

Pemanfaatan *Platform* Digital Dalam Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia Sebagai Bentuk Diplomasi Budaya

Adelia Yuliana¹, Bryan Storm Feryan Djie², Diah Ayu Wulandari³, Eirene Eva Marta Sheila⁴,
Andriyanto Adhi Nugroho⁵

¹²³⁴⁵Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta
Email: 2210611185@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstract:

The existence of the Indonesian Arts and Culture Scholarship Program is expected to expand diplomatic relations between Indonesia and other countries further and make Indonesian culture increasingly recognized and acknowledged. This article aims to discover the role of the Indonesian Arts and Culture Scholarship Program in expanding Indonesian Cultural Diplomacy and the effectiveness of digital platforms in supporting this scholarship program. The method used is a literature study that reviews the results of previous journals relevant to the topic discussed and is complemented by analysis results from internet sites. Participants who have completed arts and culture training will become friends of Indonesian and Indonesian Ambassadors tasked with introducing the arts and culture they have studied to their respective countries. Through the Instagram account @iacs_kemlu, the Ministry of Foreign Affairs can transparently and quickly disseminate information to the public regarding the various activities carried out by the awardees and the positive impacts of the scholarship program. By utilizing digital platforms such as Instagram and TikTok, the government can expand the reach of promoting Indonesian culture to all social media users.

Abstrak:

Keberadaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia diharapkan semakin memperluas hubungan diplomatik antara Indonesia dengan negara lain dan membuat kebudayaan Indonesia semakin dikenali dan diakui. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia dalam memperluas Diplomasi Budaya Indonesia dan sejauhmana efektivitas pemanfaatan platform digital dalam mendukung program beasiswa tersebut. Metode yang digunakan melalui studi kepustakaan dengan mengkaji hasil jurnal terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas dan dilengkapi oleh hasil analisis dari situs internet. Para peserta yang telah menyelesaikan pelatihan seni dan budaya akan menjadi friends of Indonesia sekaligus sebagai Duta Indonesia yang bertugas untuk memperkenalkan seni dan budaya yang telah dipelajari ke negara mereka masing-masing. Melalui akun Instagram @iacs_kemlu, Kemenlu dapat dengan transparan dan cepat untuk menyebarkan informasi kepada publik mengenai berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh para awardee serta dampak positif yang dihasilkan dari program beasiswa tersebut. Dapat disimpulkan dengan pemanfaatan platform digital seperti Instagram dan TikTok, pemerintah dapat memperluas jangkauan promosi budaya Indonesia ke seluruh pengguna media sosial.

 <https://doi.org/10.5281/zenodo.11126902>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



INTRODUCTION

Indonesia merupakan negara multikultural yang kaya akan keberagaman suku, agama, ras, seni, dan budaya dari setiap sudut daerahnya. Beragam tradisi, kesenian, ritual agama, dan kebudayaan lainnya menjadi daya tarik tersendiri untuk siapapun yang ingin mengetahuinya terlebih bagi mereka yang ingin mempelajari kebudayaan tersebut. Inilah dasar yang membuat Indonesia menjadi salah satu destinasi yang banyak didatangi oleh para turis mancanegara. Keberagaman budaya dan kekayaan alam yang melimpah membuat Indonesia memiliki potensi yang besar di masa mendatang. Melihat potensi tersebut membuat pemerintah Indonesia gencar dalam melakukan berbagai program yang dapat mendukung perkembangan Diplomasi Budaya Indonesia.

Diplomasi Budaya sendiri merupakan salah satu bentuk politik luar negeri yang dilakukan suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasional. Kepentingan nasional ini berhubungan

dengan usaha yang dilakukan negara tersebut dalam menjaga persatuan dan kesatuan serta keharmonisan hubungan dengan negara lain. Pada umumnya diplomasi budaya dilakukan melalui suatu program pertukaran budaya. Melalui program pertukaran budaya ini, diharapkan mampu membuat negara tersebut dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan negara lain sehingga mempermudah negara tersebut untuk semakin memperluas peluang kerjasama dengan negara lainnya dan membuat kebudayaan negara tersebut semakin dikenali dan diakui.

Ketika berbagai budaya di Indonesia telah diakui negara lain maka akan membuat warga negara lain tertarik untuk datang ke Indonesia dan mulai mempelajari budaya tersebut. Semakin banyak turis yang datang ke Indonesia maka akan semakin menguntungkan perekonomian Indonesia. Untuk mewujudkan keberhasilan diplomasi budaya Indonesia perlu adanya suatu program yang bisa mendukung terlaksananya pertukaran budaya ini. Selain diperlukan adanya suatu program pendukung, di sini diperlukan juga peran kementerian sebagai lembaga yang akan merancang dan mengawasi terlaksananya program ini. Salah satu bentuk program pertukaran budaya di Indonesia, yaitu dengan adanya Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) yang dicetuskan oleh Kementerian Luar Negeri (Kemenlu).

