



Diplomasi Publik dan *Soft Power*: Sama atau Berbeda?

Sofia Trisni¹, Ardila Putri²

¹Departemen Hubungan Internasional, Universitas Andalas, Indonesia

²Graduate School of International Studies, Ewha Womans University, South Korea; Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Pertamina, Indonesia

ARTICLE INFO

Date received: 12 December 2022

Revision date: 22 April 2023

Date published: 30 May 2023

Keywords

public diplomacy;

purpose;

actor;

activities;

soft power;

relationship

Correspondence

Email: sofiatrisni@soc.unand.ac.id

ABSTRACT

Public diplomacy has been a long-standing practice that continues to this day. Both developed and developing countries aim to design public diplomacy programs that are well-received by their target audience. Public diplomacy is closely linked to the concept of soft power, which became popular after Joseph Nye coined the term in the 1990s. Countries implement public diplomacy because they believe it can enhance their soft power. In Indonesia, the relationship between public diplomacy and soft power has been widely discussed in academic articles. However, there still needs to be a consensus on whether the two concepts are the same or different. This article aims to clarify their relationship using a literature review of articles written by leading scholars in the field. Based on the review, it can be concluded that public diplomacy and soft power are different but interconnected. Public diplomacy is often implemented to promote or generate soft power.

PENDAHULUAN

Praktek diplomasi publik mungkin telah berlangsung semenjak awal manusia mengenal hubungan internasional, sebelum istilah diplomasi publik itu sendiri muncul. Barulah pada tahun 1965, Edmund Gullion yang merupakan mantan diplomat Amerika Serikat memunculkan istilah diplomasi publik (Cull, 2019), untuk menjelaskan aktivitas yang dilaksanakan untuk menjangkau publik. Pada kenyataannya, diplomasi publik sering dihubungkan dengan *soft power*, sehingga kebanyakan artikel yang membahas mengenai diplomasi publik biasanya juga menyinggung *soft power*. Istilah *soft power* sendiri menjadi populer setelah profesor universitas Harvard, Joseph Nye memunculkannya dalam artikel yang terbit pada tahun 1990(Nye, 1990). Sayangnya, masih terdapat beragam penjelasan mengenai hubungan antara diplomasi publik dengan *soft power* yang ditemukan di dalam artikel diplomasi publik. Contoh keberagaman tersebut dapat dilihat dalam tulisan Trisni, dkk yang berpendapat bahwa diplomasi publik merupakan instrumen dalam menghasilkan *soft power* (Trisni et al., 2018), Trisni yang menjelaskan bahwa diplomasi publik bertujuan untuk memenangkan hati dan pikiran publik, sehingga diplomasi publik adalah alat untuk menghasilkan *soft power* (Trisni et al., 2019b). Sementara itu, pada tulisannya yang lain Trisni, dkk(Trisni, 2020; Trisni et al., 2019a) memaparkan bahwa diplomasi publik merupakan salah satu media untuk menghasilkan *soft power*. Selanjutnya Purnama, dkk menjelaskan bahwa diplomasi publik merupakan bagian dari *soft power*(Purnama et al., 2021). Adriana berpendapat bahwa *soft power* merupakan instrumen dari diplomasi publik(Adriana, 2018). Terakhir, Chintami, dkk berargumen bahwa diplomasi publik merupakan sarana untuk mempromosikan kemampuan *soft power* (Chintami et al. 2021).Dapat diperhatikan bahwa penjelasan yang diberikan oleh penulis-penulis diatas ada yang mirip/berdekatan, tetapi juga ada yang berbeda. Keberagaman ini menimbulkan pertanyaan mengenai hubungan diantara kedua konsep tersebut, agar tidak menimbulkan kesalahan pemahaman.

Selain masalah keberagaman, ada juga artikel diplomasi publik yang menyinggung *soft power*, tanpa memberikan penjelasan mengenai hubungan keduanya, karena lebih berfokus pada pembahasan mengenai isu/fenomena. Publikasi tipe ini seperti yang dituliskan oleh Putri dan Trisni mengenai corporate diplomacy yang dilakukan oleh SM Entertainment (Putri and Trisni, 2021), Hutagalung dkk yang meneliti diplomasi publik King Sejong institute (Hutagalung et al., 2019), Rachmat yang membahas mengenai diplomasi publik melalui kontingen Garuda (Rachmat, 2016), Subarkah yang meneliti mengenai wisata halal (Subarkah, 2018), Saefudin yang berbicara mengenai diplomasi publik organisasi non-pemerintah (Saefudin, 2008), serta Effendi yang membahas mengenai diaspora dalam diplomasi publik (Efendi, 2022).

Tertarik dengan fenomena diatas, baik artikel yang tidak menjelaskan hubungan diplomasi publik dengan *soft power*, maupun artikel yang secara singkat menjelaskan hubungan keduanya, tetapi bervariasi, artikel ini berupaya untuk menjabarkan hubungan antara diplomasi publik dan *soft power*, apakah keduanya merupakan hal yang sama, atau sesungguhnya berbeda dengan merujuk kepada pendapat ahli-ahli yang sering dirujuk untuk pembahasan mengenai diplomasi publik dan *soft power*. Untuk mencapai tujuan tersebut, artikel ini dibagi menjadi beberapa bagian pembahasan. Bagian pertama merupakan definisi konseptual mengenai diplomasi publik, yang dilanjutkan dengan penjelasan mengenai *soft power*. Dua bagian awal ini merupakan fondasi pengetahuan sebelum melanjutkan ke bagian ketiga yang berupaya untuk menjelaskan hubungan antara kedua istilah ini sebelum akhirnya ditutup dengan bagian kesimpulan.

