijadikan sebagai instrumen diplomasi publik. Penelitian ini mengkaji upaya-upaya diplomasi publik melalui musik populer dari 1990an akhir hingga tahun 2018 yang dilakukan oleh aktor-aktor pemerintah dengan non-negara. Upaya-upaya bertujuan untuk menunjukkan citra Britania Raya sebagai negara dengan penghasil budaya musik populer berpengaruh. Untuk membangun citra musik populer di luar negeri, Britania Raya beserta badan pemeritahan *The British Council* beserta *UK Music* menyelenggarakan program-program musik, seperti *The Selector*, *Musician in Residence*, *Music for Social Change*, *Music Policy and Research*, *Music Skills* dan Pariwisata Musik Negeri. Penelitian ini membahas keterlibatan aktor-aktor pemerintah, pelaku bisnis, warga negara, pelatihan, serta media massa. Dengan terselenggara program-program tersebut, diplomasi publik melalui musik populer dapat membangun citra negara serta memperkuat kerjasama dengan penggiat kesenian beserta lembaga luar negeri terkait secara berlanjut.

Kata Kunci : Britania Raya, Musik Populer, Diplomasi publik, Diplomasi Multijalur

**ABSTRACT**

Name : Djody Fauzan Rachman  
NPM : 2014330058  
Title : United Kingdom Public Diplomacy Efforts Through  
*Cool Britannia*

---

United Kingdom has a variety of popular music cultures with their identity that well known by the public. The United Kingdom music culture that also known as *Cool Britannia* are influencing in social and political that use as an instrument of public diplomacy. This research examine public diplomacy efforts through popular music from the late 1990s to 2018 conducted by government and non-state actors. This Efforts aim to show the image of the United Kingdom as a state with a influential popular music. To build the image of popular music abroad, the United Kingdom with the goverment agency The British Council and UK Music held music programs, such as The Selector, Musician in Residence, Music for Social Change, Music Policy and Research, Music Skills and Music Tourism. This study discusses the involvement of government actors, business people, citizens, training, and the mass media. By the program been held, public diplomacy through popular music could build the nation image and strengthen cooperation with art activists along with related foreign institutions continuously.

Key Words : United Kingdom, Popular Music, Public Diplomacy, Multi-Track  
Diplomacy

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih atas kehendak Tuhan Yang Maha Kuasa atas kehendak nya sehingga seminar ini dapat terselesaikan dengan baik dengan Seminar berjudul “Upaya-Upaya Diplomasi Publik Britania Raya Melalui *Cool Britannia*”. Penulisan seminar ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan untuk lanjut proses terakhir studi ujian akhir Program Strata-1 (S1). Jurusan Hubungan Internasional, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan ini masih terdapat banyak kekurangan dari segi teknis penulisan serta pengolahan data sumber yang ada. Oleh karena itu penulis mengharapkan Kritik dan Saran baik dari penstudi Hubungan Internasional maupun Non penstudi Hubungan Internasional.

Akhir kata, Penulis berharap semoga seminar ini dapat memberikan manfaat informasi bagi para pembacanya, atas perhatiannya, penulis mengucapkan terimakasih.

Bandung, 2 Januari 2019

Djody Fauzan Rachman

## UCAPAN TERIMAKASIH

*Bismillahirrahmanirrahim*

Terimakasih kepada **Allah S.W.T** yang mahakuasa telah memberi umur, akal serta raga yang sehat sehingga terciptanya karya tulis ilmiah ini. Semoga hasil jerih payah pendidikan selama 4,5 tahun di Universitas Katolik Parahyangan dapat memberikan berkah kepada saya seumur hidup.

Kepada ketiga orang tua saya, **Gungun Rahmawan, Avie Yustika Deviyani, Perah Tamiang Ukur**. Yang telah memberikan dukungan dan inspirasi ke Djodi sehingga lulus dari Perguruan Tinggi. *thank you, thank you, thank you*. Meskipun orang tua tidak meminta balas budi, Semoga suatu saat nanti Djodi dapat membalas budi pengorbanan orang tua dengan bagaimanapun.

Kepada tim penguji skripsi saya sekaligus mewakilkan dosen pembimbing dan dosen penguji saya, **Dr. Atom Ginting Munthe, Sukawarsini Djelantik, Ph.D., Albert Triwibowo, S.IP., M.A.** Terima kasih banyak atas masukan-masukan terhadap penelitian saya ini mohon maaf bila terdapat kekurangan-kekurangan yang tidak saya ketahui, semoga masukan-masukan ini menjadikan saya lebih teliti.