Penulis tertarik untuk membahas topik ini agar dapat mengetahui bagaimana Efektivitas dari Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) ini dalam Peningkatan Diplomasi Budaya Indonesia di kancah internasional. Supaya kasus pengklaiman budaya Indonesia yang dilakukan negara lain tidak terjadi lagi. Berikut beberapa contoh kasus pengklaiman budaya Indonesia oleh negara lain, seperti pengklaiman Reog Ponorogo oleh Malaysia, pengklaiman batik oleh Malaysia dan China, pengklaiman alat musik angklung oleh Malaysia dan Thailand, serta pengklaiman Tari Tor-Tor oleh Malaysia. Dari beberapa contoh kasus yang terjadi, negara yang paling sering mengklaim kebudayaan Indonesia, yaitu Malaysia.

Jika pengklaiman budaya Indonesia terjadi secara terus-menerus maka akan merusak hubungan diplomasi antara Indonesia dengan negara pengklaim. Ketika hubungan diplomasi sudah rusak maka tidak menutup kemungkinan jika Indonesia bisa mengambil langkah tegas dengan mempergunakan kekuatan militer untuk memperjuangkan kebudayaan yang diklaim tersebut. Untuk menanggulangi hal ini maka diperlukan suatu program pertukaran budaya yang bertujuan agar masyarakat internasional bisa mengenali, mengakui, dan ingin mempelajari kebudayaan Indonesia (bukan untuk diklaim). Untuk itu, penulis merumuskan dua pokok masalah yang akan diteliti, yaitu mengenai Peranan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia Sebagai Bentuk Perluasan Diplomasi Budaya Indonesia di Kancah Internasional dan sejauhmana Efektivitas Pemanfaatan Platform Digital Dalam Mendukung Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia.

RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan studi pustaka sebagai metode pengumpulan datanya. Studi pustaka/studi literatur merupakan metode pengumpulan data dengan mempelajari hasil penelitian terdahulu yang sudah terpublikasi. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mengkaji hasil penelitian terdahulu untuk mencari korelasinya dengan penelitian ini supaya dapat menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Sehingga, artikel ini dapat menarik perhatian pembaca untuk mengetahui jawaban dari hasil penelitian ini berdasarkan data yang bersifat faktual. Selain menggunakan penelitian terdahulu, penelitian ini juga menggunakan data dari berbagai website yang relevan dengan topik yang dibahas.

RESULT AND DISCUSSION

Peranan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia Sebagai Bentuk Perluasan Diplomasi Budaya Indonesia di Kancah Internasional

Sebelum membahas mengenai peranan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia, ada baiknya kita membahas definisi dari Diplomasi Budaya itu sendiri. Mengutip pendapat Milton Cummings, Diplomasi Budaya merupakan suatu cara pertukaran informasi mengenai seni dan aspek budaya supaya antarnegara dapat saling mengerti dan memahami kebudayaannya masing-masing. Dalam praktiknya, Diplomasi Budaya menjadi salah satu sarana dalam peningkatan apresiasi dan citra

positif dari masyarakat internasional terhadap suatu negara. Hal ini berguna untuk mendukung kebijakan politik luar negeri dari negara tersebut. Melalui Diplomasi Budaya akan menciptakan forum interaksi dengan orang-orang dari berbagai negara yang berbeda sehingga tercipta wadah untuk menjalin pertemanan dan membentuk koneksi di antara mereka.

Salah satu bentuk Program Pertukaran Budaya di Indonesia, yaitu dengan adanya Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) yang dicetuskan oleh Kementerian Luar Negeri (Kemenlu). Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) menjadi salah satu program unggulan yang dirancang Kementerian Luar Negeri RI (Kemenlu) dalam menarik perhatian masyarakat dunia melalui pengenalan seni dan budaya Indonesia. Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) ini sudah hadir sejak tahun 2003. Peserta program beasiswa ini terdiri dari para diaspora Indonesia (WNI yang tinggal di luar negeri) dan warga negara lain. Mereka yang menerima beasiswa ini akan memperoleh pelatihan terkait kearifan lokal seperti pelatihan berbagai bahasa daerah, tari tradisional, lagu daerah dan alat musik tradisional.¹

Pengaturan mengenai Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia memang tidak diatur secara tersurat dalam Peraturan Menteri Luar Negeri. Walaupun begitu, keberadaan program beasiswa ini sesuai dengan Pasal 5 Peraturan Menteri Luar Negeri Nomor 2 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Luar Negeri. Dalam Pasal 5 Permenlu tersebut, dijelaskan bahwa Kementerian Luar Negeri dapat melaksanakan kebijakan untuk menyelenggarakan hubungan diplomasi dan politik luar negeri. Itu artinya keberadaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) menjadi salah satu kewenangan Kementerian Luar Negeri RI (Kemenlu) dalam menjalin hubungan diplomasi melalui pengenalan seni dan budaya Indonesia. Dasar pembentukan program ini melalui keberadaan Konvensi Wina 1961 mengenai Hubungan Diplomatik dan secara tersirat proses pertukaran budaya melalui Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia sudah digambarkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 37 Tahun 1999 tentang Hubungan Luar Negeri.