METODE PENELITIAN

Artikel ini melakukan studi literatur terhadap 14 artikel dalam skop diplomasi publik dan *soft power* untuk menjabarkan hubungan antara kedua konsep. Artikel ini mengutip pendapat ahli-ahli utama yang sering dirujuk ketika membicarakan kedua konsep tersebut seperti; Joseph Nye, Nicholas J. Cull, Jan Melissen, Nancy Snow, serta ahli-ahli relevan lainnya. Setelah menjabarkan hubungan kedua konsep menurut ahli, artikel ini membuat sebuah tabel untuk mempermudah melihat penjabaran pendapat para ahli. Dari tabel argumen ahli tersebut serta pemaparan sebelumnya mengenai diplomasi publik, kemudian dilakukan analisis apakah diplomasi publik dan *soft power* merupakan dua konsep yang mengacu pada maksud yang sama, atau sesungguhnya berbeda.

HASIL DAN DISKUSI

Diplomasi publik

Bagian ini menjelaskan mengenai definisi diplomasi publik, aktivitas-aktivitas, tujuan pelaksanaannya, pentingnya diplomasi publik, serta aktor-aktor yang terlibat dalam diplomasi publik.

Jika melihat definisi ahli mengenai diplomasi publik, dapat dilihat bahwa definisi-definisi tersebut memberikan penekanan pada proses mendorong hubungan, atau menekankan kepada penyebaran pengaruh. Definisi yang memberikan penekanan kepada proses antara lain seperti yang dikemukakan oleh Sharp (2005) yang melihat diplomasi publik sebagai sebuah proses pendekatan langsung kepada publik dengan tujuan memajukan kepentingan negara dan menyebarkan nilai-nilai yang dianut oleh negara tersebut. selanjutnya Melissen (2005) berpendapat bahwa diplomasi publik merupakan aktivitas memulai dialog dan membangun hubungan jangka panjang sehingga dapat membangun hubungan kepercayaan yang dilakukan secara dua arah untuk mendekati publik.

Sementara itu, penekanan pada penyebaran pengaruh diberikan oleh ahli-ahli seperti seperti Nancy Snow dan Edmund Gullion. Snow menjelaskan bahwa “Public Diplomacy involves the way in which both government and private individual and groups influence directly and indirectly those public attitudes and options that bear directly on another government foreign policy decisions (P2P)” Selanjutnya Gullion dalam Cull (2009) memaparkan bahwa :

Public diplomacy . . . deals with the influence of public attitudes on the formation and execution of foreign policies. It encompasses dimensions of international relations beyond traditional diplomacy; the cultivation by governments of public opinion in other countries; the interaction of private groups and interests in one country with those of another; the reporting of foreign affairs and its impact on policy; communication between those whose job is communication, as between diplomats and foreign correspondents; and the processes of inter-cultural communications.

Dari beberapa definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa diplomasi publik merupakan aktivitas-aktivitas atraktif dua arah untuk mejangkau publik, yang bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai dan mendapatkan dukungan dari publik tersebut. Kegiatan dalam diplomasi publik menggunakan aktivitas yang berpotensi menarik hati publik dengan pola hubungan yang timbal balik.

Berbagai aktivitas digunakan dalam mengaplikasikan diplomasi publik. d’Hooghe berpendapat bahwa aktivitas-aktivitas diplomasi publik meliputi citizen diplomacy, diplomasi budaya, komunikasi strategis dan terkadang meliputi nation-branding. Citizen diplomacy sendiri dapat meliputi pemberian hibah akademis, program pertukaran pelajar, visitor programs, kegiatan kembar, kegiatan bisnis untuk diplomasi publik, kegiatan olahraga dan budaya. Sementara itu diplomasi budaya dapat berupa pertunjukan budaya, pameran, festival budaya dan film, promosi bahasa, dan partisipasi dalam Pameran Dunia (d’Hooghe, 2015).

Craig Hayden berpendapat bahwa aktivitas diplomasi publik dapat meliputi program pertukaran, penyiaran internasional, diplomasi budaya dan *messaging campaigns* (Hayden, 2017). Selanjutnya Van Ham mencatat bahwa aktivitas diplomasi publik adalah meliputi kegiatan di bidang informasi (Van Ham, 2005). Sebagai tambahan, Hall mencatat bahwa media yang digunakan dalam diplomasi publik dapat berupa stasiun TV dan radio ataupun media yang disponsori negara tetapi independent secara editorial seperti BBC (Hall, 2012).

Dari penjelasan diatas, terlihat bahwa aktivitas diplomasi publik meliputi aktivitas yang luas seperti bidang pendidikan, budaya, seni, komunikasi, penyiaran, olahraga dan beragam aktivitas lain. Aktivitas-aktivitas tersebut dilaksanakan dua arah, sehingga tidak hanya mengutamakan kepentingan pelaksana, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan target.