*The Boys*, **Roger 69** yang sudah menemani perjalanan sarjana Djodi selama 4,5 tahun. **Ari Budi Santosa, Egar M Iqbal, Fahrian Aryasa Wardhana, Fahrizal Ahadisuryo, Farhan Adipratama, Farhan Muhammad, Frenza Adriandi, M Adam Garaudy, M Ali Tanthowi, M Armadhani Tririfky Rizaldy, M Revinsyah, M Reyhan Raharjo, Reizka Dwidianto, Rizky Ramadhan P. Dan Alm. Prana Alfarisi** *Thank you!*. Hidup Djodi gak akan pernah sama kalau gak ketemu kalian di kosannya Aldy. *Love Y'all, stay in touch ye?*

Kepada sobat-sobat Hasbunallah, **Denna Medina, Elita Jeni, Fahrizal Ahadisuryo, Ilham Purwana, M Revinsyah dan Sarah Assegaf**. *Keep Caleuy AF. Thank you* udah ngehibur dengan *jokes-jokes* kalian yang memang tidak pernah mengenal malu. *Love Y'all too!, Stay in Touch ye?*

Kepada **UKM SATRE** yang telah mengajari saya *skill* pementasan, *Acting* dan *leadership* selama satu tahun sebagai ketua, *thank you*. Mulai dari guru besar **Gepenk A.K.A Riki Firmansyah dan Ramanadi**. Angkatan atas saya **Putri, Mia, Nita, Risfan, Naomi** hingga angkatan bawah **Anton, Jordan, Gita, Tella Dkk** yang tidak bisa tersebut, *Thank You*. “Berdoa tidak pernah selesai!”

Kepada **KKBM & Partek Angga, Andrian, Axel, Kevin, Yolen, Zico Dkk** yang tidak bisa tersebut. *Thank You* untuk momen-momen bikin film sama bikin *Gig* musik keren. *Stay in touch* buat projek projek lagi yaa!

Kepada band saya “**hulica**” **Dimaz, Erwin, Sendhi dan Yana** yang telah mengisi waktu dan meluangkan kreatifitas bersma di penatnya perkuliahan kampus. Ayo terus bermusik!

Dan yang terakhir, yang senantiasa menyemangati kapanpun di waktu yang sulit dan menyenangkan **Roufina Rizky Maulani**.

*See You when i see you!*

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR SINGKATAN .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.2.1. Pembatasan Masalah .....	7
1.2.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1. Tujuan penelitian.....	7
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	8
1.4. Tinjauan Pustaka .....	8
1.5. Kerangka Teori.....	11
1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan data .....	16
1.6.1. Metode Penelitian.....	16
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	17
1.7. Sistematika Pembahasan .....	17
BAB II.....	19
SEJARAH DAN PERKEMBANGAN MUSIK POPULER BRITANIA RAYA	19
2.1. Sejarah Budaya Musik Populer Britania Raya .....	20
2.1.1. Invasi Britania Pertama (dekade 1960an) .....	23
2.1.2. Invasi Britania Kedua (dekade 1980an).....	34

2.1.3. Tren Britpop (dekade 1990an) .....	38
BAB III.....	45
UPAYA-UPAYA DIPLOMASI PUBLIK MELALUI <i>COOL BRITANNIA</i> .....	45
3.1. Membentuk <i>Departement for Culture, Media and Sport</i> .....	46
3.2. Membentuk Forum Industri Musik .....	48
3.3. Menyelenggarakan Program Tim Musik The British Council .....	51
3.3.1. Program <i>The Selector</i> .....	53
3.3.2. Program Musician in Residence.....	55
3.3.3. Progam Music For Social change .....	59
3.3.4. Program Music Policy and Research .....	62
3.3.5. Program Music Skills .....	63
3.4. Mendirikan UK Music dan Menyelenggarakan Pariwisata Musik .....	66
BAB IV .....	70
KESIMPULAN .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	ix

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Multi Track Diplomacy</i> .....	15
Gambar 2.1 The Beatles beserta gelar MBE .....	27
Gambar 2.2 Tony Blair memberikan gelar penghargaan <i>Outstanding Countribution</i> terhadap David Bowie di Brits Award 1996 .....	41
Gambar 3.1 Sesi Langsung The Orielles pada tanggal 28 September 2018 .....	54
Gambar 3.2 <i>Musician in Residence</i> China 2018 .....	56
Gambar 3.3 <i>Musician in Residence</i> Brazil 2018 .....	57
Gambar 3.4 <i>British Paraorchestra</i> di Bahrain .....	60
Gambar 3.5 FAMLAB 2016 .....	65
Gambar 3.6 Konser <i>World Voice</i> di Yunani .....	66

**DAFTAR SINGKATAN**

ABC	: <i>American Broadcasting Company</i>
AEF	: <i>American Expeditionary Forces</i>
ACGB	: <i>Arts Council of Great Britain</i>
BBC	: <i>British Broadcasting Corporation</i>
BFI	: <i>British Film Institute</i>
BMR	: <i>British Music Righ</i>
BPI	: <i>British Phonographic Industries</i>
USSR	: <i>Uni Soviet Socialist Republic</i>
CEMA	: <i>Council for the Encouragement Art</i>
DHN	: <i>Departement of National Heritage</i>
DTI	: <i>Departement of Trade and Industries</i>
DCMS	: <i>Departement for Culture, Media and Sport</i>
EMI	: <i>Electrical Music Industries</i>
FAMLAB	: <i>Film, Archive and Music Lab Week</i>
LSM	: <i>Lembaga Swadaya Masyarakat</i>
MBE	: <i>Most Excellent Order of the British Empire</i>
MPA	: <i>The Music Publisher Association</i>
MTV	: <i>Music Television</i>
MCPS	: <i>The Mechanical-Copyright Protection</i>
PRS	: <i>The Peforming Right Society</i>
UEA	: <i>Uni Emirat Arab</i>
VAT	: <i>Value Added Tax</i>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi mempermudah arus informasi serta gagasan pemikiran yang berpengaruh terhadap masing-masing individu di seluruh negara. Salah satu aspek globalisasi yakni adanya akulturasi antar budaya dari dalam negeri dan luar negeri yang dapat memberikan pengaruh terhadap gagasan, cara berpola pikir dan berperilaku terhadap masyarakat dunia. Akulturasi ini menyebabkan fenomena sosial di berbagai tempat contohnya suatu kelompok masyarakat berdandan dan berperilaku sesuai figur publik yang disukai karena dengan ini kelompok tersebut bisa menampilkan identitas atau ikon dari kelompok tersebut serta dijadikan sebagai gaya hidup<sup>1</sup>.