Pada awal terbentuknya Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia ini (sekitar tahun 2003), pemerintah Indonesia hanya memberi kuota pada mahasiswa dari negara yang menjadi anggota forum SwPD/Southwest Pacific Dialogue yang terdiri dari Indonesia, Australia, Filipina, Papua Nugini, Selandia Baru, dan Timor Leste.² Pada tahun berikutnya (sekitar tahun 2004), pemerintah Indonesia menambah kuota untuk negara-negara yang tergabung dalam ASEAN dan 3 tambahan negara Asia lainnya (Cina, Jepang, Korea), serta negara yang tergabung dalam Pacific Island Forum (PIF) sebagai peserta program beasiswa ini. Tujuan penambahan kuota peserta pertukaran budaya ini, yaitu karena pemerintah Indonesia ingin lebih mengembangkan diplomasi budaya ke berbagai negara lainnya. Hal ini dilakukan agar memudahkan Indonesia dalam mengajukan hubungan kerjasama dan memperkuat relasi dengan negara lainnya. Program pertukaran budaya ini berfungsi sebagai bukti komitmen Indonesia sebagai inisiator pembentukan SwPD dan sebagai salah satu negara pendiri ASEAN dalam memajukan kerja sama sosial budaya di kawasan Asia Tenggara.

Terhitung sejak 20 tahun penyelenggaraan program beasiswa ini (tahun 2003 sampai 2023), program beasiswa ini telah mencetak sekitar 1.069 alumni yang tersebar di 84 negara (mengutip data dari situs kemenlu.go.id). Terhitung sejak 20 tahun penyelenggaraan program beasiswa ini (tahun 2003 sampai 2023), program beasiswa ini telah mencetak sekitar 1.069 alumni yang tersebar di 84 negara (mengutip data dari situs kemenlu.go.id). Ini menjadi rekor bagi Indonesia karena telah berhasil menyelenggarakan program beasiswa ini selama 20 tahun (terhitung sejak tahun 2003-2023). Sedikit *flashback* pada tahun 2017 lalu, program beasiswa ini telah menghasilkan 848 alumni yang berasal dari 69 negara. Melalui program beasiswa ini Pemerintah Indonesia bukan hanya ingin mengenalkan bentuk diplomasi budayanya kepada masyarakat internasional, tetapi juga ingin menunjukkan eksistensinya pada masyarakat Indonesia yang turut hadir menjadi peserta program beasiswa ini. Besar harapan dari pemerintah agar Warga Negara Indonesia turut serta mendukung dan

¹ Prabhawati, A. (2019). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2). <https://doi.org/10.19184/jtc.v2i2.13847>. Diakses pada 28 April 2024.

² Suryadi, D., & FisipHI, S. (2019). Upaya Peningkatan Diplomasi Publik Indonesia di Negara-Negara ASEAN Melalui Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI). *Global Mind*, 1(1). Diakses pada 28 April 2024.

membantu pemerintah agar kegiatan diplomasi budaya kita dapat disebarakan secara *people to people contact* dengan semakin luas.³

Pada masa-masa awal terbentuknya program beasiswa ini hanya memiliki program reguler saja. Lalu semenjak tahun 2010, pelatihan program beasiswa ini diperluas dengan pemberian program khusus yang diperuntukkan pada peserta yang memiliki pengetahuan lebih mengenai Indonesia dan telah mengikuti program studi mengenai Indonesia (baik bahasa maupun kebudayaannya) selama di negara asalnya. Bagi peserta yang ikut dalam program reguler hanya akan dibimbing untuk mempelajari kesenian dari daerah sanggar yang mereka tempati. Sedangkan, mereka yang diterima pada program yang khusus akan belajar mengenai seluk beluk negara Indonesia yang terkait dengan sejarah, adat, maupun situasi politik yang ada di Indonesia. Dengan mengajarkan bagaimana sistem politik yang ada di Indonesia negara kita sedang mempersiapkan diri dalam menghadapi berbagai tantangan yang sedang dihadapi masyarakat dunia terutama dalam lingkup terdekat (Masyarakat ASEAN).⁴

Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia memberikan kesempatan emas pada masyarakat internasional yang memang tertarik untuk mempelajari kebudayaan Indonesia untuk semakin mengenal dan bisa mempelajari secara langsung berbagai budaya lokal Indonesia. Mereka yang diterima menjadi peserta dalam program beasiswa ini merupakan delegasi terbaik dari negaranya dan tentu ini menguntungkan Indonesia agar semakin memperkuat hubungan diplomatik melalui pengenalan budaya terhadap warga negara tersebut. Melalui program ini juga, secara tidak langsung menginginkan Warga Negara Indonesia untuk lebih bisa memaknai pentingnya diplomasi budaya. Selesai menjalani serangkaian program BSBI ini, para peserta akan menjadi *Friends of Indonesia* dan diharapkan bisa menjadi duta Indonesia di negara asalnya. Peningkatan diplomasi budaya melalui Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia ini dilakukan dan diterapkan oleh Kementerian Luar Negeri RI dengan bantuan perwakilan Indonesia di kantor kedutaan besar dan konsulat Indonesia yang tersebar di luar negeri.