Selanjutnya, terdapat tujuan pelaksanaan diplomasi publik yang ditemukan pada berbagai literatur, walaupun pada dasarnya tujuan ini sudah dapat terlihat pada definisi diplomasi publik itu sendiri. d’Hooghe menjelaskan sekurang-kurangnya terdapat enam tujuan pelaksanaan diplomasi publik yaitu; 1) Mencari dukungan untuk kebijakan 2) Mempromosikan citra 3) Mengembangkan dialog 4) Membangun hubungan untuk meningkatkan pemahaman 5) Menciptakan solusi bersama untuk permasalahan transnasional 6) Penyesuaian hubungan seiring dengan perubahan waktu (d’Hooghe 2015). Sementara itu, Van Ham (2005) melihat tujuan diplomasi publik berdasarkan waktu dampak pelaksanaan ingin dilihat, dimana dalam jangka pendek tujuan diplomasi publik adalah untuk 1) Mempengaruhi opini 2) Memobilisasi publik asing untuk mendukung kepentingan

dan kebijakan negara. Untuk jangka panjang, diplomasi bertujuan untuk membangun dialog terbuka dengan tokoh penting publik dan untuk membuka masyarakat yang tertutup (Van Ham, 2005).

Setelah membicarakan tujuan pelaksanaan diplomasi publik, biasanya pertanyaan pertanyaan lanjutan yang banyak mengemuka adalah mengenai pentingnya diplomasi publik. Sub bab ini menemukan bahwa pada dasarnya pelaksanaan diplomasi publik menjadi penting karena dapat membantu untuk menghasilkan keberpihakan publik asing, yang sedikitnya dapat mempengaruhi pemerintahnya juga. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah memberikan ruang kepada publik untuk terlibat dalam pembuatan kebijakan luar negeri (Snow, 2009), sehingga opini publik yang tercipta dapat mempengaruhi pemerintah negaranya secara tidak langsung (Gilboa, 2008). Selain itu, diplomasi publik dapat mendorong adopsi norma ataupun imitasi budaya melalui pembentukan opini publik yang positif (Rachmawati, 2016), sehingga akan mudah bagi negara untuk mencapai kepentingannya pada saat publik asing telah memiliki norma ataupun budaya yang sama dengannya. Opini publik yang positif juga memberikan keuntungan pada negara, dan inilah yang menjadi tujuan dari diplomasi publik.

Diplomasi publik merupakan aktivitas yang melibatkan banyak aktor mulai dari pemerintah, swasta sampai dengan masyarakat umum. Aktor pemerintah tersebar dari pemerintah pusat sampai kepada pemerintah daerah. Di tingkat pusat, aktor-aktor ini bisa mencakup para pemimpin negara, menteri dan pejabat di kementerian serta perwakilan diplomatik, perwakilan militer, anggota keluarga kerajaan dan kantor promosi perdagangan dan pariwisata (d'Hooghe, 2015). Pada tingkat daerah, aktor ini dapat meliputi perwakilan pemerintah daerah, provinsi dan kota serta otoritas pelabuhan (d'Hooghe, 2015). Sementara itu aktor non-negara terdiri dari :

1) the academic world : representatives of universities and schools, research institutes, think tanks and student organizations; 2) NGOs and Lobby groups : national and international advocacy groups; 3) business : representatives of business organizations, big companies and chambers of commerce; 4) cultural organizations : representatives of museum, galleries, theaters, cultural institutes, performing groups, festivals and individual artists; 5) Citizen : citizen representatives of exchange organizations and friendship association, diasporas, and individual citizens (d'Hooghe, 2015).

Lebih lanjut, Huijgh berpendapat bahwa aktor non-negara dapat berupa aktor agama, unit sub-negara bagian, organisasi internasional. Multinasional dan non-pemerintah, perusahaan multinasional dan individu (Huijgh, 2016). Selanjutnya, Snow berpendapat bahwa aktor diplomasi publik meliputi aktor diplomasi publik tradisional seperti urusan publik dan petugas informasi publik pemerintah, lembaga penyiaran pemerintah, dan mediator budaya seperti siswa pertukaran yang disponsori dan pekerja lapangan ditambah aktor diplomasi publik baru yang mencakup siapa saja yang menentang asumsi dominan dalam hubungan internasional dan kebijakan luar negeri negara (Snow, 2009).

Secara garis besar, aktor diplomasi publik dapat dibagi menjadi aktor negara dan aktor non-negara. Aktor negara dapat berupa pemerintah pusat dan juga pemerintah daerah. Sementara itu, pihak-pihak selain negara juga dapat diakui menjadi aktor diplomasi publik hari ini, walaupun sebagian ahli menetapkan kriteria-kriteria agar aktor non-negara dapat dikatakan sebagai aktor diplomasi publik (Ayhan, 2019).

Diplomasi publik sendiri memiliki model pelaksanaannya. d’Hooghe menjelaskan model hybrid, dimana model ini merupakan kombinasi antara diplomasi publik yang berfokus pada negara dan berbasis jaringan. Model hybrid merupakan model pelaksanaan diplomasi publik dengan negara sebagai pemrakarsa dan/atau pendukung dan/atau koordinator dari inisiatif diplomasi publik, tetapi pelaksanaan diplomasi publik melalui kerjasama yang erat dengan anggota jaringan yang merupakan aktor non-negara (d’Hooghe, 2015).

Soft power

Soft power merupakan istilah yang dimunculkan oleh Joseph Nye, yang memberikan gambaran bahwa power pada dasarnya memiliki bentuknya sendiri. Bentuk power bervariasi, mulai dari *hard power*, *soft power*, *smart power* dan lain-lain. *Hard power* merupakan kekuasaan yang dipandang sebagian pihak berkonotasi negatif, karena pelaksanaannya terkadang melibatkan paksaan ataupun kekerasan seperti penggunaan kekuatan militer. Dalam kalimat Nye, *hard power* adalah dorongan, yang dilakukan seperti mengacungkan wortel atau tongkat (*carrot or stick*) (Nye, 2021). Sementara itu, *soft power* pada dasarnya merupakan kekuasaan yang dicapai melalui pendekatan yang lunak, sehingga tidak terdapat paksaan dalam pelaksanaannya. *Soft power* adalah tarikan, yang lebih seperti magnet (Nye, 2021). *Smart power* sendiri dikatakan merupakan gabungan dari *hard power* dengan *soft power*. Diskusi mengenai *soft power* sampai hari ini masih tidak terlepas dari definisi yang dikemukakan oleh Joseph Nye, berbagai tulisan mengenai *soft power* masih terus mengutip pikiran Nye terkait definisinya, walaupun terdapat berbagai kritik terkait operasionalisasi *soft power*, definisi dari Nye masih menjadi acuan berbagai tulisan mengenai *soft power*.