Pendorong akulturasi budaya adalah perkembangan teknologi sebagai perantara informasi yang ingin disampaikan terhadap masyarakat di suatu negara. Media massa seperti televisi, radio, koran, majalah serta internet, menjadikan akses yang dapat mempengaruhi opini publik. Keberadaan media massa tersebut terdorong juga dengan munculnya gerakan budaya populer karena keberadaannya selain dijadikan sebagai *influencer*, juga sebagai bagian dari industri hiburan karena merupakan budaya yang dapat diterima secara massal, ke popularitas suatu budaya dapat menyebar luas ke seluruh wilayah dunia.

---

<sup>1</sup> Globalization and International Relations, diakses di <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-12-cdac/Globalization-and-International-Relations-Lianna-Amirkhanyan.pdf> pada tanggal 10 Oktober 2018

Budaya populer muncul dari sumber yang non-tradisional, yakni kelompok masyarakat yang bahkan tidak terpaut dengan pemerintahan setempat<sup>2</sup>. Namun karena adanya popularitas suatu tren budaya yang datang dari masyarakatnya, budaya dapat dijadikan sebagai salah satu faktor upaya diplomasi publik selain faktor politikal karena budaya merupakan identitas negara yang dapat menarik massa global yang dapat pula menguntungkan negara secara ekonomis<sup>3</sup>. Dengan adanya asumsi-asumsi Budaya populer yang berkembang di dalam negeri serta adanya media perantara untuk mendistribusikan karya-karya musisi Britania Raya melalui perantara negara dan industri kreatif, politik luar negeri suatu negara dapat memanfaatkan budaya populer domestik sebagai misi diplomasi publik untuk membangun citra untuk bisnis yang berpotensi besar dalam masa jangka yang panjang. Menjadikan sebagai *Cultural Consumption* warga negara asing baik dari segi ekonomis maupun sosial yang selain berpengaruh dan berdampak terhadap masyarakatnya, hal ini dapat berdampak terhadap suatu negara baik menanggapi secara positif maupun negatif<sup>4</sup>.

Keterkaitan antara budaya populer dengan pemerintahan bersifat rumit dikarenakan integrasi antara dua hal tersebut tidak berjalan satu sama lain, terdapat asumsi bahwa pemerintahan mengangkat budaya hanya untuk kepentingan negara, tidak sepenuhnya menguntungkan industri kreatif di luar badan pemerintahan. Suatu budaya populer secara tidak langsung sebenarnya

---

<sup>2</sup> Frode Liland, " *Culture and Foreign Policy an introduction to approaches and theory* " (Oslo : Forsvartstudier,1993) 8

<sup>3</sup> Betsabe Navarro, " *Creative Industries and Britpop: The Marketisation of Culture, Politics and National Identity* ", diakses di <https://www.researchgate.net/publication/281414015>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2010

<sup>4</sup> Ibid

sudah dapat mengharumkan identitas asal negaranya sendiri, meskipun sebenarnya pada awalnya budaya populer tersebut memang tidak ingin membawa nama negara sebagai identitas budaya populer.

Britania Raya merupakan negara dengan beragam sejarah dan budaya, dengan kemunculan budaya populer suatu gagasan budaya dapat dijadikan sebagai gagasan berperilaku dari kehidupan sehari – hari. Bahkan dengan adanya beberapa dekade perjalanan musik populer inggris menciptakan beberapa generasi pendengar sehingga patut jika Britania Raya salah satu negara yang menciptakan karya – karya musik terbaik. Namun terlepas dari kepopuleran musik populer tersebut, bagaimana tanggapan pemerintahan Britania Raya dalam mengapresiasi serta “memanfaatkan momentum” kehadiran budaya musik populer tersebut?.

Korea Selatan memiliki budaya musik populer dunia yang dikenal sebagai *K-Pop*. Popularitas musik *K-Pop* menjadi instrument politik, bisnis dan propaganda pemerintahan Korea Selatan. Meskipun adanya stigma negatif yang menyatakan bahwa *K-Pop* tidak mempresentasikan budaya orisinal Korea Selatan, globalisasi menyebabkan saling mengintegrasikan beragam budaya masing-masing negara sehingga menciptakan akulturasi tren populer yang baru. Dengan contoh ini, Industri kreatif Korea Selatan bersama pemerintahanya berhasil menciptakan arus globalisasi yang baru, menciptakan Korea Selatan sebagai poros baru dalam budaya musik populer<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Lucas Oakley, “*How K-pop Became A Propaganda Tool*”, diakses di <https://theoutline.com/post/4269/k-pop-propaganda-south-korea-north-korea-demilitarized-zone?zd=1&zi=otyxsy5a> pada tanggal 10 Oktober 2018