Penulis mengambil contoh pelaksanaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia yang diselenggarakan di Sanggar Seni Semarandana Bali sebelum masa Pandemi Covid-19. Lokasi Sanggar Seni Semarandana terletak di Banjar Gambang, Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali. Melalui ketertarikan terhadap seni dan kebudayaan membuat Bapak Dr. Drs. I Nyoman Nikanaya, M.M. akhirnya mendirikan sanggar tari ini. Sanggar Seni Semarandana berdiri sejak tahun 2002 dan bergerak di bidang seni dan budaya Bali terkhusus dalam seni tari dan seni tabuh. Tujuannya agar kesenian yang hampir punah tetap dapat dilestarikan. Saat ini, beliau yang sudah berusia sekitar 70 tahunan menjadi Ketua Sanggar Seni Semarandana dengan segala pengalaman yang terkait dengan seni dan budaya Bali.⁵

Selama proses pelatihan berlangsung, para peserta akan menempati Apartemen Kak Okoh milik Ketua Sanggar Seni Semarandana yang menjadi fasilitas yang disediakan untuk para peserta. Fasilitas yang dimiliki sanggar ini termasuk lengkap dan memadai dalam menunjang aktivitas para peserta (karena sudah memiliki tempat pelatihan seni sendiri dan ada fasilitas tempat tinggal untuk peserta). Hasil pelatihan seni dan budaya yang telah dipelajari oleh para peserta akan ditampilkan pada Acara Puncak yang menandakan berakhirnya Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia. Setelah itu, para peserta yang telah menyelesaikan pelatihan seni dan budaya akan menjadi *friends of Indonesia* sekaligus sebagai Duta Indonesia yang bertugas untuk memperkenalkan seni dan budaya yang telah dipelajari ke negara mereka masing-masing. Ketua Sanggar Seni Semarandana berpesan agar para peserta membuat kesan dan pesan selama mengikuti pelatihan seni di Bali lalu kesan dan pesan tersebut akan digabungkan dalam sebuah buku. Diharapkan juga nantinya para peserta dapat ikut menginformasikan dan mempromosikan kebudayaan Bali saat mereka kembali ke negaranya masing-masing.⁶

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

⁵ Arini, N. N., & Mekarini, N. W. (2022). Analisis Komparatif Indonesian Arts And Culture Scholarship Di Sanggar Seni Semarandana Pra Dan Post Pandemi Covid-19. *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 5(2), 105–114. <https://doi.org/10.46837/journey.v5i2.109>. Diakses pada 28 April 2024.

⁶ *Ibid.*

Untuk menutup rangkaian Program BSBI maka Kementerian Luar Negeri akan mengadakan malam penutupan bernama Indonesia Channel yang akan menampilkan hasil pelatihan yang selama ini para peserta latih. Pada malam penutupan ini (Indonesia Channel) memiliki peranan penting sebagai langkah untuk menarik atensi para tamu undangan sehingga dapat menunjukkan seluruh kebudayaan yang negara kita miliki. Malam puncak penutupan ini mengundang semua tamu penting termasuk para pejabat dari dalam negeri dan duta besar dari negara sahabat. Secara tidak langsung, pengundangan duta besar dari negara sahabat menjadi media promosi agar mereka tertarik dan merasa terpujau dengan keindahan budaya Indonesia hingga dapat membuat mereka ikut mempromosikan kebudayaan Indonesia di negara tempat mereka bertugas. Kementerian Luar Negeri juga melakukan upaya lain dengan memanfaatkan media sosial Instagram dengan membuat akun Instagram *official* mereka dengan nama @iacs_kemlu yang akan memposting seluruh dokumentasi yang berkaitan dengan berlangsungnya pelatihan seni dan budaya bagi para peserta.

Efektivitas Pemanfaatan Platform Digital Dalam Mendukung Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia

Pada tahun 1844, Samuel Morse membuat sejarah dengan mengirimkan pesan telegraf pertamanya menggunakan serangkaian titik dan garis. Hal ini menjadi tonggak awal dalam sejarah komunikasi digital. Perkembangan berikutnya terjadi pada tahun 1969 ketika Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET) diluncurkan. ARPANET yang dikembangkan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat, memungkinkan pertukaran informasi antara para ilmuwan dari empat universitas terkemuka. Jaringan ini memfasilitasi pertukaran perangkat keras, perangkat lunak, dan data, dan merupakan cikal bakal dari apa yang kita kenal sekarang sebagai internet modern.⁷

Pada tahun 1987, Foundation Sains Nasional Amerika (NSF) mengembangkan NSFNET, sebuah jaringan nasional yang mendukung kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Seiring berjalannya waktu, khususnya pada dekade 1980 hingga 1990, berkembang pula internet yang membuka jalan bagi munculnya *platform* komunikasi *online*, seperti CompuServe dan America Online. *Platform-platform* tersebut memberikan pengalaman baru dalam berkomunikasi via *email* dan pesan instan. Evolusi ini berlanjut dengan lahirnya Six Degrees pada tahun 1997 yang dianggap sebagai cikal bakal media sosial modern dengan memungkinkan pengguna untuk membuat profil dan menghubungkan dengan teman. Tidak lama setelah itu, *Friendster* muncul pada 2001, membawa inovasi lebih lanjut dengan menarik jutaan pengguna dan memperkenalkan fitur jaringan sosial dasar.⁸

Pada tahun 2008, dominasi Myspace di dunia media sosial berakhir ketika *Facebook* mengambil alih sebagai *platform* sosial utama. Beberapa tahun kemudian, Myspace diakuisisi oleh artis ternama Justin Timberlake dengan harga \$35 juta. Dalam upaya untuk bersaing di arena yang sama, *Google* memperkenalkan *Google+* pada tahun 2012, tetapi *platform* tersebut tidak bertahan lama karena masalah kebocoran data yang mempengaruhi hampir setengah juta pengguna.⁹ Laporan terkini dari *We Are Social* menunjukkan bahwa *WhatsApp* menjadi aplikasi yang paling dominan di Indonesia per Januari 2024, digunakan oleh 90,9% pengguna internet usia 16-64 tahun. Di posisi berikutnya, *Instagram* digunakan oleh 85,3% pengguna, disusul oleh *Facebook* dengan 81,6% dan *TikTok* 73,5%. Aplikasi lain, seperti *Telegram* dan *X* (sebelumnya dikenal sebagai *Twitter*) juga memiliki pengguna yang signifikan. Selain itu, penggunaan aplikasi, seperti *Facebook Messenger*, *Pinterest*, *Kuaishou*, dan *LinkedIn* tercatat lebih rendah. Total pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang atau hampir setengah dari total populasi nasional pada periode yang sama.¹⁰

⁷ Rahayu, I.R.S., Idris, M. (2021). *Sejarah, Evolusi, dan Pengertian Media Sosial*.
<https://money.kompas.com/read/2021/12/18/075450026/sejarah-evolusi-dan-pengertian-media-sosial?page=all#page2>. Diakses pada tanggal 1 Mei 2024.

⁸ *Ibid.*

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Annur, C. M. (2024). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>. Diakses pada 1 Mei 2024.

Perkembangan teknologi informasi telah membawa revolusi dalam cara kita berkomunikasi dan mengakses informasi. Dari zaman surat-menyurat yang membutuhkan waktu sehari-hari untuk sampai ke penerima, kita kini dapat berinteraksi hampir secara instan berkat internet. Internet tidak hanya menghapus batasan geografis tetapi juga mempercepat pertukaran ide dan informasi. Hal ini menjadi lebih terasa dengan hadirnya website dan portal berita yang memudahkan publik untuk mengakses berbagai berita dan informasi terkini dari mana saja dan kapan saja. Contoh nyata dari evolusi ini adalah munculnya portal berita *online* seperti CNN yang bertransformasi dari penyiaran televisi ke *platform* digital, memungkinkan akses cepat dan luas ke berita global. Fenomena ini menggambarkan bagaimana teknologi telah mengubah struktur dan dinamika media dan komunikasi masa kini.

Media sosial telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran dalam era digital ini. Media seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* telah bertransformasi dari *platform* sekadar berbagi momen pribadi menjadi alat pemasaran yang dinamis. Pemasar memanfaatkan *platform* ini untuk menggaet lebih banyak pelanggan dan meningkatkan interaksi dengan mereka. Khususnya *Instagram* yang mulai sebagai aplikasi berbagi foto, kini telah berkembang menjadi sarana promosi dengan fitur seperti unggahan video, stories, dan IGTV yang mendukung berbagai format konten.¹¹ *Instagram*, sejak diluncurkan pada tahun 2010, telah tumbuh secara fenomenal, mencapai tonggak signifikan dalam jumlah pengguna dan interaksi. Dalam waktu dua bulan saja, *platform* ini berhasil menarik satu juta pengguna, dan jumlah ini terus berkembang hingga mencapai sepuluh juta pengguna dalam satu tahun. Pada tahun 2017, *Instagram* telah memiliki 800 juta pengguna aktif. *Platform* ini tidak hanya populer di kalangan pengguna iPhone dan iPad yang mendukung iOS 3.1.2 ke atas, tetapi juga di kalangan pengguna Android dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau lebih baru. Keberhasilan *Instagram* ini terbukti ketika Facebook, yang membelinya pada tahun 2012, mengumumkan keuntungan lebih dari satu miliar dolar AS.¹²

Selain itu pula, *YouTube* adalah *platform* digital yang sering digunakan sebagai media untuk berbagi dan menikmati video dari seluruh dunia. Sebagai situs web yang diluncurkan untuk memudahkan pertukaran video, pengguna bisa mengunggah kreasi video mereka, mulai dari klip singkat hingga film dan acara TV. Dengan akses internet, setiap orang bisa mengakses berbagai jenis konten video yang diunggah oleh pengguna lain dan berpartisipasi dalam membangun komunitas dengan berinteraksi melalui komentar atau dengan berbagi video. *Platform* ini tidak hanya membuka peluang untuk hiburan tetapi juga sebagai alat promosi yang efektif, mengingat jutaan pengguna yang aktif setiap harinya. Namun, keberhasilan dalam promosi di *YouTube* memerlukan strategi yang unik untuk menonjol di antara banyaknya konten yang ada.¹³

Berikut beberapa manfaat dari penggunaan media sosial, diantaranya media sosial memudahkan interaksi dan komunikasi antar individu, memperkuat jaringan sosial dengan memungkinkan pengguna untuk berhubungan dengan orang-orang dari berbagai penjuru dunia tanpa batas geografis. Dari mengobrol dengan teman lama hingga bertemu orang baru, media sosial telah menjadi sarana penting dalam memperluas lingkaran sosial. Selain itu, media sosial juga berperan sebagai *platform* yang efektif untuk promosi bisnis. Banyak usaha kecil dan menengah yang berhasil berkembang karena pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran mereka.¹⁴

Media sosial juga menjadi alat yang berharga dalam mencari dan memberikan informasi. Dengan kecepatan penyebaran yang tinggi, informasi dapat diakses dan dibagikan dalam hitungan detik. Selain itu, media sosial menyediakan ruang untuk ekspresi diri, memungkinkan individu untuk membagikan pemikiran, perasaan, dan karya kreatif melalui berbagai format, seperti teks, foto, dan

¹¹ Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 626–635. DOI: <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>. Diakses pada 1 Mei 2024.