Bagi Nye sebagai pencetus istilah *soft power*, yang merupakan definisi dari term ini adalah “the ability to affect others to obtain the outcomes one wants through attraction rather than coercion and payment” (Nye, 2008). Disinilah letak kelembutan yang dimaksudkan oleh Nye, karena aktivitas yang dilakukan untuk mencapai power bukanlah aktivitas yang menggunakan kekuatan yang dapat mengancam, menekan ataupun menakuti, tetapi aktivitas ini merupakan aktivitas yang mengasyikkan dan menarik perhatian dari target, sehingga ketika mereka berubah, maka perubahan tersebut merupakan keinginan mereka sendiri, bukan karena mereka takut ataupun tidak punya pilihan (Trisni et al., 2019a).

Lebih lanjut, Nye menitikberatkan bahwa *soft power* merupakan sebuah kemampuan untuk memikat dan menarik pihak lain. Nye menambahkan bahwa dalam behavioural term (istilah perilaku) *soft power* adalah daya tarik, sementara dalam hal sumber daya (*resources*), sumber daya *soft power* adalah aset yang dapat menghasilkan daya tarik tersebut (Nye, 2008). *Soft power* bergantung pada kemampuan untuk dapat mempengaruhi dan memikat orang lain, sehingga kegiatan yang dibuat untuk mencapai *soft power* haruslah kegiatan yang dapat memberikan daya tarik dan daya pikat bagi target. Disini dibutuhkan pemahaman yang dalam mengenai target, apa kesukaan mereka dan apa yang mereka katakan menarik. Nye berargumen bahwa program pertukaran jauh lebih efektif dalam mencapai tujuan ini daripada kegiatan penyiaran (*broadcasting*) yang cenderung lebih satu arah (Nye, 2008). Untuk mencapai daya tarik tersebut, terdapat sumber daya yang jika digunakan dengan baik akan dapat menghasilkan *soft power*.

Dalam karya-karyanya dari tahun 1990-an sampai 2019, Nye menjelaskan bahwa terdapat 3 hal yang disebut sebagai sumber daya *soft power* (*soft power resources*). Ketiga hal tersebut adalah budaya suatu negara, nilai-nilai politik dan kebijakan luar negerinya. Dalam berbagai tulisannya mengenai *soft power*, Nye menekankan bahwa aset-aset yang menjadi sumber daya *soft*

power ini tidak serta merta dapat dikonversi menjadi *soft power* (Nye, 2021), karena aset yang dimiliki ini harus dapat diterima oleh publik internasional; aset ini harus memiliki nilai-nilai yang dapat diterima secara global. Kebudayaan yang picik, egois dan arogan cenderung tidak dapat diterima secara global, sementara itu kebijakan negara dapat menjadi sangat populer ketika kebijakan tersebut memberikan dukungan terhadap permasalahan dunia; contohnya adalah kebijakan Amerika Serikat untuk terus membiayai penelitian mengenai HIV/AIDS (Nye, 2008). Dengan penjelasan tersebut, terdapat kemungkinan bagi kebudayaan suatu negara untuk tidak menarik bagi publik asing, sedangkan kebijakan-kebijakan yang berakar dari kearifan lokal, bisa jadi bukan merupakan kebijakan yang populer untuk menebar daya pikat.

Selain hal-hal di atas, Nye menyarikan mengenai dua model tentang bagaimana *soft power* beroperasi, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung adalah dengan mempengaruhi pembuat keputusan dan mengubah perilaku mereka sejalan dengan hasil yang diinginkan. Sementara itu secara tidak langsung adalah melalui publik target, dimana publik yang terkena dampak memberikan tekanan kepada pemimpin mereka untuk bertindak sejalan dengan preferensi negara pelaksana (J. Nye, 2019). Artinya untuk menghasilkan *soft power* terdapat dua sasaran, bisa jadi langsung menarget pemerintah, tetapi bisa juga menarget publik dan berharap publik inilah yang akan bergerak untuk merubah kebijakan pemerintahnya.