*K-Pop* merupakan hasil akulturasi budaya populer dan dijadikan sebagai diplomasi publik oleh negara. Perkembangan musik di dalam negeri dari dekade 60an hingga masa sekarang pun tidak turut terlepas dengan akulturasi budaya. Kemunculan musisi-musisi baru yang turut meramaikan globalisasi ini menjadi panutan publik sehingga memunculkan opini-opini tertentu baik secara positif maupun negatif. Opini tersebut dapat membangun citra pula terhadap negara, terkait latar belakang dan citra khas negara yang di tawarkan terhadap publik. Ketika opini publik membangun citra tertentu terhadap negara, Britania Raya dapat menciptakan citra yang ditawarkan melalui musisinya sebagai representasi negara. menjadikan musisi sebagai instrumen *soft power*.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Pada era globalisasi, merupakan suatu fenomena yang umum ketika masyarakat global mengikuti budaya populer yang sedang tren. Terutama remaja atau pemuda yang antusias dengan keberadaan budaya populer. Industri musik *mainstream* merupakan aktor penting dalam globalisasi salah satu sumber pengaruh budaya populer terbesar di dunia karena musik dapat berpengaruh secara psikologis dan sosiologis mengenai perasaan individu sehingga menyebar luas dan menciptakan suatu pergerakan. Ditambah, terutama musik di era 1990an dinikmati dalam bermacam-macam *multimedia* seperti televisi, radio, internet dan format fisik rilisan lagu seperti *vinyl*, *tape*, *cd* bahkan digital internet. Dalam distribusi budaya populer, media massa sangat berpengaruh dalam penyebaran gagasan budaya populer.

Meskipun akses terhadap budaya populer relatif mudah, tetapi terkadang pemerintahan tidak menyadari potensi budaya populer yang dapat mempengaruhi opini publik terhadap identitas negara melalui budaya populer dan industri kreatif hanya memiliki kepentingan tersendiri dalam menjalankan bisnisnya sehingga tidak adanya intervensi dari pihak luar terutama pemerintahan, karena dikhawatirkan budaya populer hanya dipakai untuk *gimmick* politik meskipun praktek politik luar negeri tidak terlepas dari pengaruh kebudayaan<sup>6</sup>.

Britania Raya memiliki tiga fase musik populer selama beberapa dekade, kehadiran Invasi Britania Raya mungkin dapat disambut secara antusias oleh publik lokal maupun luar tetapi tidak begitu di apresiasi oleh pemerintahan. Meskipun para musisi dianggap sebagai pahlawan dengan tanda jasa berupa gelar kehormatan dari kerajaan, tetapi bagi musisi gelar kehormatan tersebut hanyalah suatu simbolik apresiasi terhadap para musisi bukan untuk suatu momentum jangka panjang, dikarenakan pemerintahan lebih memintingkan isu *hardpower* dibandingkan *softpower*. Sehingga para musisipun tidak begitu menaruh harapan besar terhadap dukungan pemerintah<sup>7</sup>.

Kehadiran fase ketiga pada tahun 1990an bernama *Britpop* dijadikan momentum politik luar negeri Britania Raya pada masa kepemimpinan Tony Blair. Blair menganggap bahwa tren *Britpop* telah membawa kembali optimisme masyarakat dari Invasi Britania pertama, namun antusiasme ini harus bertahan

---

<sup>6</sup> Unesco, "Protecting the cultural heritage ,but from what?" diakses dari <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/danger-and-threats/> pada tanggal 10 oktober 2018

<sup>7</sup> Andy Bennet dan Jon Statton, "Britpop and The English Music Tradition"(Surrey: Ashgate Publishing,2010) 11

dalam jangka panjang agar tidak menghilangkan opini publik terhadap citra Britania Raya secara global. Karena itu pemerintahan mulai mengasumsikan bahwa budaya musik populer Britania Raya dapat menarik minat publik luar terutama secara tingkat global, agar industri kreatif dan negara dapat saling membangun citra secara sosial, ekonomi dan politik.

Meskipun masa-masa popularitas musik populer Britania Raya tidak sepopuler seperti pada 22 tahun yang lalu, upaya-upaya diplomasi publik melalui musik tetap berjalan. Baik dengan adanya intervensi langsung dari pemerintah maupun tidak langsung, optimisme musik populer *Britania Raya* dari beberapa dekade tetap dapat di nikmati hingga masa sekarang. Bahkan pendengar-pendengar dari kalangan milenial menikmati karya-karya hasil musisi Britania Raya era dulu.

Kehadiran peran budaya musik beserta musisi, industri kreatif serta badan usaha menengah maupun besar dari Britania Raya selain dijadikan sebagai alat diplomasi publik merupakan aset negara berharga. Oleh karena itu, industri kreatif atau industri swasta non pemerintahan dijadikan pula sebagai pemaku kepentingan negara, melalui koperatif forum antara industri kreatif & negara beserta instansi pemerintahanya, memungkinkan optimalkan upaya-upaya diplomasi publik oleh Britania Raya.