¹² *Ibid.*

¹³ Siahaan, G. D. A. B., Alfikri, M., & Rozi, F. (2023). Analisis Wacana Kritis Pada Video “Hukum & Sikap Kita Atas Ucapan Selamat Natal” di Youtube Channel Jeda Nulis. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(5), 07-11. DOI: <https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i5.119>. Diakses pada 1 Mei 2024.

¹⁴ Wijaya, A., & Gischa, S. (2023). *10 Manfaat Media Sosial*. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/25/090000769/10-manfaat-media-sosial?page=all#page2>. Diakses pada tanggal 1 Mei 2024.

video. Untuk hiburan, media sosial menawarkan akses tak terbatas pada konten yang beragam, mulai dari video hiburan, musik, hingga tutorial *Do It Yourself* (DIY). Ini tidak hanya menghibur tapi juga edukatif. Tak ketinggalan, media sosial juga memudahkan dalam membangun dan memelihara relasi profesional dan pribadi, mendukung interaksi yang lebih dinamis dan produktif.¹⁵

Sebagai upaya dokumentasi dan penyebaran informasi, Kementerian Luar Negeri secara aktif merekam dan membagikan berbagai kegiatan yang dilaksanakan melalui akun Instagram @iacs_kemlu. Berbagai aktivitas yang dilakukan oleh para penerima beasiswa, atau yang lebih dikenal sebagai awardee rutin diunggah ke akun tersebut. Dengan demikian, akun Instagram @iacs_kemlu berfungsi sebagai wadah resmi yang dikelola langsung oleh Kementerian Luar Negeri untuk membagikan dan mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan terkait dengan program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia. Dengan adanya platform ini, Kemenlu dapat secara transparan dan cepat menyampaikan informasi kepada publik baik di dalam negeri maupun di tingkat internasional mengenai berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh para awardee serta dampak positif yang dihasilkan dari program beasiswa tersebut. Melalui akun Instagram resminya, kita dapat melihat sejumlah kegiatan yang diadakan oleh para penerima beasiswa tersebut, yang mayoritas di antaranya adalah proses pembelajaran di berbagai sanggar tari atau pusat kebudayaan lainnya, di mana para penerima belajar dan memperdalam keterampilan seni tradisional Indonesia. Tak hanya itu, mereka juga aktif dalam berbagai kegiatan lain seperti pemotretan dengan pakaian adat daerah, mengunjungi beberapa tempat wisata budaya, melakukan forum diskusi kelompok, serta berpartisipasi dalam seminar dan talkshow. Melalui media sosial, para awardee tidak hanya membagikan pengalaman mereka dalam menjelajahi dan mempelajari kekayaan budaya Indonesia, tetapi juga mempromosikan keragaman budaya Indonesia kepada publik internasional.

Akun Instagram @iacs_kemlu terakhir kali terlihat aktif pada bulan Agustus tahun 2023. Pada bulan tersebut bertepatan dengan pemberitahuan mengenai akan dilaksanakannya Indonesia Channel 2023 yang bertemakan "*Indonesia, Home of Diversity*". Pelaksanaan Indonesia Channel ini tidak hanya mengundang tamu dari dalam negeri, namun turut mengundang duta besar dari negara sahabat. Pengundangan para duta besar ini bertujuan sebagai media untuk mengenalkan dan meyakinkan tiap-tiap perwakilan negara untuk mengenalkan budaya Indonesia di negara mereka. Setelah usainya semarak Program BSBI ini, Ibu Retno Marsudi mengajak para peserta program BSBI untuk menjadi agen kerja sama dan perdamaian global.

Situasi terkini di tahun 2024 ini menunjukkan hampir setahun tidak ada konten baru di akun Instagram @iacs_kemlu. Ditambah dengan tingkat *engagement* yang relatif rendah dari pengikutnya, sehingga menimbulkan pertanyaan kritis mengenai efektivitas diplomasi budaya melalui platform tersebut. Apakah memang Instagram adalah jalur yang efektif untuk melakukan diplomasi budaya ataukah diperlukan strategi baru untuk menghidupkan kembali akun tersebut? Membandingkan dengan akun beasiswa pemerintah lainnya seperti IISMA yang secara konsisten memperbarui konten dengan ragam yang beragam, terlihat bahwa pendekatan tersebut dapat meningkatkan *engagement* dari viewers dan followers, bahkan hingga non-followers. Hal ini tidak hanya menarik minat audiens dalam negeri saja, tetapi juga audiens internasional terutama di berbagai negara tuan rumah tempat mahasiswa melaksanakan program pertukaran pelajar.

