

DIPLOMASI BATIK INDONESIA DI AMERIKA SERIKAT PADA MASA PEMERINTAHAN SOESILO BAMBANG YUDHOYONO

Indonesian Batik Diplomacy In The United State During Soesilo Bambang Yudhoyono Reign

Irham Suryo Susanto, Supriyadi

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Jember
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: irhamsuryo@gmail.com supriyadi-fisipunej@ymail.com

Abstract

The development of diplomacy nowadays has been shifting from traditional (track one diplomacy) to more modern diplomacy through private track (track two diplomacy). This is because the first track (track one diplomacy) that prioritizes the government role tends to be strict in doing diplomacy activities, so it is difficult to reach the national interest of a state. The developing diplomacy recently is more concerned about the element of soft power through public diplomacy. It is introduced as one of government's tools in handling the state's image. Public diplomacy is also an instrument of soft power and is meant as government's communication process for other state's public which is in purpose of giving the understanding of a state, attitude, institution, culture, national interest and the policy take the state. Indonesia which is known as a beautiful country with various cultures is in attempt to use soft power through "batik" to the United States. By the diplomacy of "batik", Indonesia attracts the United State's public attention, so the good impression of Indonesia appears and leads to the improvement in bilateral relations and increases state's income through Indonesia's batik export to the United States.

Keywords: diplomacy public, soft power, batik, Indonesia, United States of America.

Pendahuluan

Diplomasi merupakan suatu proses politik untuk memelihara kebijakan luar negeri suatu pemerintah dalam mempengaruhi kebijakan dan sikap pemerintah negara lain (Suryokusumo,

2004:1). Kegiatan diplomasi saat ini juga mulai dijalankan dengan mengedepankan unsur *soft power* yang dimiliki oleh suatu negara melalui *soft diplomacy*. Munculnya penggunaan *soft power* dalam berdiplomasi juga ditunjang karena pesatnya kemajuan teknologi informasi di era globalisasi

(Jemadu, 2008:118). Pelaksanaan *soft diplomacy* tidak hanya karena proses politik tetapi juga dapat diterjemahkan menjadi kemanfaatan ekonomi ataupun budaya. *Soft diplomacy* ini diartikan sebagai pertukaran gagasan, informasi, seni dan aspek-aspek kebudayaan lain antara negara dan bangsa, dengan harapan bisa menciptakan pengertian bersama. Keberhasilan *soft diplomacy* ini sangat tergantung pada reputasi pelaku dalam komunitas internasional serta pertukaran informasi di antara para pelaku (Dewangga, 2012).

Kegiatan diplomasi melalui unsur budaya merupakan salah satu perangkat *soft power* yang dapat mendukung hubungan antar negara dan masyarakat dunia. Penggunaan dimensi kebudayaan sebagai sarana diplomasi pun menjadi semakin penting, karena kegiatan ini dilakukan secara damai dan tanpa ada unsur pemaksaan. Hal ini disebabkan, bahwa hubungan yang terjalin tidak hanya terjadi pada aktor negara saja. Namun, peran masyarakat juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan suatu diplomasi kebudayaan itu sendiri. Sedangkan peran pemerintah dalam diplomasi kebudayaan lebih sebagai penentu kebijakan melalui berbagai perundang-undangan dan peraturan, pengaturan anggaran, serta koordinator dalam pembagian tugas antar-departemen (Susanto, 2008).

Perkembangan *soft diplomacy* dewasa ini dengan kata lain telah mengurangi eksistensi *hard power* dengan kekuatan militer dan ekonomi dan tergantikan oleh *soft power* yang mempunyai fokus terhadap budaya dan kepekaan. Konsep *soft power*

merujuk pada kekuatan yang berasal dari kebudayaan, yang kemudian diimplementasikan dalam kebijakan, sehingga membuat pihak lain dapat menuruti apa yang diinginkan pihak yang memiliki *soft power* tersebut. Ketika suatu negara lebih disenangi atau dihormati oleh negara lain, maka kemungkinan untuk melakukan kerjasama secara bilateral maupun multilateral dapat lebih terbuka.

Konsep *soft power* yang bertujuan pada peningkatan kerjasama bilateral maupun multilateral ini selaras dengan tujuan diplomasi Indonesia pada masa pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono yaitu “*A Million Friends and Zero Enemy*” (TimRedaksi, 2011).

Pada kesempatan lain Soesilo Bambang Yudhoyono juga menyatakan tentang pemanfaatan potensi *soft power* sebagai kekuatan diplomasi Indonesia, demi pencapaian kepentingan nasional Indonesia, yaitu;

“Indonesia memiliki potensi besar dalam penggunaan *Soft Power* di dunia masa kini. Kita harus kembangkan lagi potensi-potensi besar seperti Bali, Batik, Nasi Goreng, tarian, *Handycraft*, dan musik agar terciptanya peningkatan dalam sektor ekonomi dan perbaikan kualitas hidup masyarakat serta terciptanya *image* baik untuk Indonesia” (TimRedaksi, 2010).

Salah satu industri kreatif Indonesia yang berpotensi tinggi adalah batik. Batik dalam pengertian umum adalah suatu kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan pada kain, yang kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu

(Prasetyo. 2010:1-2). Pada tanggal 2 Oktober 2009, batik resmi dipatenkan oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan Untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of The Oral and Intangible Heritage of Humanity*) (Hartati, 2009).

Penetapan batik sebagai warisan budaya internasional, tidak lantas bahwa batik langsung mendapatkan tempat dihati setiap masyarakat internasional dan memberikan dampak yang signifikan terhadap Indonesia, oleh sebab itu, perlu adanya upaya-upaya *real* dari pemerintah dan masyarakat Indonesia. Upaya-upaya internasionalisasi batik perlu dilakukan oleh Indonesia untuk mempromosikan batik kepada dunia internasional guna pencapaian kepentingan nasional Indonesia. Momentum yang di dapat oleh Pemerintah Indonesia melalui penetapan batik sebagai warisan budaya dunia segera di optimalkan, khususnya kepada Amerika Serikat. Batik yang merupakan salah satu budaya khas Indonesia mulai gencar diperkenalkan pada publik Amerika Serikat.