### **1.2.1. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini memfokuskan pada upaya musik yang merupakan tren budaya populer untuk membangun citra Britania Raya sebagai negara yang berpengaruh. Penelitian ini dibatasi pada masa 1997 hingga 2018, Dipilihnya tahun 1997 dikarenakan merupakan momentum awal pemerintahan mengasumsikan bahwa perkembangan budaya musik dapat dijadikan sebagai instrumen diplomasi publik Britania Raya. Pemerintahan memandang bahwa musik populer dapat dijadikan instrumen diplomasi publik sebagai membangun citra terhadap publik asing. Tahun 2018, menjadi batas akhir pembahasan berdasarkan pencapaian-pencapaian industri musik Britania Raya berupa, musisi-musisi Britania Raya yang berpartisipasi di acara internasional sebagai upaya diplomasi publik, popularitas musik dalam negeri sebagai faktor penarik pariwisata dan publikasi talenta-talenta musisi baru di luar negeri melalui radio sponsor negara. melalui lembaga-lembaga pemerintahan Britania Raya.

### **1.2.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan Uraian diatas, penulis merumuskan pertanyaan penelitian berupa “Bagaimana peran *Cool Britannia* sebagai diplomasi publik oleh Britania Raya” ?

## **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran musik sebagai instrumen diplomasi publik Britania Raya.

### 1.3.2. Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi para penstudi hubungan internasional, dalam mengkaji fenomena-fenomena terutama terkait dengan peran budaya populer. penulis berharap penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian serupa selanjutnya.

### 1.4. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan diantaranya buku yang pertama berjudul “Britpop and the English music tradition” oleh Andy Bennet dan Jon Statton diterbitkan oleh Ashgate Publishing. Merupakan buku empiris mengenai sejarah Musik populer Britania Raya dari awal era Victorian, Invasi Britania, *Britpop* bahkan hingga paska *Britpop* tahun 2000an. Selain membahas sejarah musik secara harafiah, buku ini membahas beberapa momen-momen penting yang berdampak pada perkembangan musik Britania raya. Salah satunya adalah arus globalisasi musik asing beserta budaya populer asing dapat membangun suatu budaya populer dalam negeri yang dapat di ekspor keluar negeri. Ketika arus globalisasi menciptakan kompetitif dalam bidang budaya, negara dapat menunjukkan momentum-momentum yang ada untuk bersaing di tatanan global<sup>8</sup>.

Artikel selanjutnya yang berjudul “So, How Does Popular Culture Relate to World Politics?” oleh Jutta Weldes dan Christina Rowley yang dimuat dalam *Popular Culture and World Politics* diterbitkan oleh E-International Relations.

---

<sup>8</sup> Andy Bennet dan Jon Statton, “Britpop and The English Music Tradition”(Surrey: Ashgate Publishing,2010)

Merupakan artikel mengenai pengaruh Budaya populer sebagai bagian di politik luar negeri. Dalam globalisasi yang modern ini, suatu fenomena budaya populer dari suatu negara menciptakan fenomena tren dalam suatu negara yang terpengaruh. Tren yang menciptakan suatu gagasan karya budaya populer ini menciptakan citra atau identitas ini menjadi konsumsi publik asing dan menciptakan opini tertentu. Ketika pengaruh budaya populer dapat menciptakan opini publik secara massal, negara dapat memanfaatkan momentum bermanfaat tersebut untuk kepentingan politik luar negeri utama yakni sosial, ekonomi dan politik. Memanfaatkan budaya populer sebagai konsumsi publik dan opini publik agar membangun identitas negara dalam arus globalisasi<sup>9</sup>.

Artikel selanjutnya berjudul “What Does (the Study of) World Politics Sound Like?” oleh Matt Davies dan M.I Franklin *Popular Culture and World Politics* diterbitkan oleh E-International Relations. Artikel membahas citra budaya musik dan bagaimana mempersepsikannya. Suatu budaya populer pastinya memiliki suatu gagasan-gagasan yang dapat mempengaruhi perilaku pengikutnya. Menjadikan polemik suatu negara dan masyarakat, karena menjadi suatu pro dan kontra ketika budaya musik populer mempengaruhi nilai sosial, politik dan sejarah. Bahkan suatu budaya populer yang memberikan citra dan pengaruh yang baik yang ditawarkan terhadap suatu publik, dapat tidak di sambut secara baik oleh suatu negara karena budaya populer tersebut berisikan nilai-nilai yang bertentangan dengan nilai kearifan lokal. Negara sebagai pelaku kepentingan

---

<sup>9</sup> Jutta Weldes, “*So, How Does Popular Culture Relate to World Politics?*” diakses dari <https://www.e-ir.info/2015/04/29/so-how-does-popular-culture-relate-to-world-politics/> pada tanggal 10 Oktober 2018

utama, harus meyakinkan bahwa suatu budaya musik populer terlepas dari citra yang negatif sehingga dapat di terima secara baik di suatu negara. Dengan diterima secara baik, hal tersebut dapat mempengaruhi opini publik untuk memberikan kesan yang baik<sup>10</sup>.