Selain penggunaan *platform* media sosial *Instagram* sebagai media promosi, Kemenlu juga dapat memanfaatkan *platform* digital lain seperti TikTok. TikTok yang dikenal sebagai Doujin di China memiliki arti harfiah "Teknik musik pendek". Diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, TikTok dikembangkan menggunakan kecerdasan buatan oleh ByteDance. Aplikasi ini dipatenkan di bawah naungan BYTEMOD. Pengguna TikTok didorong untuk mengekspresikan diri dengan bebas dan berimajinasi sebanyak mungkin dengan kemungkinan membagikan karya mereka ke seluruh dunia. Aplikasi ini menawarkan efek khusus yang menarik dan mudah digunakan, memungkinkan pengguna untuk membuat video kreatif dengan mudah. Efek khusus tersebut mencakup efek guncangan pada video dengan musik elektronik, perubahan warna rambut, stiker 3D, dan berbagai properti lainnya. Para kreator pun juga dapat mengembangkan bakat mereka lebih lanjut

¹⁵ *Ibid.*

dan mengeksplorasi berbagai genre musik melalui perpustakaan musik yang luas yang tersedia di TikTok.¹⁶

TikTok sering digunakan sebagai sarana hiburan dan dapat digunakan sebagai *platform* untuk mempromosikan bisnis. Banyak merek yang bersaing untuk menciptakan konten yang unik agar dapat menarik perhatian dan meningkatkan penjualan. Jika konten tersebut berhasil masuk ke halaman *For You* maka dampaknya akan semakin besar. Terdapat berbagai ide konten promosi produk yang dapat diimplementasikan di TikTok, seperti siaran langsung peluncuran produk, pembuatan katalog yang menarik, siaran di balik layar pembuatan produk, tutorial penggunaan produk, konten edukatif tentang produk, dan lainnya. Tujuan dari konten promosi produk, baik di TikTok maupun *platform* lain adalah untuk menyampaikan pesan positif tentang produk yang ditawarkan.

Dengan demikian, calon konsumen menjadi lebih sadar akan keunggulan produk dan lebih cenderung untuk melakukan pembelian. Namun, untuk menciptakan konten TikTok yang disukai dibutuhkan proses kreatif. Jika konten serupa sudah ada maka audiens cenderung akan merasa bosan. Oleh karena itu, kreativitas dalam pembuatan konten sangatlah penting agar tidak terkesan seperti iklan yang terlalu memaksakan. Iklan yang bersifat santai biasanya lebih disukai oleh penonton.¹⁷

Maka dari itulah TikTok ini nampaknya dapat dijadikan sebagai media promosi program BSBI ini dengan berkaca juga pada fakta bahwa pengguna TikTok di Indonesia sangat banyak, dikutip dari KOMPAS.com bahwa Indonesia berada pada urutan kedua negara dengan pengguna aktif TikTok terbesar di dunia dengan jumlah 99 juta. Hal tersebut terungkap dari data daftar pengguna aktif TikTok terbanyak di dunia, dilansir dari World Population Review.¹⁸ Melihat adanya antusiasme rakyat akan *platform* digital ini maka harus dijadikan sebagai peluang karena jika di lihat di TikTok masih sangat jarang yang membicarakan program BSBI. Maka pihak Kemenlu seharusnya dapat menciptakan konten-konten kreatif sebagai promosi program ini di TikTok.

Dari ulasan di atas, dapat diketahui bahwa hampir setahun ini tidak ada konten baru yang diupload ke akun Instagram @iacs_kemlu terhitung sejak pelaksanaan Indonesia Channel 2023 pada bulan Agustus tahun lalu. Pelaksanaan promosi Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia melalui *platform* media sosial dapat berjalan dengan sukses apabila pihak Kemenlu dapat aktif membuat konten-konten pendukung yang kreatif. Pembuatan konten kreatif yang inovatif dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong naiknya jumlah peminat untuk mengikuti program pertukaran budaya ini di tahun-tahun yang akan datang. Itu artinya tujuan pemerintah Indonesia untuk memperluas Diplomasi Budaya Indonesia dapat tercapai dan terlaksana dengan baik. Harapan penulis semoga Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia ini dapat terus dilaksanakan setiap tahunnya dan pemerintah dapat memperbanyak kuota agar menjaring lebih banyak peserta dari berbagai negara lainnya.

CONCLUSION

1. Indonesia merupakan negara multikultural yang kaya akan keberagaman suku, agama, ras, seni, dan budaya dari setiap sudut daerahnya yang menjadi daya tarik tersendiri untuk siapapun yang ingin mengetahuinya terlebih bagi mereka yang ingin mempelajari kebudayaan tersebut. Melihat potensi tersebut membuat pemerintah Indonesia gencar dalam melakukan berbagai program yang dapat mendukung perkembangan Diplomasi Budaya Indonesia. Diplomasi Budaya sendiri merupakan salah satu bentuk politik luar negeri yang dilakukan suatu negara sebagai sarana dalam peningkatan apresiasi dan citra positif dari masyarakat internasional terhadap negara tersebut. Salah satu bentuk program pertukaran budaya di Indonesia yaitu dengan adanya Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) yang dicetuskan oleh Kementerian Luar Negeri (Kemenlu)

¹⁶ Hernawan, H. (2021). *Fenomena Aplikasi TikTok dan Dampaknya Bagi Masyarakat di Tengah Pandemi*. <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/07/05/105553/fenomena-aplikasi-tiktok-dan-dampaknya-bagi-masyarakat-di-tengah-pandemi>. Diakses tanggal 2 Mei 2024.

¹⁷ Universitas Bina Nusantara. (2023). Promosi Bisnis di TikTok, Seberapa Efektif dan Maksimal?. <https://binus.ac.id/2022/05/promosi-bisnis-di-tiktok-seberapa-efektif-dan-maksimal/>. Diakses pada 2 Mei 2024.