Selain itu, terdapat juga cara kerja *soft power* yang diajukan oleh Kroenig, dkk serta Rotham. Menurut Kroenig, dkk, sekurang-kurangnya terdapat tiga tahapan yaitu pertama, komunikasi ide dari negara yang menggunakan *soft power* kepada targetnya. Kedua, penerimaan oleh target, dimana pada tahap ini terjadi eliminasi ide-ide dari negara pesaing. Pada tahapan ini juga, terjadi perubahan sikap target. Terakhir, target mengadopsi perilaku yang diinginkan oleh negara *soft power*, sehingga terciptalah perubahan lingkungan yang menguntungkan bagi negara *soft power* (Kroening in Bakalov, 2019). Sementara itu, Rotham, dkk menjelaskan langkah-langkahnya melalui proses difusi norma. Pada langkah awal, negara melaksanakan kebijakan domestik ataupun kebijakan luar negeri yang berhasil. Kebijakan yang berhasil ini diakui oleh negara lain, sehingga memiliki kredibilitas dimata pihak lain dan berujung pada pandangan bahwa kebijakan negara tersebut merupakan kebijakan yang normal, sehingga tidak perlu dipertentangkan. Selanjutnya norma-norma yang dihasilkan tersebut menyebar melalui komunitas epistemik dan jaringan advokasi transnasional. Lalu akhirnya akan terjadi adopsi norma (Rotham in Bakalov, 2019). Adopsi norma ini terjadi karena target telah meyakini bahwa norma yang disebarkan oleh negara pelaksana adalah norma yang kredibel dan layak untuk diadopsi. Dengan berhasilnya penyebaran norma terhadap target, akan lebih mudah untuk mengarahkan target kearah yang inginkan. Jika diamati, pada dasarnya kedua langkah yang dijelaskan di atas menekankan pada perubahan target melalui kontruksi ide, norma dan believe dari target. Langkah-langkah tersebut menekankan pada langkah-langkah untuk membuat target meyakini dan mengagumi ide, norma ataupun keyakinan yang disebarkan sehingga kemudian target tergerak untuk mengikuti ketiga hal tersebut.

Konsep *soft power* ini menjadi sangat populer hingga hari ini, negara-negarapun berlomba-lomba untuk memperkuat *soft power* nya. Pada kenyataannya, konsep ini bukanlah tanpa cela. Beberapa penstudi *soft power* menyatakan bahwa konsep ini belum jelas, baik mekanisme operasinya ataupun bagian persis yang menyusunnya (lihat Bakalov, 2019; d'Hooghe, 2015; Hayden, 2017; Rothman, 2011). Namun, tulisan ini tidak akan membahas mengenai perdebatan mengenai operasionalisasi *soft power*, tetapi akan lebih fokus pada hubungan antara diplomasi publik dengan *soft power*.

Hubungan diplomasi publik dan *soft power*

Diplomasi Publik dan *Soft power* pada dasarnya merupakan dua konsep yang berbeda, tetapi dalam perjalanannya banyak yang mencampur adukkan antara diplomasi publik dan *soft power* sehingga muncullah kerancuan mengenai kedua hal tersebut. Bagian ini akan mencoba untuk menjelaskan kaitan antara keduanya, setelah dua bagian sebelumnya menjelaskan mengenai konsep diplomasi publik dan *soft power*.

Para ahli memberikan berbagai penjelasan mengenai hubungan antara kedua konsep tersebut. Dari beberapa literatur yang membicarakan mengenai diplomasi publik dan *soft power*, mayoritas menjelaskan bahwa diplomasi publik merupakan instrumen/alat untuk menghasilkan *soft power*. Pendapat yang mengemukakan bahwa diplomasi publik merupakan alat ini seperti yang diungkapkan oleh Melissen yang menjelaskan bahwa diplomasi publik merupakan instrumen kunci *soft power* (Melissen, 2005). Pendapat lainnya dapat dilihat dari empat tulisan Nye yaitu pada, the New Public Diplomacy (Nye, 2010), the Future of Power (Nye, 2011), Public Diplomacy and *Soft power* (Nye, 2008), dan Public Diplomacy and *Soft power* revisited (J. S. Nye, 2019) yang menyatakan bahwa diplomasi publik telah memiliki sejarah yang panjang sebagai alat untuk mempromosikan atau menghasilkan *soft power* (Nye, 2004). Lebih lanjut Nye memberikan penekanan bahwa jika konten budaya, nilai-nilai dan kebijakan sebuah negara (yang disebut sebagai sumber *soft power* oleh Nye) tidak menarik, maka diplomasi publik yang menyiarkan (kegiatan) tersebut tidak akan dapat menghasilkan *soft power* (Nye, 2008). Dari pernyataan terakhir ini dapat kita ambil pemahaman bahwa diplomasi publik merupakan alat/instrument/media yang digunakan untuk menyiarkan atau mempromosikan sumber *soft power*.

Sementara itu d'Hooghe melihat kedua konsep ini berhubungan karena yang satu (*soft power*) memberikan landasan penting bagi yang lainnya (diplomasi publik) (d'Hooghe, 2015). d'Hooghe menjelaskan bahwa melalui konsep *soft power*, dapat dilihat apakah strategi diplomasi publik dapat dijustifikasi atau diterima, sehingga dapat menjadi sumber untuk evaluasi. Jika ditilik, d'Hooghe seakan-akan menyatakan bahwa *soft power* lah yang menjadi kiblat pelaksanaan diplomasi publik, karena keberadaan *soft power* kemudian dijadikan tolak ukur keberhasilan diplomasi publik. Masih di buku yang sama, d'Hooghe melanjutkan bahwa diplomasi publik berupaya untuk memajukan nilai-nilai yang menarik pada suatu negara dengan cara mengubah sumber daya *soft power* negara menjadi daya tarik. Pada dasarnya walaupun keterhubungan yang disampaikan oleh d'Hooghe menggunakan redaksional yang berbeda, dapat ditarik pemahaman bahwa diplomasi publik dilihat sebagai wadah dimana di dalamnya terdapat aktivitas-aktivitas yang mengemas sumber daya *soft power* secara atraktif agar dapat menghasilkan *soft power*. Dengan demikian, penjelasan d'Hooghe ini masih berkaitan erat dengan penjelasan ahli sebelumnya.