Artikel ketiga berjudul : “*Public Diplomacy and nation branding: Conceptual Similarities and Differences*” oleh Gyorgy Szondi diterbitkan dari Clingendael. Merupakan Artikel mengenai konsep diplomasi publik dan *nation branding*. Deskripsi konsep menyatakan kedua asumsi ini saling menguatkan satu sama lain, karena jika suatu negara membangun citra diperlukan suatu upaya yang mempengaruhi terhadap perspektif publik luar yaitu dengan membangun opini publik yang baik. Dengan ini negara dapat merespon negara pelaku budaya populer secara baik, bahkan dapat membangun kerjasama dalam jangka yang panjang<sup>11</sup>.

Buku *Japan's New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy Objectives, 2011* oleh Toshiya Nakamura diterbitkan dari Nagoya University. Merupakan artikel yang membahas upaya kebijakan luar negeri Jepang melalui diplomasi publik. Untuk membersihkan nama baik Jepang paska Perang Dunia II serta memperbaiki hubungan negara Korea Selatan dan Tiongkok, Jepang mengupayakan *branding* budaya populer *Anime* (Animasi Jepang) dan *Manga* (Komik Jepang) sebagai *soft power*. kedua budaya populer ini dijadikan sebagai

---

<sup>10</sup> Matt Davies dan M.I Franklin diakses dari <https://www.e-ir.info/2018/07/26/popular-culture-matters-defining-politics-in-popular-culture-world-politics/> pada tanggal 10 Oktober 2018

<sup>11</sup> Gyorgi Szondi, “*Diplomacy and Nation Branding : Conceptual Similarities and Differences*” (Den Haag : Clingendael,2008)

wujud citra Jepang sebagai negara damai dan membangun rasa percaya publik asing terhadap Jepang paska perang dunia II serta menggambarkan modernnya Jepang di masa globalisasi sekarang. Dengan diplomasi publik ini, Jepang beserta kementerian luar negeri dapat menjalankan misi diplomatik lainnya yang berkaitan dengan sosial, ekonomi dan politik untuk jangka panjang<sup>12</sup>.

Buku *Cultural Policy in The Korean Wave : An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded In Presedential Speeches*, oleh Tae Young Kim dan Dal Yong Jim diterbitkan oleh Simon Fraser University. Merupakan buku yang membahas mengenai *Statement* dari beberapa president Korea Selatan dari partai liberal dan konserfatif mengenai *Hallyu* atau gerakan budaya populer Korea Selatan untuk dijadikan sebagai diplomasi budaya.

*Hallyu* memprioritaskan Drama Korea dan musik *K-Pop* sebagai pusat tenaga industri kreatif Korea Selatan, dan menggunakan media digital sebagai perantara penyebaran budaya tersebut. Selain dijadikan untuk membangun citra negara, *hallyu* bertujuan untuk membantu untuk memperkuat industri kreatif negara yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi negara<sup>13</sup>.

### 1.5. Kerangka Teori

Hubungan Internasional memiliki beragam aktor, baik tradisional seperti negara dan isu-isu *hardpower* maupun non tradisional seperti masyarakat dan isu-isu *softpower*nya. Namun konteks hubungan internasional di zaman sekarang,

---

<sup>12</sup> Toshiya Nakamura, "Japan's New Public Diplomacy : Coolness in Foreign Policy Objectives" Nagoya University. 10 Diakses di <https://www.lang.nagoya-u.ac.jp/media/public/mediasociety/vol5/pdf/nakamura.pdf>

<sup>13</sup> Tae Young Kim dan Dal Yong Jim, "An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded In Presedential Speeches" Simon Fraser University.

seluruh aktor hubungan internasional saling terhubung satu sama lain. Di era Globalisasi awal milenium maupun dimasa sekarang, komunikasi antar aktor dipermudah dikarenakan beragamnya media sebagai penyalur informasi-informasi yang bersifat lintas batas negara sehingga bisa berdampak secara luas dan massal. Dengan melihat konsep komunikasi G to P (*Government to Public*), M to P (*Media to Public*), Budaya musik populer berasal dari sumber yang non-tradisional serta berkaitan dengan unsur *soft power* sehingga terhubung dengan konsep politik luar negeri negara<sup>14</sup>.

Budaya adalah suatu sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia, dalam definisi umum merupakan suatu gagasan yang berkaitan dengan perilaku yang diterapkan oleh suatu masyarakat atau kelompok secara massal dan suatu gagasan bisa terus diwariskan oleh generasi penerus<sup>15</sup>. Sumardjo mendefinisikan bahwa Suatu gagasan dapat berwujud kesenian yang sebagai ungkapan perasaan yang dapat dilihat, didengar, maupun dilihat dan didengar<sup>16</sup>. Gagasan kesenian tersebut diterapkan bersama suatu masyarakat yang dapat dijadikan sebagai wujud peradaban suatu bangsa

Satu hal yang menyebabkan transisi budaya ini dikarenakan munculnya media massa yang masif. Dorongan media massa dalam arus globalisasi menyebabkan terjadinya akulturasi antar budaya, dan ketika suatu budaya populer

---

<sup>14</sup> Frode Liland, " *Culture and Foreign Policy an introduction to approaches and theory* " (Oslo : Forsvartstudier,1993) 8

<sup>15</sup> Kadira Pethiyagoda, " *Why Cultural Values cannot be Ignored in International Relations* " , diakses di <http://www.eastasiaforum.org/2014/09/20/why-cultural-values-cannot-be-ignored-in-international-relations/> pada tanggal 10 Oktober 2018