¹⁸ Dzulfaroh, A. N., & Kurniawan, R. F. (2023). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar Kedua di Dunia, Mengapa Aplikasi Ini Begitu Digemari?* <https://www.kompas.com/tren/read/2023/01/19/200000065/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-kedua-di-dunia-mengapa-aplikasi-ini>. Diakses pada 2 Mei 2024.

- yang sudah hadir sejak tahun 2003. Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI) ini diikuti oleh warga negara lain maupun para diaspora Indonesia (WNI yang tinggal di luar negeri) serta mereka yang menerima beasiswa ini akan memperoleh pelatihan terkait kearifan lokal seperti pelatihan berbagai bahasa daerah, tari tradisional, lagu daerah dan alat musik tradisional.
2. Dalam mengembangkan minat masyarakat pada Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia, penting untuk memanfaatkan platform komunikasi digital sebagai media promosi yang efektif. Dengan dukungan platform digital seperti media sosial, pesan-pesan tentang program ini dapat disampaikan secara luas dan cepat kepada audiens potensial di seluruh dunia melalui komunikasi digital. Media sosial bukan hanya sekadar alat untuk berbagi momen pribadi atau hiburan, tetapi juga telah menjadi platform penting untuk promosi bisnis dan diplomasi budaya. Dengan memanfaatkan platform-platform seperti Instagram dan TikTok, pemerintah dapat memperluas jangkauan pesan-pesan budaya mereka ke publik lokal dan internasional. Namun, keberhasilan dalam memanfaatkan media sosial untuk tujuan ini bergantung pada kreativitas dan konsistensi dalam pembuatan konten yang menarik.

RECOMMENDATION

Untuk meningkatkan efektivitas diplomasi budaya melalui media sosial, pemerintah perlu mengadopsi strategi yang inovatif dan dinamis, serta memanfaatkan platform-platform yang paling relevan dan populer di kalangan audiens target seperti halnya Instagram dan juga Tiktok yang menjadi pusat media sosial yang cukup ramai di masa kini. Dengan cara ini, Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia dapat lebih efektif dalam mencapai tujuan mereka untuk memperluas pengaruh budaya Indonesia secara global. Semakin banyak yang mengetahui adanya pertukaran budaya melalui Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia maka tidak menutup kemungkinan di tahun-tahun berikutnya jumlah peminat program beasiswa ini akan meningkat dengan drastis.

REFERENCES

- Annur, C. M. (2024). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>.
- Arini, N. N., & Mekarini, N. W. (2022). Analisis Komparatif Indonesian Arts And Culture Scholarship Di Sanggar Seni Semarang Pra Dan Post Pandemi Covid-19. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 5(2), 105–114. DOI: <https://doi.org/10.46837/journey.v5i2.109>.
- Arzu. (2023). *Puluhan Pemuda Mancanegara Menghidupkan Indonesia Channel*. <https://reviewbekasi.com/puluhan-pemuda-m mancanegara-menghidupkan-indonesia-channel-2023/>.
- Dzulfaroh, A. N., & Kurniawan, R. F. (2023). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar Kedua di Dunia, Mengapa Aplikasi Ini Begitu Digemari?* <https://www.kompas.com/tren/read/2023/01/19/200000065/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-kedua-di-dunia-mengapa-aplikasi-ini>.
- Hernawan, H. (2021). *Fenomena Aplikasi TikTok dan Dampaknya Bagi Masyarakat di Tengah Pandemi*. <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/07/05/105553/fenomena-aplikasi-tiktok-dan-dampaknya-bagi-masyarakat-di-tengah-pandemi>.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2023). Menlu Ajak Peserta Bsbi Jadi Agen Kerja Sama dan Perdamaian Global. <https://www.kemlu.go.id/portal/id/read/4814/berita/menlu-ajak-peserta-bsbi-jadi-agen-kerja-sama-dan-perdamaian-global>.
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 626–635. DOI: <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>.
- Prabhawati, A. (2019). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2). DOI: <https://doi.org/10.19184/jtc.v2i2.13847>.



- Rahayu, I. R. S., & Idris, M. (2021). *Sejarah, Evolusi, dan Pengertian Media Sosial*. <https://money.kompas.com/read/2021/12/18/075450026/sejarah-evolusi-dan-pengertian-media-sosial?page=all#page2>.
- Siahaan, G. D. A. B., Alfikri, M., & Rozi, F. (2023). Analisis Wacana Kritis Pada Video “Hukum & Sikap Kita Atas Ucapan Selamat Natal” di Youtube Channel Jeda Nulis. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(5), 07-11. DOI: <https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i5.119>.
- Suryadi, D., & FisipHI, S. (2019). Upaya Peningkatan Diplomasi Publik Indonesia di Negara-Negara ASEAN Melalui Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI). *Global Mind*, 1(1). Universitas Bina Nusantara. (2023). Promosi Bisnis di TikTok, Seberapa Efektif dan Maksimal?. <https://binus.ac.id/2022/05/promosi-bisnis-di-tiktok-seberapa-efektif-dan-maksimal/>.
- Wijaya, A., & Gischa, S. (2023). *10 Manfaat Media Sosial*. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/25/090000769/10-manfaat-media-sosial?page=all#page2>.