Selanjutnya Nicholas J. Cull menjelaskan bahwa “PD can be mechanism to deploy soft power, but it is not the same thing as soft power, any more than the army and hard power are the same thing”. Cull menyatakan bahwa *soft power* dapat dikerahkan melalui diplomasi publik, tetapi ia memberikan penekanan bahwa keduanya adalah hal yang berbeda (Cull, 2009). Sumber daya *soft power* yang dimiliki oleh negara dapat dikerahkan dengan menggunakan aktivitas-aktivitas diplomasi publik seperti program pertukaran, program kebudayaan, dan aktivitas-aktivitas yang dijelaskan pada sub bab diplomasi publik. Melalui aktivitas tersebut, negara berkesempatan untuk mempengaruhi hati dan pikiran publik, sehingga memiliki peluang untuk memenangkan hati dan pikiran tersebut.

Selain itu, terdapat juga penjelasan dari Gilboa yang menyatakan bahwa “Public Diplomacy is presented as an official policy translating *soft power* resources into action” (Gilboa, 2008). Makna yang penulis tarik dari argumen tersebut adalah bahwa diplomasi publik merupakan kebijakan resmi dari aktivitas-aktivitas yang mengemas sumber daya *soft power* menjadi sebuah aksi (nyata). Pencapaian dan promosi *soft power* diakomodasi melalui kebijakan resmi, dimana diplomasi publik dipandang sebagai sebuah kebijakan resmi negara yang memberikan arahan untuk menggerakkan sumber-sumber daya *soft power* menjadi kegiatan-kegiatan yang dapat menghasilkan *soft power* tersebut. Sementara itu, makna yang sama, tapi dikemas melalui redaksional yang berbeda dikemukakan oleh Hall yang menyatakan bahwa “public diplomacy therefore aims to build and leverage the soft power of societies for the benefit of the state” (Hall, 2012). Pemaknaan yang penulis dapatkan melalui penjelasan ini adalah melalui diplomasi publik, *soft power* yang terdapat pada masyarakat dapat dimanfaatkan untuk kepentingan negara. Sudut pandang yang digunakan oleh Hall dalam membentuk argumennya sepertinya adalah pelaksanaan diplomasi publik yang berfokus pada masyarakat domestik yang dimanfaatkan menarik masyarakat asing. Tidak dapat dipungkiri bahwa sumber daya *soft power* seperti budaya merupakan sumber yang hidup didalam masyarakat, sehingga melalui argumen diatas, Hall mencoba mengatakan bahwa diplomasi publik bertujuan untuk membangun dan menyebar luaskan nilai-nilai budaya tersebut kepada khalayak luas, untuk kepentingan negara. Akan tetapi, jika kita merujuk pada argumen dari ahli yang sebelumnya, maka pendapat Hall ini berfokus sumber daya *soft power* yang ada pada masyarakat saja domestic, sementara ahli lain tidak memberikan Batasan seperti yang dilakukan oleh Hall.

Penjelasan yang diberikan oleh Byrne dalam artikelnya yang membahas mengenai program diplomasi publik yang dilakukan oleh Australia juga layak untuk dipertimbangkan. Byrne berpendapat bahwa diplomasi publik dapat mempertemukan dua pihak, yaitu pihak yang mengirimkan pesan dengan pihak penerima pesan, sehingga dengan demikian dapat memungkinkan untuk terciptanya keselarasan. Adapun keselarasan yang ia maksudkan adalah kesesuaian antara proyeksi yang diinginkan si pengirim dengan yang dirasakan oleh penerima (Byrne, 2016). Selanjutnya Scott-Smith yang menulis mengenai program pertukaran (exchange program) menjelaskan bahwa program ini merupakan diplomasi publik yang paling dua arah. Dia menyatakan bahwa pertukaran mungkin merupakan suatu bentuk *soft power* (Scott-Smith, 2009). *Soft power* suatu negara dapat ditingkatkan melalui pertukaran budaya dan diplomasi budaya yang memang telah memiliki komitmen terbuka untuk itu (Snow, 2020). Diplomasi publik ditujukan kepada publik asing dan dengan demikian meningkatkan *soft power* suatu negara (Kim, 2017). Diplomasi budaya, atau ekspor dan pemanfaatan seni budaya secara strategis, merupakan salah satu alat *soft power* (Smith et al., 2021).

Dari penjelasan yang disampaikan diatas, berikut kesimpulan pendapat ahli dalam bentuk tabel :

Tabel 1.
Hubungan diplomasi publik dengan *soft power*

No	Ahli	Hubungan diplomasi publik dengan <i>soft power</i>
1	Jan Melissen	Diplomasi publik merupakan instrumen kunci <i>soft power</i>
2	Joseph Nye, 2008, 2010, 2011, 2019	Alat untuk mempromosikan atau menghasilkan <i>soft power</i>

3	Ingrid d'Hooghe	Konsep <i>soft power</i> dapat dijadikan justifikasi dan evaluasi strategi diplomasi publik
4	Nicholas J. Cull	Diplomasi publik adalah mekanisme untuk mengerahkan <i>soft power</i>
5	Ethan Gilboa	Diplomasi publik merupakan kebijakan resmi yang menerjemahkan sumber daya <i>soft power</i> menjadi aksi nyata
6	Ian Hall	Diplomasi publik bertujuan untuk membangun dan mengembangkan <i>soft power</i> masyarakat untuk kepentingan negara.
7	Caitlin Byrne	Diplomasi publik dapat mempertemukan pihak pengirim dan penerima, yang memungkinkan keselarasan.
8	Giles Scott-Smith	Pertukaran (yang merupakan salah satu aktivitas diplomasi publik) mungkin merupakan suatu bentuk <i>soft power</i>
9	Nancy Snow	<i>Soft power</i> dapat ditingkatkan melalui pertukaran budaya dan diplomasi budaya
10	Hwajung Kim	Diplomasi publik ditujukan kepada publik asing dan dengan demikian meningkatkan <i>soft power</i> suatu negara
11	S.E.K.Smith, dkk	Diplomasi budaya, atau ekspor dan pemanfaatan seni budaya secara strategis, merupakan salah satu alat <i>soft power</i>