<sup>16</sup> Tedi Sutardi, "Antropologi: Mengungkap Keragaman Budaya" PT. Setia Purna Inves:Bandung (2003), hal 10

menguasai global terdapat kemungkinan akan menciptakan suatu fenomena budaya baru. Dua metode dalam media yang sangat berpengaruh adalah *Framing* dan *Imitation*, yang memungkinkan suatu individu atau kelompok di pengaruhi oleh suatu citra yang diciptakan untuk persepsi utuh berdasarkan suatu gagasan yang dipublikasikan oleh media. Bukti Keberhasilan *Framing* gagasan pun di perkuat dengan ada nya efek *imitiation* yang membuat suatu individu atau kelompok ingin berimitasi atau mengikuti gagasan-gagasan yang di terapkan oleh figur publik tersebut<sup>17</sup>.

Untuk melaksanakan suatu kebijakan luar negeri, Diplomasi ditujukan sebagai wujud resmi upaya negara untuk menaplikasikan kebijakan negara di suatu negara melalui intansi pemerintahan, dengan tujuan untuk mencapai suatu kepentingan nasional, Britania Raya menerapkan diplomasi musik populer sebagai upaya untuk mempromosikan negara dan membangun citra negara. Sebagai pelaku kepentingan, Britania Raya sebagai aktor utama bertindak untuk merancang upaya dan strategi diplomasi dengan menekankan dua tipe diplomasi.

Diplomasi Budaya sebagaimana peristiwa sejarah budaya musik populer domestik dapat dijadikan sebagai materi diplomasi publik dengan asumsi berupa *softpower* serta tujuan mempersuasif opini luar berdasarkan itikad baik. Penyebaran budaya populer yang berpengaruh secara domestik dijadikan sebagai

---

<sup>17</sup> Federica Caso dan Caitlin Hamilton, “ Popular Culture and World Politics”(Bristol:E-international Relations.info,2015) 35

fondasi diplomasi identitas negara yang ditujukan untuk menyebarkan pengaruh budaya musik populer terhadap publik luar negara<sup>18</sup>.

Diplomasi Publik sebagai sikap Britania Raya dalam mengelola budaya musik populer negara untuk mempengaruhi opini masyarakat luar.. Dalam hal ini, Britania Raya sebagai perantara pemerintah, bertujuan mempengaruhi opini masyarakat luar baik individu maupun Instansi pemerintahan untuk membangun pengetahuan yang bersifat jangka panjang yang memungkinkan dapat berdampak terhadap aspek sosial,ekonomi dan politik<sup>19</sup>. Melihat proses musik menjadi sebagai budaya populer, terdapat banyak keterlibatan pelaku kepentingan yang berperan bagaimana suatu musik berhasil menjadi populer. Terutama bagaimana suatu pelaku seni beserta karyanya dari suatu negara di distribusikan oleh suatu industri musik asing, di tambah dengan intervensi pemerintah tentunya mempermudah pelaku seni untuk tambah populer di mata dunia. Namun, diperlukan suatu kebijakan antar pelaku kepentingan agar tiap pelaku kepentingan tidak merasa di rugikan. Dari perspektif Britania Raya yang berupaya untuk *branding* negara hal ini bisa menjadi dilemma tersendiri jika *branding* dengan upaya keseluruhan murni langsung dari negara justru terdapat intervensi dari pihak asing, yang justru membuat opini publik pesimistik dengan upaya Britania Raya. Untuk menghindari opini negatif, Britania raya harus meyakinkan bahwa upaya *branding* dan diplomasi publik ini adalah kerjasama antar pelaku kepentingan yang menguntungkan semua pihak yang terlibat.

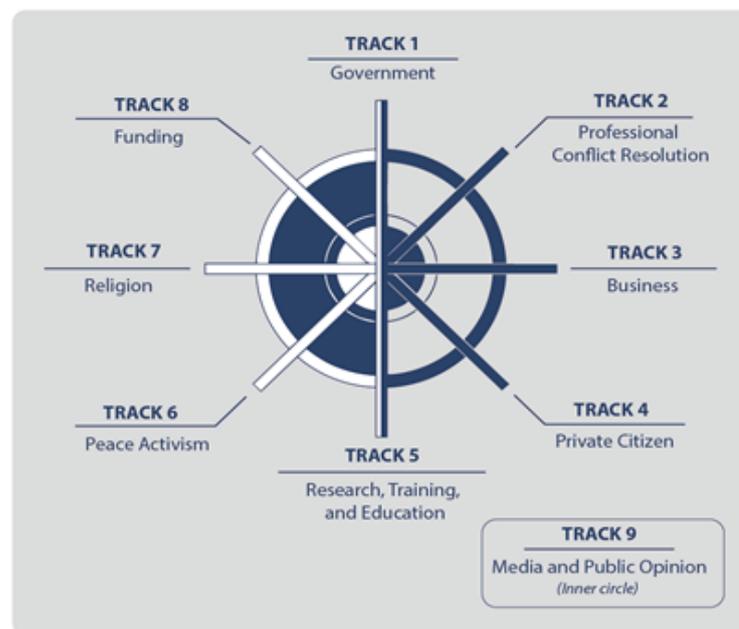
---

<sup>18</sup> Frode Liland, “ *Culture and Foreign Policy an introduction to approaches and theory* ” (Oslo : Forsvartstudier,1993) 8