Pada tahun 2012, merupakan era kejayaan batik, karena telah banyak masyarakat dunia khususnya Amerika Serikat mulai mencintai batik dan memakai kerajinan batik dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dibuktikan bahwa batik sekarang telah menjadi *trend fashion* bagi masyarakat Amerika Serikat dan artis papan atas Hollywood seperti Jessica Alba, Reese Witherspoon, Lenka dan masih banyak lagi mulai terlihat menggunakan batik sebagai pakaian

keseharian mereka (TimRedaksi, 2012). Amerika Serikat merupakan salah satu negara dimana batik telah mampu masuk merambah ke dunia pendidikan, yaitu dengan ditetapkannya membuat batik sebagai salah satu kurikulum belajar di sekolah dasar dan menengah di Chicago (Purwadi, 2011). Upaya mengirimkan pelatih membuat batik sebagai guru kesenian Indonesia di Chicago Amerika Serikat, duta besar Indonesia untuk Amerika Serikat yaitu Dino Patti Djalal berharap, bahwa batik dapat terus berkembang dan semakin dicintai oleh masyarakat Amerika.(Yudhono, 2012)

Pada sektor ekonomi, ekspor batik dari Indonesia ke Amerika Serikat mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Total penjualan Batik ke Amerika Serikat pada kuartal I/2013 yaitu sebesar USD21,18 juta, pada kuartal I tahun sebelumnya sebesar USD17,46 juta (Susanti, 2013). Ekspor batik ke Amerika Serikat merupakan ekspor batik terbesar mengalahkan ekspor batik ke Jerman dan Korea Selatan, dimana ekspor batik ke Jerman hanya sebesar US\$ 4,52 juta dan Korea Selatan sebesar US\$ 3,94 juta (Fiki, 2013). Kerjasama-kerjasama baru antara Amerika Serikat dan Indonesia juga mengalami peningkatan, yaitu terbentuknya kerjasama *comprehensive partnership*, *comprehensive partnership*, dan *Peace Corps Agreement*, *Indonesia-United State Interfaith Cooperation* (KementerianLuarNegeriIndonesia, 2011a).

Dari latar belakang diatas, tulisan ini hendak menjelaskan tentang diplomasi batik Indonesia di

Amerika Serikat pada masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono.

Landasan Konseptual

Peneliti mencoba menjelaskan fenomena diplomasi batik Indonesia di Amerika Serikat pada masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono menggunakan konsep **Diplomasi Publik**.

1.5 Diplomasi Publik

Perkembangan situasi dunia, aktor, dan teknologi dewasa ini membuat arah diplomasi tradisional bergeser pada diplomasi yang lebih modern, dalam hal ini adalah diplomasi publik. Perkembangan teknologi informasi membuat pilihan-pilihan yang beragam sebagai alat diplomasi. Saat ini, perang tidak sepenuhnya menghilang. Saat ini kemunculan isu-isu lain seperti lingkungan, pariwisata dan budaya, terorisme, kesehatan, serta hak asasi manusia menjadi sasaran utama dari diplomasi publik. Diplomasi publik menurut J.B Manheim memiliki pengertian sebagai berikut;

“Effort by government of one nation to influence public or elite opinion in a second nation for the purpose of turning foreign policy of the target nation to advantage” (Bennet,1994:132).

Menurut Direktur Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik Indonesia A.M Fachir mendefinisikan diplomasi publik sebagai pemberdayaan segala sesuatu potensi yang dimiliki oleh sebuah negara, dimana pemberdayaan potensi ini dapat meliputi keindahan alam dan keragaman

budaya yang diperkenalkan kepada masyarakat internasional (KementerianLuarNegeriIndonesia, 2013b). Pemberdayaan potensi-potensi yang dilakukan oleh suatu negara kepada negara lain diharapkan dapat mencapai sasaran yang ingin dicapai yaitu *to win hearts and mind, domestically and internationally* (KementerianLuarNegeriIndonesia, 2013c).

Diplomasi publik didefinisikan sebagai, upaya mencapai kepentingan nasional negara melalui *informing, understanding, dan influencing* pemirsa di luar negeri. Dengan kata lain, jika proses diplomasi tradisional dikembangkan melalui mekanisme *government to government relations* maka diplomasi publik lebih ditekankan pada *government to people* atau bahkan *people to people relations*. Tujuannya agar masyarakat internasional mempunyai persepsi baik tentang suatu negara sebagai landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan yang lebih luas (Susetyo, 2008).

Proses *informing* meliputi penggunaan media cetak ataupun elektronik seperti pemanfaatan pemberitaan penyelenggaraan kegiatan pada surat kabar, pembuatan pamflet, pemberdayaan informasi melalui twitter, facebook untuk menyebarluaskan informasi tentang apa yang ingin disampaikan sehingga dapat memudahkan untuk diakses oleh masyarakat luas; proses *understanding* merupakan sebuah proses dimana diberikannya sebuah pemahaman dan penjelasan tentang informasi kebudayaan yang dipromosikan agar dapat sepenuhnya dipahami oleh masyarakat

yang menerima informasi tersebut Sedangkan proses *influencing* adalah sebuah proses akhir dari serangkaian proses yang telah dijalankan sebelumnya dimana pada tahap ini merupakan gambaran hasil berupa respon dari *audiences* terhadap informasi yang disampaikan. Salah satu cara yang dapat ditempuh dalam melakukan upaya diplomasi publik adalah dengan mengirimkan atau memperkenalkan kebudayaan lokal suatu negara ke negara lain.

Diplomasi publik dapat dilihat sebagai serangkaian usaha untuk membuka ruang komunikasi baik dalam kerangka adaptasi maupun menegosiasikan unsur-unsur lokal atau nasional di dalam ruang global. Dalam terminologi hubungan internasional unsur-unsur lokal atau nasional yang dinegosiasikan itu dikonsepsikan sebagai kepentingan nasional (Susetyo, 2008). Diplomasi publik merupakan sarana yang tepat untuk merebut opini publik dimana salah satunya melalui jalur perkenalan budaya, dimana Diplomasi publik melalui pemanfaatan budaya tidak seperti diplomasi konvensional yang menekankan pada penggunaan kekuatan ekonomi dan militer sebagai instrumen utamanya, melainkan lebih kepada pembentukan pemahaman mengenai budaya pada *mindset* masyarakat asing yang datang ke suatu negara.