Melalui berbagai penjelasan ahli tersebut, penulis memaknai bahwa *soft power* dan diplomasi publik memanglah dua konsep yang berbeda tetapi dapat berkaitan. Diplomasi publik yang telah dijelaskan pada bagian awal bab ini merupakan aktivitas-aktivitas dua arah yang atraktif, yang dilaksanakan oleh pemerintah secara langsung, atau pemerintah bekerjasama dengan publik domestiknya, atau aktor non-negara yang memenuhi persyaratan sebagai aktor diplomasi publik untuk menjangkau publik domestik ataupun asing dengan tujuan untuk mencapai kepentingan negara. Sementara itu, melalui aktivitas-aktivitas diplomasi publik ini, terbuka kesempatan bagi negara untuk mempromosikan, menghasilkan dan mencapai *soft power* jika aktivitas-aktivitas tersebut dikemas dengan menarik, menyuarakan sumber daya *soft power*, tanpa paksaan dan dilakukan dengan tepat guna. Tepat guna yang dimaksudkan disini adalah kemampuan untuk membaca target; apa yang disukai dan yang menarik baginya, sehingga dengan demikian dapat ditentukan sumber daya *soft power* yang mana, yang akan dikemas melalui aktivitas seperti apa, untuk pencapaian *soft power* ini. *Soft power* dapat dihasilkan melalui berbagai aktivitas, dimana aktivitas yang dilakukan dalam diplomasi publik adalah salah satunya. Namun demikian, *soft power* juga dapat dipromosikan melalui cara lainnya seperti hubungan orang ke orang, atau persahabatan lintas negara, yang sama sekali bebas dari tujuan untuk mencapai kepentingan negara dan tidak termasuk ke dalam aktivitas diplomasi publik.

KESIMPULAN

Diplomasi publik dan soft power merupakan dua konsep yang sering dibicarakan bersama-sama. Pada saat membahas mengenai diplomasi publik, banyak penulis juga menyinggung mengenai soft power. Tetapi terdapat variasi pemahaman mengenai hubungan diantara kedua konsep tersebut yang disajikan oleh artikel-artikel Indonesia. Tertarik dengan kondisi tersebut, artikel ini berupaya untuk memaparkan kedua konsep, termasuk hubungan diantara keduanya yang dijelaskan oleh para ahli. Pada dasarnya diplomasi publik dan soft power merupakan dua konsep besar yang berbeda. Diplomasi publik adalah aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan oleh aktor diplomasi publik yang bersifat dua arah dan atraktif, dengan tujuan untuk menjangkau publik. Sementara itu, soft power merupakan power yang ingin dipromosikan, dikembangkan atau dihasilkan, dan aktivitas-aktivitas diplomasi publik dapat menjadi pilihan yang tepat untuk itu. Apakah sebuah aktivitas diplomasi publik dapat mengemban misinya atau tidak, sangat bergantung kepada berbagai riset awal pada saat pengembangan strategi diplomasi publik. Bagaimanapun, seperti yang selalu dijelaskan Nye dalam artikelnya mengenai diplomasi publik dan soft power, sebuah iklan yang buruk tidak akan mampu menjual produk yang baik. Jika konten mengenai budaya, nilai-nilai dan kebijakan sebuah negara tidak menarik, maka diplomasi publik yang menyiarkannya tidak dapat menghasilkan soft power (Nye, 2008).

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, T.R., 2018. Diplomasi Publik Korea Selatan sebagai Kekuatan Menengah di Bawah Kepresidenan Moon Jae In. *Sentris* 2.
- Ayhan, K.J., 2019. The boundaries of public diplomacy and nonstate actors: A taxonomy of perspectives. *International Studies Perspectives*. <https://doi.org/10.1093/isp/eky010>
- Bakalov, I., 2019. Whither soft power? Divisions, milestones, and prospects of a research programme in the making. *Journal of Political Power* 12, 129–151. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2019.1573613>
- Byrne, C., 2016. Australia's New Colombo Plan: Enhancing regional soft power through student mobility. *International Journal* 71, 107–128. <https://doi.org/10.1177/0020702015617786>
- Chintami, D., Savira, C.M., Ananda, R., Renata, K.Y., Kinasih, A.R., Pangestu, D.K., 2021. Asian Games 2018 sebagai Implementasi Diplomasi Publik Indonesia. *Sentris Edisi Khusus*.
- Cull, N., 2019. The Tightrope to Tomorrow: Reputational Security, Collective Vision and the Future of Public Diplomacy, in: Melissen, J., Wang, J. (Eds.), *Debating Public Diplomacy Now and Next*. Brill, Leiden.
- Cull, N., 2009. *Public diplomacy : lessons from the past*. Los Angeles.
- d'Hooghe, I., 2015. *China's Public Diplomacy*. Brill, Boston.
- Efendi, T.D., 2022. Strategi Pelibatan Diaspora Indonesia Dalam Diplomasi Publik. *Jurnal Studi Diplomasi dan Keamanan* 14.
- Gilboa, E., 2008. Searching for a theory of public diplomacy. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, 55–77. <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>
- Hall, I., 2012. India's new public diplomacy: Soft power and the limits of government action. *Asian Surv* 52, 1089–1110. <https://doi.org/10.1525/as.2012.52.6.1089>