<sup>19</sup> Gyorgi Szondi, “*Diplomacy and Nation Branding : Conceptual Similarities and Differences*” (Den Haag : Clingendael,2008) 9

Maka dengan adanya budaya populer yang melibatkan beragam *stakeholder*, upaya diplomasi yang dilakukan bersifat Diplomasi Multi Jalur karena menghubungkan seluruh pelaku kepentingan dalam mencapai kepentingan nasional. Diplomasi Multi Jalur memiliki sembilan aktor kepentingan diantaranya negara sebagai jalur pertama; Profesional atau NGO terkait bidang tertentu sebagai jalur kedua; pelaku bisnis atau *Commerce* sebagai jalur ketiga; warga negara yang memiliki *Interest* tertentu sebagai jalur keempat; pelatihan dan pendidikan sebagai jalur kelima; para aktivis sebagai jalur keenam; bidang keagamaan sebagai jalur ketujuh; pendanaan sebagai jalur kedelapan; dan terakhir adalah opini publik melalui media sebagai jalur kesembilan<sup>20</sup>.

Gambar 1.1 *Multi Track Diplomacy*



I · M · T · D *Institute for Multi-Track Diplomacy*

Sumber: *Institute For Multi-Track Diplomacy*, "What is Multi-Track Diplomacy?", <http://imtd.org/about/what-is-multi-track-diplomacy/> diakses November 18 2018

<sup>20</sup> *Institute For Multi Track Diplomacy*, "What Is Multi-Track Diplomacy?," diakses melalui <http://imtd.org/about/what-is-multi-track-diplomacy/>. Pada tanggal November 18 2018

Gambar tersebut menjelaskan jalur-jalur yang dapat di tempuh oleh para *stakeholders*. Dengan menggunakan media yang berposisi di tengah-tengah, seluruh pihak *stakeholders* dapat terlibat secara bersama maka penelitian akan memfokuskan pada jalur kesatu, jalur ketiga, jalur keempat, jalur kelima dan jalur kesembilan sebagai fokus penelitian. Sebagai keterangan, Jalur pertama yang dilakukan oleh pemerintah sebagai pelaku diplomasi utama. Jalur Ketiga merupakan pelaku bisnis, dalam penelitian ini Industri kreatif dan bisnis musik berperan sebagai penyalur. Jalur Keempat jalur warga negara yang memiliki ketertarikan khusus yang dijadikan sebagai pelaku utama budaya populer, dalam penelitian ini warga negara dianggap sebagai pelaku seni atau publik figur, keterlibatan individu dijadikan sebagai aktor *branding* Britania Raya. Jalur Kelima Pendidikan, Penelitian dan Pelatihan upaya pelatihan dengan badan penelitian tertentu, dalam penelitian ini badan khusus seperti asosiasi musik mengupayakan pelatihan kapasitas terhadap musisi-musisi yang siap di terjunkan ke industri musik, serta penelitian statistik pencapaian serta perkembangan musik Britania Raya. Jalur Kesembilan opini publik melalui beragam media.

## **1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan data**

### **1.6.1. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode kualitatif yang merupakan proses pemahaman masalah atau fenomena sosial. Melihat dari konteks Hubungan Internasional, bagaimana suatu Budaya Musik populer dapat mempengaruhi arus globalisasi dan politik luar negeri. Sehingga di butuhkan

perspektif dan pendekatan secara khusus dari penulis karena beragamnya bahasan yang harus diteliti secara spesifik.

### **1.6.2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Studi Kepustakaan atau Studi dokumen yang bersifat teoritis serta hipotesis dari beragam penulis-penulis yang kredibel adalah teknik pengumpulan data, Sumber seperti buku, artikel, jurnal, internet serta media-media lain yang relevan dan bisa menjamin konten pembahasan skripsi.

### **1.7. Sistematika Pembahasan**

Penulisan penelitian ini akan dibagi menjadi 4 Bab, dimana setiap bagian memfokuskan dan menjelaskan bahasan yang akan disampaikan agar mempermudah alur penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pada Bab pertama, memaparkan pendahuluan yang dibagi menjadi tujuh sub bagian. Di bagian pertama Latar belakang menjadikan objek penelitian yang akan dibahas, perumusan masalah yang mejadi pertanyaan untuk penelitian, lalu tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka dari beberapa penulis artikel dan buku yang menjadi referensi penulisan penelitian ini, kerangka teori yang dijadikan sebagai asumsi-asumsi untuk menjawab pertanyaan bagian-bagian yang ada., metode penelitian dan teknik pengumpulan serta sistematika pembahasan. Di Bab kedua, memaparkan sejarah dan perkembangan musik populer Britania Raya. Dari invasi musik Britania Raya di Amerika Serikat hingga era Tony Blair serta beberapa upaya Pemerintahan Britania Raya dalam mengapresiasi musik populer Britania Raya melalui beberapa masa

kepemimpinan. Di Bab ketiga, memaparkan upaya-upaya diplomasi publik musik populer dari pemerintahan Britania Raya dari tahun 1997 hingga 2018 dengan beberapa kelompok dan instansi terkait. Di Bab keempat, bagian ini memaparkan kesimpulan.