Secara idealnya, diplomasi publik telah membuka jalan bagi diplomasi yang dilakukan antar pemerintah, serta memberi timbal balik melalui informasi-informasi penting dan memberikan cara pandang yang berbeda terhadap

suatu masalah kenegaraan. Kelebihan dari diplomasi publik ialah dapat melibatkan unsur-unsur lain seperti departemen dalam pemerintah, swasta, NGO (non Government Organization), media, dan individu. Bentuk diplomasi ini sangat sesuai dilaksanakan guna menjalin hubungan bilateral ataupun multilateral yang baik dengan negara lain.

Diplomasi publik melalui unsur budaya merupakan diplomasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman atas negara, sikap institusi, kepentingan nasional, dan kebijakan-kebijakan negara dengan melalui pemahaman hasil seni dan budaya. Hal ini juga berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik diluar negeri. Sebagai salah satu instrumen dari *soft power*, perkembangan diplomasi publik berkembang dengan pesat. Pesatnya perkembangan ini dipicu oleh kenyataan bahwa upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam diplomasi jalur lainnya dianggap kurang efektif mengatasi konflik-konflik antar negara.

Indonesia yang terkenal dengan kekayaan pariwisata dan sumber daya alam di dunia internasional kini memulai konsep baru dalam mengarungi politik internasional yang berlandaskan pada kekuatan *Soft Power*, melalui industri kreatif dalam negeri. Pemerintah mulai fokus pada perbaikan citra dan ekspor, yaitu dengan menduniakan hasil-hasil produksi dalam negeri khususnya bidang budaya melalui diplomasi

kebudayaan, salah satunya adalah batik. Melalui diplomasi kebudayaan yang menggunakan instrumen batik, Indonesia mencoba mengambil perhatian dunia internasional khususnya Amerika Serikat.

Upaya memperkenalkan batik di Amerika Serikat mulai gencar dilakukan setelah UNESCO mematenkan batik pada tahun 2009 sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non-bendawi dunia. Guna menarik perhatian publik Amerika Serikat, Indonesia melakukan beberapa agenda dalam mengenalkan batik yaitu, dengan menyelenggarakan festival budaya dan pameran batik di kedutaan besar Indonesia di Amerika Serikat. Pada festival budaya dan pameran batik, didalamnya terdapat beberapa pengenalan melalui film dokumenter, pengajaran membatik menggunakan *chanting*, serta pemaparan sejarah batik dari awal munculnya batik sebagai budaya yang berkembang di Indonesia.

Pemerintah Indonesia juga menyediakan tenaga pengajar yang mulai masuk pada tahun 2011 agar masyarakat Amerika Serikat dapat terjun langsung mempelajari batik. Tenaga pengajar tersebut ditempatkan khususnya di salah satu sekolah dasar di Chicago. Upaya terakhir yang dilakukan pemerintah bersama pemerhati batik dari Indonesia adalah, mengadakan lomba membatik bagi masyarakat Amerika Serikat di kedutaan besar Indonesia di Amerika Serikat. Dari upaya-upaya tersebut Indonesia bertujuan agar masyarakat Amerika Serikat dapat lebih mengenal

Indonesia serta memahami arti penting batik bagi Indonesia.

Hasil Penelitian

4.1 Upaya Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat

4.1.1 *Informing*

Pengenalan budaya batik Indonesia di Amerika Serikat sebagai salah satu warisan budaya dan identitas Republik Indonesia dilakukan dengan berbagai cara, baik dari Pemerintah Indonesia maupun pemerhati dan pengusaha batik (NGO). diawali melalui upaya *informing*, yaitu upaya pengenalan budaya batik melalui penyebaran informasi kepada masyarakat Amerika Serikat yang dilakukan menggunakan media elektronik dan media cetak. Pembahasan lebih dalam mengenai pengenalan batik melalui media elektronik dan cetak akan dibahas sebagai berikut:

1) Media Elektronik

Pengenalan batik melalui media elektronik, merupakan salah satu cara yang digunakan Indonesia untuk menginformasikan kegiatan dan pengenalan lebih dalam mengenai batik Indonesia. Pengenalan batik melalui media elektronik ini dilakukan oleh Indonesia adalah pembuatan film dokumenter tentang batik yang berjudul: *Batik: Love Our Story*. Film dokumenter ini bercerita tentang sejarah panjang perkembangan batik Indonesia, motif dan filosofi yang terkandung dalam motif batik (Egie, 2011).

Film dokumenter ini dibuat oleh Nia Dinata seorang anak bangsa dan juga sebagai produser

papan atas Indonesia yang mencintai batik yang dirilis pada tahun 2011 (Egie, 2011). Film ini juga sebagai salah satu alat yang dibawa Indonesia keliling dunia dalam memperkenalkan budaya batik di luar negeri salah satunya adalah Amerika Serikat. Film dokumenter lainnya yang diperlihatkan guna memperdalam pengetahuan masyarakat Amerika Serikat tentang batik adalah film documenter yang dibuat sendiri oleh Kedutaan Besar Indonesia di Washington D.C, dimana didalam film tersebut diperlihatkan bagaimana cara untuk membuat batik. Film dokumenter yang diberi judul *The Spirit of America In The Heritage of Batik* memang khusus dibuat oleh pemerintah Indonesia untuk mempermudah masyarakat Amerika Serikat dalam mengenal batik, karena dalam film dokumenter tersebut terdapat pula seorang warga negara Amerika Serikat yang telah lama memahami Batik Indonesia untuk menjelaskan dalam bahasa Inggris.

Selain film dokumenter, upaya pengenalan batik di Amerika Serikat juga melalui sosial media seperti Facebook dan Twitter. Media sosial ini, biasanya digunakan untuk menginformasikan berbagai event yang akan dilakukan maupun yang telah dilakukan oleh Indonesia di Amerika Serikat seperti penyelenggaraan *fashion show* dan kompetisi membuat batik.

2) Media Cetak

Media cetak merupakan salah satu alat yang digunakan oleh Indonesia dalam mengenalkan batik di Amerika Serikat. Tujuannya adalah untuk menginformasikan

mengenai kegiatan yang akan di gelar untuk pengenalan budaya batik. Bentuk-bentuk pemberdayaan media cetak sebagai alat pengenalan budaya batik adalah pembuatan brosur, pamflet dan spanduk guna menyebarkan informasi tentang kegiatan-kegiatan tentang batik yang akan dilaksanakan. Supaya penyelenggaraan sebuah pameran batik dan kegiatan lainnya dapat berjalan lancar dan tepat diperlukan adanya sebuah informasi yang disebar luaskan oleh pihak penyelenggara.

Pemerintah Indonesia melalui kedutaan besarnya di Amerika Serikat menggunakan penyebaran melalui brosur dan pamflet disekitar kedutaan besar Indonesia dan setiap taman kota di Amerika Serikat. Beberapa brosur dan pamflet yang telah dibuat adalah bertajuk; *Indonesian Batik Workshop for Art Teachers* dan *American Batik Design Competiton: The Spirit of America In The Heritage of Batik* (Mastra, 2011).

4.1.2 Melalui Tenaga Pengajar (*Understanding*)

Perkembangan batik selama ini telah mengalami berbagai kemajuan dalam hal motif dan produksi. Selain itu, batik yang pada awalnya dipakai hanya untuk sebagian golongan individu. Kini batik telah menjadi pakaian umum yang disukai segala lapisan masyarakat diluar maupun dalam negeri. Hal ini tidak lepas dari peran tenaga pengajar batik yang di utus Pemerintah Indonesia untuk datang ke suatu negara maupun masyarakat Indonesia yang tinggal di luar negeri. peran tenaga

pengajar yang berada atau didatangkan keluar negeri memiliki peran penting guna pengenalan budaya batik. Mereka melakukan segala cara demi menduniakan batik Indonesia. Dalam konteks tenaga pengajar yang tidak didukung oleh Pemerintah Indonesia, mereka terus menggalang sumbangan dana demi terciptanya suatu *event* mengenai batik, dan juga dalam membentuk suatu komunitas batik diluar negeri.

Pemerintah Indonesia mengundang pemerhati atau tenaga ahli yang berasal dari Indonesia untuk datang ke Amerika Serikat untuk memperkenalkan lebih dalam tentang budaya Batik Indonesia. Selain itu, di bantu juga oleh masyarakat Indonesia yang tinggal di Amerika Serikat, untuk mengajarkan batik. Salah satu pemerhati batik yang cukup disegani di Indonesia adalah raja dari karisidenan Yogyakarta yaitu Sri Sultan Hamengkubono ke-10. Sri Sultan Hamengkubono ke-10 di undang oleh Dino Patti Djalal ke Amerika Serikat untuk menghadiri acara *celebration day* (Gustaman, 2013). Dalam agenda Sri Sultan Hamengkubono ke-10 ke Amerika Serikat adalah untuk memberikan pengetahuan lebih dalam mengenai batik Indonesia khususnya batik Yogyakarta dan diselingi dengan mengajarkan cara membatik tradisional Indonesia.

Selain itu, dalam rangka masuknya batik sebagai kurikulum sekolah dasar dan menengah di Chicago Public School mulai tahun ajaran 2012, KJRI di Chicago bekerja sama dengan Peace School dan Chicago Public School mengadakan pelatihan *Batik Workshop for Art Educators* bagi

guru-guru seni sekolah umum di Chicago yang diberikan oleh Dyah Kasir (pegawai KJRI di Chicago) bersama seniman dan pendidik asal Indonesia Avy Loftus Pendiri dan Ketua Peace, Love and Hope Project, yaitu organisasi nirlaba yang berlokasi di Montreal Kanada.(Muhammad, 2011) Pelatihan membatik ini tidak hanya diberikan kepada sekolah-sekolah saja, namun pelajaran membatik juga diberikan kepada masyarakat umum di wilayah Park District and Community Center, Chicago.

Pelatihan *Batik Workshop for Art educators* berlangsung di Douglas Park Cultural dan Community Center, Chicago. Setelah menjalani pelatihan, para guru akan mengajarkan cara membatik dan membuat batik kepada murid-murid di sekolah mereka yang berusia 5-15 tahun sebagai bagian dari kurikulum pelajaran kesenian yang dikaitkan dengan misi perdamaian (Muhammad, 2011).

Selain menghadirkan tenaga ahli atau pemerhati batik, warga Indonesia yang berada di Amerika Serikat dan sekitar juga ikut membantu dalam upaya mengenalkan batik pada publik Amerika Serikat. Seperti contoh adalah Avy Loftus (Montreal-Kanada) dan Mey Hasibuan (Greenville-South Carolina). Avy Loftus merupakan warga Indonesia yang tinggal di Kanada. Semenjak tahun 2007 Avy berjuang membangun sebuah perkumpulan anak-anak di Kanada dan sebagian anak-anak Amerika Serikat dalam sebuah misi perdamaian (Aar, 2011). Uniknya instrumen yang dibawa oleh Avy adalah

batik Indonesia. Avy mengajarkan batik kepada anak-anak Kanada dan sebagian Amerika Serikat yang berdekatan dengan Kanada untuk membuat rancangan motif batik. Kemudian, hasil karya anak-anak tersebut dibuat ulang menggunakan selembar kain dan dibawa keseluruh dunia termasuk Indonesia untuk dipamerkan.

Mey Hasibuan yang merupakan masyarakat asli Indonesia yang tinggal di Amerika Serikat telah melakukan upaya pengenalan batik di Greenville-South Carolina pada tahun 2008. Mey merupakan warga pindahan dari Indonesia yang menetap di Greenville dan membentuk suatu komunitas yang bernama *Gallery of Indonesia*. dalam kegiatan komunitas *Gallery of Indonesia* Mey Hasibuan mengajarkan kepada anak-anak di Greenville mengenai budaya Indonesia khususnya adalah batik. Mey Hasibuan memberikan pemahaman dan proses serta teknik membatik kepada anak-anak di Greenville. Kegiatan ini bertujuan agar anak-anak tersebut dapat membuat dan mengerti tentang sebuah batik. Pada dasarnya, pengenalan budaya batik di Amerika Serikat saat ini merupakan kerjasama yang baik antara Pemerintah Indonesia dengan masyarakat Indonesia yang berada di Amerika Serikat. Pada akhirnya Indonesia melalui batik dapat lebih dikenal oleh masyarakat Amerika Serikat saat ini.

4.1.3 *Influencing*

Sebagai bentuk upaya terakhir Indonesia memperkenalkan batik di Amerika Serikat adalah melalui *Influencing*, dimana pada tahap ini pengenalan budaya batik di Amerika Serikat tidak

hanya sampai pada pergelaran festival, fashion show, dan yang terakhir adalah kompetisi membatik. Indonesia sebagai negara yang luas dan berpotensi tinggi dalam kemajuan dalam segala sektor tidak hanya ingin dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam dan keindahan pariwisatanya saja. Namun dimulai pada era kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, Indonesia mulai mengembangkan kekuatan *soft power* dalam bidang kebudayaan yang salah satunya adalah Batik. Seiring berkembangnya teknologi informasi dewasa ini, sangat membantu Indonesia dalam memberikan informasi tentang penyebaran informasi tentang Batik Indonesia. Karena untuk menyelenggarakan sebuah pergelaran sangat diperlukan informasi yang disebarkan melalui media elektronik maupun cetak, dimana didalamnya menyangkut baik tempat dan waktu penyelenggaraan.

Upaya Indonesia dalam mengenalkan Batik di luar negeri khususnya di Amerika Serikat tidak lepas dari dukungan dari pengusaha dan pemerhati Batik yang membentuk suatu komunitas di luar negeri yaitu ITPC (*Indonesian Trade Promote Center*) (Red-istana, 2012). Dalam kegiatannya ITPC tidak hanya mempromosikan Batik saja sebagai budaya asli Indonesia, namun beberapa lainnya seperti Angklung dan Gamelan juga menjadi bagian dalam pengenalan budaya Indonesia di Amerika Serikat (Red-istana, 2012). Pameran batik juga diramaikan oleh pertunjukan busana, tarian yang terinspirasi batik, dan tarian

tradisional Rantak. Beberapa desainer berbakat dari Indonesia juga turut menghadiri pameran. Organisasi pengusaha batik di luar negeri khususnya Amerika Serikat telah beberapa kali mengadakan festival dan *fashion show* batik, seperti di Chicago, Toronto, Kansas City, Washington D.C, Saint Louis dan New York (Kartiasih, 2013).

Pemerintah Indonesia dengan mengusung tema *Indonesian Batik: World Heritage*, Indonesia terus mengadakan pameran dan festival Batik secara berkelanjutan. Sepak terjang dalam upaya memperkenalkan batik di Amerika Serikat, semakin gencar dilakukan oleh Indonesia setelah diakui oleh UNESCO. Upaya yang semakin intens dilakukan oleh pihak Indonesia bersama ITPC pertama kali digelar di wilayah kerja KJRI (Konsulat Jenderal Republik Indonesia) Chicago di Midwest (Indonesiaberpresiasi, 2011). Pameran ini merupakan pertama kali yang dilakukan, dimana dipamerkannya batik-batik koleksi dari Ann Dunham, ibunda Presiden Amerika Serikat, Barrack Obama di Chicago pada Mei 2009, Saint Louis Oktober 2009, dan Kansas City pada Maret 2010 (Kartiasih, 2013).

Pada tahun 2011 Indonesia berhasil menyelenggarakan lomba membatik atau disebut juga *American Batik Design Competition* yang diselenggarakan di KJRI di Chicago. Dengan mengusung tema *The Spirit of America in the Heritage of Batik* para desainer Amerika Serikat ditantang untuk menyalurkan gaya *fashion* yang mereka miliki, sehingga muncul motif-motif baru dari batik dari ide-ide baru desainer Amerika

Serikat tersebut. Kompetisi batik yang diselenggarakan adalah untuk menjembatani pengembangan industri kreatif batik Indonesia ke kancah dunia, sekaligus mendorong akulturasi budaya batik Indonesia ke dalam keragaman budaya di Amerika Serikat. Kompetisi ini diluncurkan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Washington DC bekerja sama dengan Jenderal Konsulat Indonesia di Chicago, Houston, Los Angeles, New York dan San Francisco.

Setelah sukses menyelenggarakan kompetisi membatik pada tahun 2011, pada tahun 2013 juga mengulangi kesuksesan pada tahun 2011, dimana lahir tiga buah desain terbaik yaitu batik yang bertema; Ring of Fire Lighting the Flame of Liberty, North Native America, dan Many Faces Many Voices (KementerianLuarNegeriIndonesia, 2013d). Hasil dari finalis kompetisi ini yang berupa cetak biru pola batik, telah dibuat dan dicetak dalam kain batik yang utuh di Yogyakarta, dan dipamerkan pada acara malam penganugerahan pemenang kompetisi Batik desain Amerika Serikat yang kedua (Gustaman, 2013). Batik merupakan seni melukis dan mewarnai tekstil menggunakan menggunakan lilin pewarna khusus dengan canting atau metode lainnya. Seni tekstil batik dengan segala corak, pola dan desainnya sudah sangat terkenal dan tersebar luas di seluruh Indonesia. Hal ini telah menjadi bagian integral dari identitas budaya Indonesia.

Malam penganugerahan pemenang kompetisi batik desain Amerika diselenggarakan pada 30 Oktober 2013 di Mandarin Oriental Hotel,

Washington DC, Amerika Serikat (Nahaba, 2013). Pada acara tersebut diawali dengan pameran batik Indonesia yang menampilkan koleksi kekayaan khasanah batik dan tekstil Indonesia. Pada acara ini turut dihadirkan juga Sri Sultan Hamengku Buwono ke-10 selaku kepala Daerah Istimewa Yogyakarta yang merupakan salah satu kiblat batik di Indonesia. Kehadiran beliau adalah untuk memberikan sambutan dan pengetahuan lebih dalam tentang batik itu sendiri. Dalam acara penganugerahan bagi pemenang lomba membatik ini juga di adakan acara makan malam, dimana juga akan menghadirkan peragaan busana Batik Indonesia dari pengrajin Batik ternama Indonesia, Alleira, dan Designer Tekstil terkenal Amerika Serikat yang berbasis di New York yaitu Mary Jaeger (Santosa, 2013). Turut menyemarakkan acara malam penganugerahan juga ditampilkan beragam tarian tradisional Indonesia, musik, pertunjukan, dan makanan Indonesia.

4.2 Keuntungan Pengenalan Budaya Batik Di Amerika Serikat

Keberadaan batik di Amerika Serikat dari awal masuk hingga saat ini telah mengalami peningkatan. Saat ini, batik mengalami masa keemasannya. Peran Pemerintah Indonesia maupun masyarakat dalam memperkenalkan budaya batik di Amerika Serikat telah membuat pamor batik di Amerika Serikat melambung tinggi. Walaupun pengenalan batik baru gencar di Amerika Serikat pasca batik diakui oleh UNESCO sebagai warisan

budaya dunia, namun perkembangan batik di Amerika Serikat cukup signifikan. Batik mulai banyak dipakai dan dipelajari oleh masyarakat Amerika Serikat tanpa terkecuali artis-artis papan atas Hollywood. Rasa keingintahuan masyarakat Amerika Serikat yang tinggi membuat perkembangan batik begitu pesat, sehingga muncul motif-motif batik baru yang mencerminkan kehidupan masyarakat Amerika Serikat, seperti munculnya batik motif *cowboy*, gandum kuning dan matahari.

Kemunculan motif batik baru ini menambah kekayaan khazanah batik, hal ini bagus guna kepentingan pariwisata Indonesia. Karena dengan munculnya motif-motif baru yang dihasilkan di Amerika Serikat, masyarakat tertarik untuk terus bereksprosi dan mengembangkan diri mengenai teknik membatik, dan mereka sudah mengerti bahwa Indonesia adalah tempatnya apabila ingin mempelajari batik lebih dalam.

4.2.1 Meningkatnya Citra Indonesia di Kalangan Masyarakat Amerika Serikat

Diplomasi batik Indonesia di Amerika Serikat yang mulai gencar dilakukan pada tahun 2009 tidak hanya memberikan efek kecintaan masyarakat Amerika Serikat terhadap batik itu sendiri. Batik yang merupakan hasil karya cipta asli Indonesia yang memiliki nilai seni yang tinggi juga mencerminkan jati diri bangsa Indonesia yang kreatif, terbuka, menghargai perbedaan, kekeluargaan, dan toleransi. Diplomasi Indonesia di Amerika Serikat melalui batik secara tidak langsung mempengaruhi pikiran masyarakat

Amerika Serikat dimana masih banyak masyarakat Amerika Serikat yang tidak mengetahui tentang Indonesia, selain itu citra Indonesia pasca banyaknya pelanggaran HAM dan sarang terorisme saat ini berangsur mulai membaik berubah pada citra yang lebih positif.

Indikator dalam pengukuran tingkat meningkatnya citra Indonesia di Amerika Serikat dapat dilihat dari beberapa aspek yang telah terjalin antara Indonesia dan Amerika Serikat. Aspek yang terjalin tersebut terciptanya kerjasama-kerjasama baru antara masyarakat Amerika Serikat dengan masyarakat Indonesia maupun kerjasama baru antara pemerintahan Amerika Serikat dengan Pemerintahan Indonesia.

Pada tahun 2010 Amerika Serikat memulai babak baru dalam peningkatan hubungan bilateral dengan Indonesia. Peningkatan kerjasama antara Amerika Serikat terbentuk atas dasar bahwa Amerika Serikat tertarik untuk mengetahui tentang budaya-budaya dan makna yang terkandung didalamnya. Kerjasama tersebut adalah *Peace Corp Agreement (PCA RI-AS)* dan *Indonesia-United State Interfaith Cooperation*. Program *Indonesia-United State Interfaith Cooperation* merupakan suatu upaya yang lebih ditekankan kepada peningkatan *people-people ties*, yaitu upaya untuk saling memahami dan melakukan komunikasi antar budaya bagi Indonesia dan Amerika Serikat (TimRedaksi, 2011). Pemerintah Indonesia dan Amerika Serikat kini juga semakin teratur dan terstruktur dalam mengadakan pertemuan antar menteri luar negeri setiap

tahunnya dan dibentuknya enam kelompok kerja dalam bidang demokrasi dan pemerintahan, energi, pendidikan, lingkungan, dan pertahanan (Herru, 2013).

Melalui pengenalan budaya Indonesia di Amerika Serikat khususnya dalam hal ini adalah batik, masyarakat Amerika Serikat kini ingin lebih mengenal Indonesia, dengan instrumen batik yang dibawa ke Amerika Serikat dengan keagungan dan nilai seni yang tinggi dapat mempengaruhi masyarakat Amerika Serikat untuk mencari tahu lebih jauh tentang Indonesia melalui situs resmi Kementerian Luar Negeri Indonesia, hal ini dapat dilihat melalui hasil rekap terhadap data pengunjung situs resmi Kementerian Luar Negeri Indonesia, dimana Amerika Serikat menempati peringkat ketiga sebagai kunjungan terbanyak portal situs resmi Kementrian Luar Negeri Indonesia (KementerianLuarNegeriIndonesia, 2013e).

Upaya pengenalan budaya batik di Amerika Serikat kini telah memberikan dampak baik bagi masa depan hubungan bilateral Indonesia dengan Amerika Serikat. Pengetahuan yang didapat oleh masyarakat Amerika Serikat melalui pengenalan budaya Indonesia khususnya batik dapat mempengaruhi masyarakat Amerika Serikat untuk dapat lebih mengenal Indonesia. Indonesia yang terdiri dari berbagai suku bangsa agama dan budaya adalah sebuah negara yang kreatif, ramah, terbuka, kekeluargaan dan santun merupakan negara yang dapat diandalkan dalam peningkatan kerjasama dalam segala bidang.

4.2.2 Keuntungan Ekonomi

Dampak lain yang ditimbulkan dari upaya pengenalan batik di Amerika Serikat adalah meningkatnya ekspor Batik asal Indonesia yang masuk ke Amerika Serikat. Permintaan batik terus meningkat. Keuntungan Indonesia dari Ekspor batik ke Amerika Serikat dapat dilihat pada tabel berikut;

Ekspor Batik Indonesia ke Amerika Serikat Pada Tahun 2008 sampai dengan 2014

No	Tahun	Periode	Jumlah Ekspor
1	2008	1 tahun	US\$ 33,48 Juta
2	2009	1 tahun	US\$ 25,1 Juta
3	2010	1 tahun	US\$ 24,6 Juta
4	2011	1 tahun	US\$ 24,7 Juta
5	2012	Kuartal I	US\$ 17,46 Juta
6	2013	Kuartal I	US\$ 21,18 Juta
7	2014	Januari-Juli	US\$ 85,5 Juta

(Sumber: Fiki, 2013).

Dari gambar tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2008 ekspor batik ke Amerika Serikat cenderung baik dengan mencatatkan nilai sebesar US\$ 33,48 Juta. namun pada tahun 2009 dan 2010 ekspor Batik ke Amerika Serikat mengalami penurunan, hal ini karena, krisis global yang terjadi pada saat itu (Globalfutureinstitute, 2011). Krisis ekonomi global juga mempengaruhi besaran ekspor batik ke Amerika Serikat. Pada tahun 2012 dan 2013 dapat dikatakan ekspor Batik ke Amerika Serikat sudah mulai berjalan normal. Karena pada periode kuartal I ekspor batik

Indonesia ke Amerika Serikat mampu menembus angka US\$ 17, 46 Juta dan US\$ 21,18 Juta. Pada tahun 2014 merupakan ekspor terbesar yang pernah terjadi ke Amerika Serikat. Peningkatan yang sangat signifikan ini terjadi dalam jangka waktu periode Januari sampai Juli 2014. Keadaan ini tidak lepas dari upaya yang dilakukan oleh Indonesia untuk memperkenalkan lebih dalam tentang batik kepada Amerika Serikat.

Selain itu, dengan dikenalkannya batik Indonesia di Amerika Serikat, masyarakat Amerika Serikat mengerti bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki budaya dengan tingkat seni yang tinggi. Terciptanya suatu *image* baik bagi Indonesia yang secara tidak langsung menaikkan *prestise* bangsa Indonesia di mata masyarakat Amerika Serikat. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya kesan positif yang timbul dari peserta kompetisi membatik yang bertempat di KJRI wilayah Chicago. Peserta yang terdiri dari masyarakat Amerika Serikat mengatakan bahwa mereka harus mengerti lebih banyak lagi tentang Indonesia dan mempelajari budaya-budaya yang ada terutama batik.

Setelah berbagai kegiatan mengenai batik Indonesia yang diselenggarakan guna mempromosikan batik baik itu melalui media elektronik maupun cetak serta kegiatan pameran batik, telah menimbulkan dampak terhadap perkembangan batik di Amerika Serikat. Keuntungan lain yang dapat di peroleh adalah terbentuknya komunitas pecinta batik yang berada di Amerika Serikat yaitu Gallery of Indonesia.

Keberadaan komunitas ini sangat membantu Indonesia dalam memperkenalkan budaya-budaya Indonesia khususnya batik secara berkelanjutan. Agar masyarakat Amerika Serikat dapat terus mendalami budaya batik Indonesia.

KESIMPULAN

Diplomasi Publik yang dilakukan oleh Indonesia direalisasikan melalui berbagai penyelenggaraan kegiatan seperti pergelaran festival kebudayaan. Proses *informing* mencakup mempromosikan kegiatan pameran batik yang akan dilaksanakan, baik itu dengan cara menggunakan media elektronik ataupun media cetak seperti pamflet ataupun spanduk. *Understanding* dilaksanakan pada saat pergelaran pameran budaya batik dilaksanakan dimana didalamnya diberikan pemaparan filosofi tentang batik dan sejarahnya dengan tujuan agar masyarakat Amerika Serikat dapat lebih dalam mengetahui mengenai batik, khususnya pengetahuan bahwa batik merupakan budaya asli yang tumbuh dan berkembang di Indonesia. Kemudian dibukanya sekolah untuk membatik di Amerika Serikat yang bertujuan untuk mengajak masyarakat Amerika Serikat ikut berpartisipasi langsung didalamnya, merupakan dampak dari serangkaian upaya yang dilakukan untuk mempromosikan batik di Amerika Serikat. Pengenalan budaya batik yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia yang tinggal di Amerika Serikat juga turut membantu proses promosi dan memperkenalkan batik, selain itu dengan didatangkannya tenaga pengajar yang ditempatkan di beberapa sekolah di Amerika Serikat oleh

kedutaan Indonesia di Amerika Serikat, mempermudah masyarakat Amerika Serikat dalam mempelajari batik khususnya sejak dini.

Capaian yang diperoleh Indonesia dalam diplomasi batik di Amerika Serikat adalah peningkatan devisa Indonesia melalui ekspor batik yang meningkat ke Amerika Serikat, terbentuknya *Gallery of Indonesia* dan peningkatan citra Indonesia di Amerika Serikat. Peningkatan citra tersebut dapat dilihat bahwa Amerika Serikat mulai memandang Indonesia merupakan salah satu negara yang cukup diperhitungkan dalam politik luar negeri Amerika Serikat. Terbentuknya kerjasama-kerjasama baru antara Indonesia dan Amerika Serikat merupakan bukti nyata atas peningkatan citra Indonesia di Amerika Serikat, seperti *Comprehensive Partnership, Peace Corp Agreement (PCA RI-AS)*, dan *Indonesea-United State Interfaith Cooperation*.

Daftar Pustaka

BUKU

Bennet, W. Lance and David L. Paletz. 1994. *Taken by Storm "The Media, Public Opinion, and U.S.Foreign Policyin The Gulf War"*. Chicago: The University of Chicago Press.

Jemadu, Aleksius. 2008. *Politik Global dalam Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal.118

Prasetyo, Anindito. 2010. *Batik Karya Agung Warisan Budaya Dunia*. Yogyakarta: Pura Pustaka.

Suryokusumo, Sumaryo. 2004. *Praktik Diplomasi*. Jakarta: STIH IBLAM.

INTERNET

- Aar. 2011. *Workshop Batik "Peace, Love, and Hope"*. <http://rumahinspirasi.com/workshop-batik-peace-love-and-hope/> [30 Mei 2014]
- Dewangga, Thanon Aria. 2012. *Diplomasi Melalui Soft Power..* <http://www.setkab.go.id/artikel-6305-diplomasi-melalui-soft-power.html>. [Diakses pada tanggal 3 November 2013]
- Egie, Gusman. 2011. *Nia Dinata Gratiskan Film Tentang Batik.* <http://celebrity.okezone.com/read/2011/09/30/206/509252/nia-dinata-gratiskan-film-tentang-sejarah-batik> [22 Mei 2014]
- Herru, F.A. 2013. *Dino Patti Djalal: "Good To Great"*. <http://tokoh.kabaremagazine.com/2013/12/dino-patti-djalal-good-to-great.html> [28 Februari 2015]
- Fiki, Arianti. 2013. *Batik "made in" Indonesia Paling Banyak Diekspor Ke AS.* <https://bisnis.liputan6.com/read/641777/batik-made-in-indonesia-paling-banyak-diekspor-ke-as> [25 Januari 2015]
- Global Future Institute. 2011. *Krisis Global Pengaruhi Ekspor Batik Indonesia.* http://www.theglobal-review.com/content_detail.php?lang=id&id=6129&type=6#.VMfeStKUc8A. [25 Januari 2015]
- Gustaman, Y. 2013. *Dino Patti Djalal Undang Sri Sultan Ke Amerika.* <http://www.tribunnews.com/nasional/2013/10/10/dino-patti-djalal-undang-sri-sultan-ke-amerika> [29 Mei 2014]
- Hartati, Anna Yulia. 2009 *Diplomasi Kebudayaan Batik Indonesia.* : <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2009/10/02/82487/10/Diplomasi.Kebudayaan.Batik.Indonesia> [11 September 2013]
- Indonesia Berprestasi . 2011. *Pameran Batik Indonesia di Amerika.* <http://www.indonesiaberprestasi.web.id/beritad ariseberang/pameran-batik-indonesia-di-amerika-serikat/> [22 Mei 2014]
- Kartiasih, Wuri. 2013. *Batik Indonesia Dengan Spirit Amerika.* <http://demo.jurnas.com/halaman/17/2013-11-17/274541> [22 Mei 2014]
- Kementerian Luar Negeri Indonesia. 2011a. *Hubungan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat.* <http://www.kemlu.go.id/Pages/IFPDisplay.aspx?Name=BilateralCooperation&IDP=37&P=Bilateral&I=id> [Diakses pada tanggal 28 Februari 2015]
- Kementerian Luar Negeri Indonesia. 2013b. *Dirjen IDP: Diplomasi Publik Berdayakan Stakeholders Dalam Negeri.* <http://www.kemlu.go.id/bogota/Pages/News.aspx?IDP=6160&I=id> [28 Februari 2015]
- Kementerian Luar Negeri Indonesia. 2013c. *Diplomasi Publik Tidak Semata-mata milik Negara.* <http://www.kemlu.go.id/Pages/NewsKemlu.aspx?IDP=364&I=id> [28 Februari 2015]
- Kementrian Luar Negeri Indonesia. 2013d. *Malam Penganugrahan Pemenang Kompetisi Desain Batik Amerika 2013 dan Awal Penyelenggaraan Indonesian Celebration Week Tanggal 30 Oktober 2013 Di Washington DC.* http://www.kemlu.go.id/washington/_layouts/mobile/PortalDetail-PressReleaseLike.aspx?I=id&ItemId=3da6a289-ec4b-4850-9af9-47a4f3ae4969 [14 Januari 2015]
- Kementrian Luar Negeri Indonesia. 2013e. *Diseminasi Informasi Capaian Diplomasi Melalui Portal Situs Kemlu.* <http://www.kemlu.go.id/Documents/Diplomasi%202013%20Fakta%20dan%20Angka/Facts%20and%20Figures%202013.pdf> [28 Februari 2015]
- Mastra, Made. 2011. *The Ambassador of The Republic Indonesia Launched First American Batik Competition Washington D.C.* http://americanbatik.embassyofindonesia.org/photo/2011/gala_dinner/index.htm. [25 Januari 2015]
- Muhammad, Djibril. 2011. *Hebat... Membedat Masuk Kurikulum Sekolah di Chicago.* <http://www.republika.co.id/berita/senggang/se ni-budaya/11/10/27/ltpi3t-hebat-membedat-masuk-kurikulum-sekolah-di-chicago> [29 Mei 2014]
- Nahaba, Budi. 2013. *Batik Sarana Diplomasi Indonesia Di Pentas Dunia.* <http://www.voaindonesia.com/content/batik-sarana-diplomasi-indonesia-di-pentas-dunia-130932978/98880.html> [22 Mei 2014]
- Purwadi, Didi. 2011. *Membedat Masuk Kurikulum di Kota Barack Obama.*

- <http://www.jakcity.com/timeout/2011/11/01/1483/membatik-masuk-dalam-kurikulum-sekolah-di-chicago> [19 September 2013]
- Red-Istana. 2012. *Salah Satu Budaya Indonesia Yang Mendunia*. <http://newsistana.com/salah-satu-budaya-indonesia-yang-mendunia> (22 Mei 2014)
- Santosa, Eddie. 2013. *Dubes Dino:Ini Landasan Batik Menjadi Trend Fashion Dunia*. <http://news.detik.com/read/2013/11/02/172840/2402377/10/dubes-dino-ini-landasan-batik-menjadi-trend-fashion-dunia> [22 Mei 2014]
- Susanti, Inda. 2013. *Dunia Makin Mencintai Batik*. <http://www.koran-sindo.com/node/317252> [11 November 2013]
- Susanto, Pudjomartono. 2008. *Masa Depan Diplomasi Kebudayaan*. <http://www.kongresbudbudpar.go.id/data/abstract/makalah%20susanto%20pudjomartono.pdf>. [11 September 2013]
- Susetyo PR, Benny. 2008. *Peranan Diplomasi Publik*. [http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Artikel/062.%20Peranan%20Diplomasi%20Publik%20\(18%20Desember%202008\).pdf](http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Artikel/062.%20Peranan%20Diplomasi%20Publik%20(18%20Desember%202008).pdf) [12 November 2013]
- TimRedaksi. 2010. *Soft Power Memperkuat Formula Diplomasi*. <http://www.tabloiddiplomasi.org/pdf/2010/DIPLOMASI%20Pebruari%202010.pdf> [29 September 2013]
- TimRedaksi. 2011. *Teras Diplomasi*. <http://www.tabloiddiplomasi.org/pdf/2011/Tabloid%20Diplomasi%20Agustus%202011.pdf> [29 September 2013]
- TimRedaksi. 2012. *Artis Hoolywood Juga Memakai Batik*. <http://www.tempo.co/read/beritafoto/3622/Artis-Hollywood-Juga-Memakai-Batik/6> [11 November 2013]
- Yudono, Jodhi. 2012. *Membatik Mulai Diajarkan Di Amerika Serikat*. <http://regional.kompas.com/read/2012/02/22/17564649/Membatik.Mulai.Diajarkan.di.Amerika>. [11 September 2013]