- Hayden, C., 2017. Scope, mechanism, and outcome: Arguing soft power in the context of public diplomacy. *J Int Relat Dev (Ljubl)* 20, 331–357. <https://doi.org/10.1057/jird.2015.8>
- Huijgh, E., 2016. Public Diplomacy, in: Constantinou, C.M., Kerr, P., Sharp, P. (Eds.), *The SAGE Handbook of Diplomacy*. Sage, London.
- Hutagalung, N.K., Rachman, J.B., Akim, A., 2019. Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia Melalui King Sejong Institute Center Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* 15, 131–145. <https://doi.org/10.26593/jihi.v15i2.3415.131-145>
- Kim, H., 2017. Bridging the Theoretical Gap between Public Diplomacy and Cultural Diplomacy. *The Korean Journal of International Studies* 15, 293–326. <https://doi.org/10.14731/kjis.2017.08.15.2.293>
- Melissen, J., 2005. The new public diplomacy : Between theory and practice, in: Melissen, J. (Ed.), *The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan, New York.
- Nye, J., 2019. Soft Power and Public Diplomacy Revisited, in: Melissen, J., Wang, J. (Eds.), *Debating Public Diplomacy Now and Next*. Brill, Leiden.
- Nye, J., 2011. *The Future of Power*. Public Affairs, New York.
- Nye, J., 2010. *The New Public Diplomacy*. Project Syndicate.
- Nye, J., 2004. *Soft Power the Means to Success in World Politics*. Public Affairs, New York.
- Nye, J.S., 2021. Soft power: the evolution of a concept. *Journal of Political Power* 14, 196–208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
- Nye, J.S., 2019. Soft power and public diplomacy revisited. *The Hague Journal of Diplomacy* 14, 7–20. <https://doi.org/10.1163/1871191X-14101013>
- Nye, J.S., 2008. Public diplomacy and soft power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, 94–109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Nye, J.S., 1990. Soft Power. *Washingtonpost.Newsweek Interactive, LLC and JSTOR* 153–171.
- Purnama, C., Konety, N., Subarkah, A.R., 2021. Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal. (Online) *Sospol : Jurnal Sosial Politik* 7, 29–46. <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i1.13968>
- Putri, M., Trisni, S., 2021. Corporate Diplomacy : Peran SM Entertainment melalui New Culture Technology dalam Diplomasi Publik Korea Selatan. *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, 73. <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.29391>
- Rachmat, A.N., 2016. Diplomasi Publik Indonesia Melalui Kontingen Garuda/ Unifil Tentara Nasional Indonesia Di Lebanon Selatan. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* 12.
- Rachmawati, I., 2016. *Diplomasi Publik : Meretas Jalan Bagi Harmoni Dalam Hubungan Antarnegara*. Calpulis, Yogyakarta.
- Rothman, S.B., 2011. Revising the soft power concept: What are the means and mechanisms of soft power? *Journal of Political Power* 4, 49–64. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2011.556346>
- Saefudin, H., 2008. Diplomasi Publik Organisasi Nonpemerintah dalam Membangun Citra Indonesia : Studi Kegiatan “Kualisi untuk Kebebasan Informasi.” *MediaTor* 9.
- Scott-Smith, G., 2009. Exchange programmes and public diplomacy, in: Snow, N., Taylor, P. (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. Routledge.
- Sharp, P., 2005. *Revolutionary States, Outlaw Regimes and the Techniques of Public Diplomacy*,

- in: Melissen, J. (Ed.), *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan, New York, pp. 106–123.
- Smith, S.E.K., Levitt, P., Selch, R., 2021. *The Imagined Globe: Remapping the World Through Public Diplomacy at the Asia Society*. *Int J Polit Cult Soc* 34, 419–435. <https://doi.org/10.1007/s10767-020-09387-z>
- Snow, N., 2020. *Public Diplomacy*, in: *Oxford Research Encyclopedia of International Studies*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.518>
- Snow, N., 2009. *Rethinking Public Diplomacy*, in: Snow, N., Taylor, P. (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. Routledge, New York.
- Subarkah, A.R., 2018. *Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)*, *Jurnal Sospol*.
- Trisni, S., 2020. *Diplomasi Publik: Bagaimana posisinya bagi Indonesia?* *Frequency of International Relations* 2, 29–55.
- Trisni, S., Isnarti, R., Afriani, A., Ferdian, 2018. *Pencapaian Kepentingan Korea Selatan melalui Diplomasi Publik Korean Wave*. *Global dan Strategis* 12, 131–142.
- Trisni, S., Nasir, P., Halim, A., 2019a. *Diplomasi Sebuah Pengenalan Awal*. CV IRDH, Purwokerto.
- Trisni, S., Nasir, P.E., Isnarti, R., -, F., 2019b. *South Korean Government's Role in Public Diplomacy: A Case Study of the Korean Wave Boom*. *Andalas Journal of International Studies (AJIS)* 8, 31. <https://doi.org/10.25077/ajis.8.1.31-42.2019>
- Van Ham, P., 2005. *Power, Public Diplomacy, and the Pax American*, in: Melissen, J. (Ed.), *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relation*. Palgrave Macmillan.

Copyright holder:

Sofia Trisni (2023)

First publication right:

[Andalas Journal of International Studies](#)

This article is licensed under:

