

**STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA AMERIKA SERIKAT MELALUI
MUSIK.**

STUDI KASUS: *AMERICAN MUSIC ABROAD*

SKRIPSI



Oleh:

LALU YUSUF YAFIE AZRI WINANDY

16323041

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

**STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA AMERIKA SERIKAT MELALUI
MUSIK.**

STUDI KASUS: *AMERICAN MUSIC ABROAD*

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

LALU YUSUF YAFIE AZRI WINANDY

16323041

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA AMERIKA SERIKAT MELALUI
MUSIK.
STUDI KASUS: *AMERICAN MUSIC ABROAD*

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional

Pada Tanggal



Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Ketua Program Studi

Hangga Fathana, S.IP.,B.Int.St., M.A

Dewan Penguji

- 1 Enggar Furi Herdianto S.IP., M.A
- 2 Karina Utami Dewi S.IP., M.A
- 3 Masitoh Nur Rohma, S.Hub.Int., M.A.

Tanda Tangan



PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

Mataram, 19 Mei 2022



Lalu Yusuf Yafie Azri Winandy

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL, GRAFIK, DIAGRAM, GAMBAR, DAN FIGUR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Cakupan penelitian	7
1.5 Tinjauan Pustaka	8
1.6 Kerangka Pemikiran	12
1.7 Argumen Sementara	17
1.8 Metode Penelitian	18
1.8.1 <i>Jenis Penelitian</i>	18
1.8.2 <i>Subjek dan Objek Penelitian</i>	18
1.8.3 <i>Metode Pengumpulan Data</i>	19
1.8.4 <i>Proses Penelitian</i>	19
1.9 Sistematika Pembahasan	19
BAB II	20
2.1. Sejarah diplomasi musik Amerika Serikat dan negara-negara lain di dunia, bentuknya serta penggunaannya	20
2.2. Apa itu <i>American Music Abroad</i>, sejarahnya, serta kegiatan apa saja yang dilakukan	24
2.2. Data tur <i>American Music Abroad</i> pada tahun 2011 sampai 2019	28
Tabel 2.1 Data Negara yang dikunjungi <i>AMA</i> selama tahun 2011-2019	28
BAB III	32
3.1. Media dan <i>Tools</i> Diplomasi Budaya yang di gunakan oleh <i>American Music Abroad</i>	34
3.2 Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Menurut Mark Lenczowski	42
Tabel 3.1 Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Oleh <i>American Music Abroad</i> menurut Indikator Mark Lenczowski	50
BAB IV	53
4.1 Kesimpulan	53

2.2 Rekomendasi	54
Daftar Pustaka	56



DAFTAR TABEL, GRAFIK, DIAGRAM, GAMBAR, DAN FIGUR

Tabel 2.1 Datar Negara yang dikunjungi oleh *AMA* selama tahun 2011-2019

Tabel 3.1 Analisis implementasi strategi diplomasi budaya oleh *AMA* menurut indikator dari Mark Lenczowski



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dalam diplomasi terdapat berbagai jenis diplomasi. Salah satu jenis diplomasi yang baru – baru ini mulai populer adalah diplomasi budaya. Diplomasi budaya dapat diartikan sebagai upaya untuk melakukan pertukaran ide, informasi, seni budaya, dan aspek-aspek lainnya dari budaya itu sendiri di antara negara dan masyarakatnya untuk dapat saling mengerti satu sama lain (Lenczowski, 2009).

Dari penjelasan di atas, diketahui bahwa banyak aspek penunjang dalam diplomasi budaya, salah satunya adalah musik. Seperti halnya diplomasi budaya secara umum, diplomasi musik bukanlah sesuatu hal yang baru. Cetak biru awal diplomasi musik terjadi pada perang dingin. Departemen luar negeri Amerika Serikat pada zaman perang dingin mensponsori musisi jazz untuk berangkat ke Uni Soviet dalam rangka mempromosikan musik jazz serta membangun citra negara Amerika Serikat di Uni Soviet (Davenport, 2009).

Pasca Perang Dunia ke II, Amerika Serikat menilai bahwasanya diplomasi budaya adalah hal yang penting untuk membangun Kembali hubungan dengan negara-negara lain. Salah satu contoh diplomasi budaya yang dilakukan oleh Amerika Serikat pasca Perang Dunia II adalah dibentuknya “*The Seventh Army Symphony Orchestra*”. Orkestra yang dibentuk oleh Komposer Samuel Adler dan berada di bawah pantauan tentara Amerika Serikat, orkestra ini bergerak di daerah Eropa, khususnya di Jerman (Rolland, 1961, pp. 53-54). Terbentuknya *Seventh Army Symphony Orchestra* adalah bentuk nyata bahwasanya Amerika Serikat sadar

akan pentingnya diplomasi budaya sebagai alternatif dari diplomasi yang umum dilakukan. Terlebih, *Seventh Army Symphony Orchestra* mendapatkan banyak tanggapan positif dari khalayak umum di Eropa (Rolland, 1961, p. 53)

Kejadian yang disebutkan di atas kemudian juga mempengaruhi bagaimana Amerika Serikat berdiplomasi dengan negara lain. Momen inilah yang menjadi salah satu faktor pendorong Amerika Serikat dalam mengedepankan penggunaan *soft power* dan diplomasi budaya dalam skema politik luar negerinya demi membangun kembali *image* dari Amerika Serikat sendiri (Kitsou, 2011). Dengan menggunakan diplomasi budaya, Amerika Serikat dapat memenuhi kepentingan diplomasinya. Melakukan diplomasi secara “tradisional” maupun “non tradisional” akan lebih banyak menjangkau lapisan masyarakat dan dapat berdampak lebih jika Amerika Serikat di kemudian hari menjalankan keduanya. Perubahan arah diplomasi ini juga dapat didasari oleh banyak hal yang di mana beberapa alasannya adalah adanya pergeseran tren dalam pelaksanaan diplomasi.

Seperti yang disebutkan pada paragraf sebelumnya, diplomasi budaya terdiri dari bermacam jenis. Diplomasi menggunakan musik, film, festival makanan adalah sebagian kecil dari implementasi diplomasi budaya. Beberapa dari contoh penggunaan musik dalam diplomasi atau mengampanyekan sesuatu seperti yang sudah disebutkan sebelumnya banyak dilakukan oleh Amerika Serikat. Seperti yang kita ketahui, Amerika Serikat adalah negara dengan jumlah masyarakat terbanyak ketiga setelah Cina dan India dan dengan latar belakang masyarakat yang berbeda – beda dari suku, ras, dan agama akan mengakibatkan timbulnya budaya – budaya yang berbeda dalam masyarakatnya. Musik yang juga merupakan hasil dari budaya tentu saja beragam jenisnya seperti, *rock*, *jazz*, *hip-hop*, dan lainnya juga bisa

mencerminkan mengapa Amerika Serikat bisa disebut sebagai pelopor dalam diplomasi musik.

Beberapa contoh lainnya dari penggunaan diplomasi musik oleh negara-negara selain Amerika Serikat yang terkenal beberapa waktu belakangan ini adalah K-pop. Korea Selatan sebagai negara asal dari aliran musik K-pop adalah merupakan negara yang bisa dibilang sangat *aware* dengan penggunaan musik sebagai diplomasi budaya terlihat dari bagaimana pemerintahan Korea Selatan sangat aktif dalam memasukkan para musisi yang terlibat dalam skena K-pop untuk turut bergabung dalam acara-acara resmi yang diselenggarakan oleh pemerintah Korea Selatan, mengajak para musisi tersebut untuk turut menyebarkan pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh Korea Selatan. Dengan begini, penggemar dari musik-musik k-pop yang jumlahnya sangat banyak dan berasal dari berbagai negara akan mendapatkan efek dari diplomasi budaya tersebut.

Tidak hanya Korea Selatan, jika kita berpindah ke benua Eropa di mana *Eurovision* dijalankan maka kita akan mendapati sebuah fenomena diplomasi budaya melalui musik dalam lingkup yang lebih besar lagi. *Eurovision* adalah sebuah acara musik yang melibatkan negara-negara di benua Eropa. *Eurovision* adalah sebuah ajang pertunjukkan bakat dalam bermusik yang dihadiri oleh musisi-musisi yang berada di Eropa yang kemudian para musisi tersebut mengirimkan musik orisinal buatan mereka ke stasiun televisi untuk kemudian di lomba kan. *Eurovision* dapat dibilang sebagai upaya diplomasi budaya melalui musik yang berjalannya sudah sangat lama yaitu dimulai dari tahun 1956. Tujuan dari *Eurovision* sendiri adalah untuk mempromosikan persatuan dan kerja sama bagi negara-negara di Eropa yang terpecah semenjak pasca Perang Dunia II. Dengan

menggunakan musik sebagai senjata utamanya, *Eurovision* berharap dapat menyatukan kembali negara yang terpecah.

Selain diplomasi musik yang dilakukan oleh negara, juga ada usaha untuk melakukan diplomasi musik yang dilakukan oleh aktor non negara. Contoh dari hal tersebut adalah *Live Aid*. *Live Aid* adalah suatu usaha *humanitarian aid* untuk membantu memerangi kemiskinan di Ethiopia. *Live Aid* adalah sebuah festival musik yang dihadiri oleh penonton dari berbagai belahan dunia dengan estimasi jumlah penonton sebanyak 1,9 miliar penonton. Selama acara *Live Aid* ini berlangsung, para penonton di harapkan dapat melakukan donasi yang kemudian hasil dari donasi tersebut akan disumbangkan ke Ethiopia, *Live Aid* kemudian berhasil mengumpulkan uang dalam jumlah besar. *Live Aid* juga diselenggarakan tidak hanya di satu negara saja melainkan *Live Aid* diselenggarakan di beberapa negara. *Live Aid* diselenggarakan pada tahun 1985 tepatnya pada tanggal 13 Juli.

Mengambil tema yang sejalan dengan paragraf sebelumnya, *live 8* adalah contoh lain dari bagaimana festival musik dapat memiliki *power* politik dan mempengaruhi negara-negara di seluruh dunia untuk mengambil suatu keputusan. *Live 8* merupakan suatu konser amal yang diselenggarakan pada tanggal 2 Juli tahun 2005. Tanggal ini sengaja dipilih karena pada tanggal 6 sampai 8 Juli akan diselenggarakan konferensi G8. Hal ini tentu disengaja oleh penyelenggara *live 8* karena konser ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* terhadap tingkat kemiskinan yang di Afrika. Festival musik yang diselenggarakan di berbagai negara ini juga disiarkan di televisi dan mengajak para masyarakat dunia untuk turut membantu serta mendorong para politisi di negaranya untuk kemudian dapat membantu Afrika. Festival musik yang memiliki tagar “*make poverty history*” ini

juga di inisiasi oleh orang yang juga menghadirkan *Live Aid* yaitu Bob Geldof dan musisi Midge Ure.

Jika pada penjelasan sebelumnya berbicara tentang bagaimana musik spesifiknya festival musik digunakan untuk diplomasi, *humanitarian aid*, dan sebagainya, maka penjelasan ini akan berbicara mengenai sebuah album kompilasi yang berjudul *Chimes of Freedom: The Songs of Bob Dylan*. Album kompilasi ini adalah sebuah penanda untuk memperingatkan 50 tahun Amnesti Internasional. Album kompilasi ini berisi lagu-lagu milik Bob Dylan seorang musisi juga aktivis asal Amerika Serikat yang di *cover* oleh berbagai musisi yang kemudian hasil dari penjualan album ini di donasikan untuk organisasi yang bergerak di bidang hak asasi manusia. Kegiatan ini dilakukan pada tahun 2012.

Di atas adalah beberapa contoh dan bentuk dari musik yang kemudian dijadikan sebuah alat untuk bisa melakukan diplomasi budaya baik yang di dukung oleh pemerintah negara tersebut ataupun yang di inisiasi oleh aktor non negara. Contoh dari diplomasi budaya melalui musik yang di sebutkan di atas adalah bukti bahwasanya musik yang sering disebut sebagai bahasa universal telah lama digunakan oleh negara dan aktor non-negara untuk menyampaikan pesan, meningkatkan kesadaran atas isu yang sedang terjadi, dan untuk membantu sesama manusia, bahkan kebanyakan dari poin-poin yang disebutkan di atas adalah bagaimana aktor non-negara kemudian menggunakan musik sebagai alat diplomasi dan “*call to action*” yang dapat berdampak tidak hanya terhadap sesama aktor non-negara tetapi juga dapat mempengaruhi suatu negara baik dalam pengambilan keputusan ataupun menyebarkan *awareness* terhadap isi tersebut.

Di beberapa paragraf di atas telah dijelaskan upaya-upaya diplomasi budaya melalui musik yang dilakukan oleh negara selain Amerika Serikat dan juga yang dilakukan oleh aktor non-negara. Dan untuk membahas subjek dari penelitian ini yaitu Amerika Serikat dan upayanya untuk melakukan diplomasi budaya melalui musik yaitu *American Music Abroad*. *American Music Abroad* adalah salah satu bentuk dari keterlibatan Amerika Serikat dalam diplomasi musik adalah dibentuknya program *American Music Abroad*. *American Music Abroad* adalah program yang diinisiasi oleh Biro Bidang Pendidikan dan Budaya (*Bureau of Educational and Cultural Affairs*) yang merupakan bagian dari Departemen Luar Negeri Amerika Serikat. *American Music Abroad* bertujuan untuk memberikan wadah bagi musisi dari Amerika Serikat dengan berbagai aliran musik untuk dapat menjangkau audiens global serta melakukan pertukaran budaya dalam prosesnya. Program ini meliputi konser, pertunjukan dengan musisi tradisional lokal, dan juga sesi *workshop*, dan lainnya. Program ini menyambangi berbagai negara dari negara – negara Afrika sampai Asia. Pada kenyataannya, *power* terbesar Amerika Serikat terdapat pada kekuatan militer mereka, dan hal tersebut tidak akan hilang dalam waktu dekat, akan tetapi dengan adanya upaya berdiplomasi melalui jalur alternatif seperti diplomasi budaya akan dapat mengukuhkan posisi Amerika Serikat sebagai negara dengan kekuatan terbesar di dunia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi Amerika Serikat dalam menerapkan *American Music Abroad* sebagai alternatif lain dalam berdiplomasi dengan negara lain?.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana Amerika Serikat melakukan diplomasi budaya melalui *American Music Abroad* dan apakah *American Music Abroad* sebagai salah satu media Amerika Serikat dalam melakukan diplomasi budaya sudah memenuhi indikator sehingga *American Music Abroad* bisa disebut sebagai pelaku diplomasi budaya

1.4 Cakupan penelitian

Adapun pokok bahasan utama dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana Amerika Serikat dengan program *American Music Abroad* nya berupaya untuk melakukan diplomasi budaya dengan negara-negara lain di dunia. *American Music Abroad* adalah sebuah program yang dibentuk oleh *Association of American Voices* dan *United States Department of State's Bureau of Educational and Cultural Affairs* dan bergerak di bidang diplomasi budaya dan menggunakan musik sebagai alat untuk berdiplomasi. Penelitian ini juga akan meneliti langkah-langkah apa saja yang diambil oleh *American Music Abroad* dalam prosesnya untuk melakukan diplomasi kebudayaan Amerika Serikat serta bagaimana dampak yang timbul dari langkah-langkah tersebut. Kemudian, penelitian ini akan menganalisis apakah diplomasi kebudayaan adalah langkah yang tepat untuk dikemudian hari ditekuni oleh Amerika Serikat atau diplomasi budaya ini adalah langkah yang

tidak tepat untuk diambil Amerika Serikat. Mengingat Amerika Serikat adalah negara besar dengan kebudayaan yang beragam serta sumber daya yang melimpah, menjadikan Amerika Serikat sebagai “*melting pot*” bagi berbagai macam kebudayaan dan musik adalah suatu bagian dari budaya itu sendiri. Sehingga musik yang ada di Amerika Serikat beragam alirannya dan tidak terbatas pada satu sumber saja. Hal-hal yang sudah disebutkan di atas menjadikan topik ini menarik untuk diteliti.

Selain itu, melihat bagaimana negara lain merespons usaha dalam memperbaiki *image* nya menggunakan diplomasi kebudayaan. Ini adalah beberapa faktor yang membuat penelitian ini menarik untuk diteliti dan didalami.

Penelitian ini akan meneliti rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh *American Music Abroad* dari tahun 2011 sampai pada tahun 2019 karena pada tahun 2020, tur *AMA* dilakukan secara *virtual* mengingat adanya wabah COVID-19.

1.5 Tinjauan Pustaka

Jika membahas tentang diplomasi budaya maka tidak bisa lepas dari sebuah konsep yang disebut *soft power*. *Soft power* didefinisikan sebagai *power* suatu negara yang berdasar pada budayanya serta bagaimana aktor non-negara memanfaatkannya (Fan, *Soft power: Power of attraction or confusion?*, 2008, hal. 156-157). Sejalan dengan penelitian mengenai diplomasi budaya melalui musik, yang di mana musik adalah hasil dari budaya maka diplomasi budaya melalui musik dapat dilihat sebagai usaha suatu negara dalam membangun dan menunjukkan *soft power* nya.

Dalam Jurnal yang berjudul “*Bridging the Theoretical Gap between Public Diplomacy and Cultural Diplomacy*” disebutkan bahwa pasca kejadian WTC pada 9 September 2001, diplomasi budaya telah menjadi cara untuk meningkatkan *soft power* suatu negara (Kim, 2017). Pada jurnal yang sama, juga disebutkan bahwasanya ada opini publik juga dapat mempengaruhi bagaimana kebijakan-kebijakan luar negeri diciptakan maupun dijalankan sehingga, ada peningkatan peran publik dalam berjalannya hubungan suatu negara dengan negara lain.

Selain jurnal di atas, buku yang berjudul “*Cultural Diplomacy*” juga menyebutkan bahwa kultur atau budaya dapat membantu menyuarakan pesan – pesan politik, dan juga sebagai *safe space* bagi aktor hubungan internasional untuk dapat membangun hubungan di luar dari hubungan kerja sama resmi, dan juga dapat digunakan untuk menegosiasikan hubungan kerja sama antar negara (Bound, Briggs, Holden, & S, 2007). Contoh nyata dari poin-poin diatas juga disebutkan dalam buku ini, beberapa di antaranya adalah kerja sama antara *London’s Royal Academy of Arts* yang bekerja sama dengan *Beijing Palace Museum* dalam pameran yang bertajuk *China: The Three Emperors, 1662-1795*. Pameran ini terbukti dapat mempertemukan Ratu Inggris dan Presiden Cina pada saat itu yaitu Hu Jintao (*Culture can be used as a forum for unofficial political relationship-building*).

Dalam buku yang ditulis oleh Prof. Tulus Warsito, Diplomasi budaya memiliki tujuh bentuk yang di dalamnya termasuk ekshibisi, propaganda, dan yang bentuk – bentuk lainnya (Warsito & Kartikasari, 2007). Sedangkan *AMA* sendiri, jika melihat dari bentuk diplomasi kebudayaan menurut buku tersebut jatuh ke dalam kategori ekshibisi yang di mana ekshibisi sendiri secara definisi dalam buku tersebut berarti ajang untuk menampilkan karya kesenian maupun nilai sosial dari suatu bangsa ke

bangsa lain (Warsito & Kartikasari, 2007). Selain bentuk, buku ini juga menyebutkan diplomasi budaya memiliki enam tujuan yaitu pengakuan, penyesuaian, bujukan, ancaman, hegemoni, dan subversi. Dalam kategori ini, apa yang dijalankan oleh *AMA* bisa masuk ke dalam pengakuan ataupun penyesuaian. Dalam buku yang sama juga disebutkan adanya hubungan antara situasi dengan bentuk, tujuan, dan sarana untuk berjalannya diplomasi budaya ini, dan *AMA* jatuh ke kategori yaitu situasi damai.

Menurut buku berjudul *Public Diplomacy*, ada beberapa fungsi dari diplomasi publik. Yang pertama adalah diplomasi publik dapat mengenalkan suatu negara terhadap masyarakat negara lain dengan harapan masyarakat tersebut dapat memperbarui pandangan atau mengubah persepsi mereka terhadap negara yang melakukan diplomasi publik tersebut. Poin pertama kemudian dapat meningkatkan kekaguman masyarakat negara yang menjadi target diplomasi publik tersebut yang kemudian akan memberikan pandangan positif terhadap negara yang melakukan diplomasi publik tersebut. Kedua hal tersebut berdampak pada bagaimana kedua negara tersebut dapat menjalin kerja sama baik dari sisi pemerintahan sampai non-pemerintahan seperti terjalinnya pertukaran pelajar, kerja sama dalam bidang sains dan bentuk kerja sama lainnya (Leonard, Stead, & Smewing, 2002, pp. 9-10). Menurut poin-poin yang tertulis di atas dan melihat target *AMA* sendiri untuk mengenalkan budaya Amerika Serikat terutama musik ke berbagai penjuru dunia terutama yang belum mengenal banyak tentang musik-musik yang berasal dari Amerika Serikat.

Menurut *Paper* yang diterbitkan oleh Karl-Erik Norrman, ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh diplomasi budaya secara keseluruhan, tepatnya ada

empat tantangan yang akan dihadapi oleh aktor pelaksana diplomasi budaya. Yang pertama adalah tujuan dari diplomasi budaya itu sendiri yaitu mempromosikan *peace and stability* melalui pertukaran budaya dan sebagainya. Tujuan dari diplomasi budaya ini menjadi tantangan dikarenakan untuk mencapai kestabilan dan perdamaian, berarti merenggut kedua hal itu dari aktor atau negara lain, *Paper* ini juga menyebutkan bahwa kestabilan suatu negara terkadang mengorbankan hak asasi manusia masyarakat negara tersebut. Poin kedua yang disampaikan dalam *Paper* tersebut walaupun setiap negara memiliki budayanya masing-masing, tidak semua negara memperbolehkan adanya campur tangan ataupun keterlibatan negara lain dalam bagaimana kebudayaan negara tersebut berjalan, contoh negara yang diberikan adalah Cina dan Rusia. Poin ketiga menyinggung tentang bagaimana cara advokasi keterlibatan perempuan dalam Gerakan diplomasi budaya yang diarahkan terhadap negara-negara yang tidak mengakui atau mengerdilkan peran perempuan dalam bernegara, contoh yang diberikan oleh *Paper* ini adalah negara dengan kelompok-kelompok ekstremis agama seperti Taliban. Poin keempat yang sekaligus menjadi poin terakhir adalah bagaimana Lembaga yang menjalankan diplomasi budaya tersebut dapat membuat aktor yang terlibat di dalamnya tidak merasa diperalat oleh negara, karena tidak dapat dipungkiri bahwa tidak semua aktor yang terlibat di dalam Lembaga tersebut ingin “diperalat” oleh negara maupun Lembaga tempat mereka bernaung atas nama diplomasi budaya (Norrman, 2013, p. 3)

Dalam jurnal *The role of cultural diplomacy in nation branding*, Brian J. Hurn mengatakan salah satu instrumen dalam menjalankan diplomasi budaya adalah *Nation Branding*. *Nation Branding* adalah sebuah upaya suatu negara untuk

mengkomunikasikan identitas suatu negara dengan tujuan untuk membangun reputasi negara tersebut. Sama halnya dengan membangun *image brand* pada sebuah merek tujuannya adalah untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap *brand* tersebut (Hurn, 2016, hal. 1). Mengambil contoh negara Prancis dengan merek-merek pakaian yang mewah dan *glamour* maka *nation branding* tidak hanya dapat dilakukan melalui diplomasi ataupun diplomasi budaya saja tetapi barang-barang yang di ekspor oleh suatu negara juga dapat menjadi hal yang membantu dalam membangun *image* suatu negara di mata negara lain. *Nation branding* juga dapat dilakukan dengan melakukan diplomasi budaya. Seperti yang telah disebutkan, kesenian adalah salah satu dari cara bagi aktor untuk melakukan diplomasi budaya dan musik adalah salah satu bagian dari luasnya dunia kesenian yang bisa diterapkan dalam diplomasi budaya. Menggunakan musik dalam berdiplomasi budaya juga dapat membangun *branding* suatu negara juga dapat melakukan *maintaining brand* negara tersebut terhadap negara lain.

Pada penelitian ini, subjek yang diteliti adalah *AMA* atau *American Music Abroad* sebagai pelaku dan perpanjangan tangan Amerika Serikat dalam melakukan diplomasi budaya, dan menganalisis bagaimana strategi Amerika Serikat dalam menerapkan *American Music Abroad* sebagai alternatif bagi Amerika Serikat dalam berdiplomasi dengan negara lain.

1.6 Kerangka Pemikiran

Cultural Diplomacy/Diplomasi Kebudayaan

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan teori *Cultural Diplomacy* atau diplomasi kebudayaan. Menurut John Lenczowski dalam buku yang berjudul “*Strategic Influence: Public diplomacy, counterpropaganda & political warfare*” menyatakan bahwa diplomasi kebudayaan adalah diplomasi yang mengutamakan adanya pertukaran ide, informasi, seni budaya, dan aspek – aspek lainnya dari budaya itu sendiri di antara negara dan masyarakatnya untuk dapat saling mengerti satu sama lain (Lenczowski, 2009, p. 74). Penjelasan Lenczowski di atas kemudian diwujudkan dalam bentuk-bentuk diplomasi kebudayaan yang bentuknya sering kali tidak formal dan dilakukan oleh aktor yang bukan negara (*non-State actors*) seperti misalnya ajang olahraga berskala internasional, pameran kesenian, pemutaran film yang melibatkan pihak dari berbagai negara, bahkan pertukaran pelajar antar dua negara juga dapat menjadi tempat bagi diplomasi kebudayaan untuk bias dilakukan.

Tulisan Lenczowski juga menyebutkan ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi dampak dari diplomasi budaya. Beberapa dari indikator tersebut adalah (Lenczowski, 2009, hal. 88-93)

- a. *Enhancement of international relations*: dengan mengedepankan komunikasi lintas budaya, diplomasi budaya jika dilakukan dengan benar dapat menumbuhkan “*mutual understanding*” antara kedua belah pihak dan dapat mempengaruhi bidang-bidang hubungan internasional lainnya
- b. *Immunization against, and cure for, the effects of hostile propaganda*: diplomasi budaya dapat membalikkan efek buruk yang ditimbulkan dari

propaganda yang sarat akan pesan-pesan negatif melalui media seperti seni dan olahraga

- c. *Conditioning for subsequent political messages*: diplomasi budaya dapat membuka jalan bagi negara yang melakukannya untuk dapat masuk dan menghilangkan batasan-batasan yang sebelumnya ada karena rasa tidak percaya atau rasa tidak suka terhadap negara pelaku diplomasi budaya
- d. *Psychological disarmament*: diplomasi budaya juga dapat digunakan sebagai jalan untuk mempromosikan ideologi atau menyebarkan pesan-pesan ancaman yang kemudian dibumbui dengan embel-embel seperti ekshibisi seni, konser musik dan sebagainya
- e. *Political power projection*: diplomasi budaya juga dapat digunakan untuk menunjukkan “*power*” suatu negara
- f. *Inspiration for political change*: diplomasi budaya juga dapat dijadikan salah satu cara untuk menginspirasi suatu negara atau suatu kelompok untuk dapat mengubah jalannya politik di negara atau kelompok tersebut
- g. *Counteracting atomization*: *atomization* adalah sebuah usaha untuk memisahkan individu-individu dari individu lainnya dengan harapan dapat memudahkan negara mengontrol masyarakatnya. Strategi ini digunakan oleh Uni Soviet pada masa perang dingin dan Amerika Serikat menangkal strategi ini menggunakan diplomasi budaya
- h. *Contributing to political and ideological warfare*: diplomasi budaya juga dapat mempengaruhi bidang-bidang lain dalam hubungan internasional seperti mempengaruhi opini publik tentang suatu negara

atau entitas tertentu atau juga dapat menekan pesan-pesan dari kelompok ekstremis yang kemudian akan mempengaruhi bagaimana hubungan suatu negara berjalan dengan negara atau entitas lainnya dalam skala internasional

Dalam praktiknya, diplomasi budaya menggunakan beberapa media yang menurut Lenczowski dapat digunakan untuk melakukan diplomasi budaya, beberapa di antaranya yaitu (Lenczowski, 2009, hal. 82-87):

- a. Seni (*The Art*)
- b. Ekshibisi (*Exhibition*)
- c. Pertukaran (*Exchange*)
- d. Program Edukasi (*Educational Program*)
- e. Literatur (*Literature*)
- f. Edukasi bahasa (*Language Teaching*)
- g. *Broadcasting*
- h. Pertukaran hadiah (*Exchanging gifts*)
- i. Mendengarkan dan mendapatkan rasa hormat dengan pihak lain (*Listening and According Respect*)
- j. Mempromosikan ide-ide (*Promotion of Ideas*)
- k. Mempromosikan kebijakan sosial (*Promotion of Social Policy*)
- l. Melalui Sejarah (*History*)
- m. Melalui Agama (*Religion*)

Lalu yang terakhir, menurut tulisannya Lenczowski juga menyebutkan bahwa diplomasi budaya dibentuk sedemikian rupa tidak hanya untuk menumbuhkan *mutual understanding* tetapi juga dapat mempengaruhi bidang-

bidang lainnya dalam hubungan internasional karena diplomasi budaya dapat memperkuat pemahaman budaya dan komunikasi antar budaya, juga dapat mempengaruhi ke tingkat individu di dalam suatu negara dan juga diplomasi budaya dapat melawan berbagai hal bersifat *hostile* atau mengancam yang dapat mengancam kedaulatan suatu negara baik dari luar maupun dari dalam negara itu sendiri (Lenczowski, 2009, hal. 77)

Dari penjelasan di atas bisa kita pahami bahwasanya diplomasi budaya dapat digunakan oleh suatu negara yang ingin membangun *image* tertentu. Tetapi kegunaan dari diplomasi budaya tidak berhenti pada “*branding*” negara saja, diplomasi budaya dapat mencapai kegunaan yang lebih dari itu seperti halnya untuk memerangi propaganda dan pesan-pesan politik yang sarat akan perpecahan, membantu masyarakat dari negara yang dituju untuk mendapatkan banyak hal seperti pendidikan mengenai bahasa dan literatur, juga untuk memberikan wadah bagi aktor non-negara untuk dapat mengeluarkan suaranya terhadap topik-topik tertentu. Akan tetapi, tanpa bantuan dari aktor non-negara, negara akan kesulitan atau bahkan tidak bisa menjalankan diplomasi budaya, maka dari itu bagi diplomasi budaya untuk dapat berhasil tentu membutuhkan kerja sama antar kedua aktor yang terlibat yaitu negara yang bisa menjadi fasilitator dan aktor non-negara yang menjadi eksekutornya, hal ini pun bisa terjadi sebaliknya di mana negara menjadi eksekutor dan non-negara yang menjadi fasilitatornya. Diplomasi kebudayaan juga sering kali berlangsung dalam keadaan atau situasi yang non-formal. Dalam studi kasus yang diangkat dalam penelitian ini yaitu *American Music Abroad*, bagi aktor-aktor yang ingin melakukan diplomasi bisa dilakukan dalam mengikuti konser, sesi

diskusi ataupun panel-panel yang diadakan dalam rangkaian program *American Music Abroad* di suatu negara.

Dalam penelitian ini, *American Music Abroad* bisa dianggap sebagai wadah bagi para aktor untuk melakukan diplomasi dan mencapai tujuan yang diinginkannya. Dalam proses terjadinya *American Music Abroad* juga terdapat pertukaran budaya serta ide-ide dari setiap aktor yang terlibat untuk kemudian diharapkan dapat memenuhi ataupun mendorong kesuksesan bagi kepentingan nasional negaranya.

Penelitian ini akan mengkhususkan pada *American Music Abroad* sebagai upaya diplomasi budaya Amerika Serikat dan akan membahas strategi yang dilakukan Amerika Serikat dan *American Music Abroad* sebagai salah satu bentuk diplomasi yang dijalankan oleh Amerika Serikat.

1.7 Argumen Sementara

Penelitian ini menggunakan tulisan Mark Lenczowski mengenai diplomasi budaya. Mark Lenczowski menuliskan beberapa medium yang dapat digunakan untuk melaksanakan diplomasi budaya serta indikator-indikator yang dapat digunakan untuk menganalisa *American Music Abroad*. Medium atau *tools* nya adalah:

- a. Seni (*The Art*)
- b. Ekshibisi (*Exhibitions*)
- c. Pertukaran (*Exchange*)
- d. Edukasi Bahasa (*language teaching*)
- e. Hadiah (*gifts*)

- f. Mendengarkan dan mendapatkan rasa hormat dengan pihak lain (*Listening and According Respect*)
- g. *Broadcasting*
- h. Mempromosikan Kebijakan Sosial (*Promotion of Social Policy*)

Sedangkan untuk indikatornya adalah:

- a. *Enhancement of international relations*
- b. *Immunization against, and cure for, the effects of hostile propaganda*
- c. *Conditioning for subsequent political messages*
- d. *Political power projection*

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan cara mengumpulkan data-data yang diperlukan guna menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yang nantinya akan dikembangkan dan digunakan untuk mendapatkan kesimpulan.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah Amerika Serikat, sedangkan objeknya adalah *American Music Abroad (AMA)*.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari media tulis seperti artikel, buku, jurnal, maupun berita yang relevan dengan penelitian ini.

1.8.4 Proses Penelitian

Proses pengumpulan data akan dilakukan melalui literatur-literatur seperti buku dan yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.9 Sistematika Pembahasan

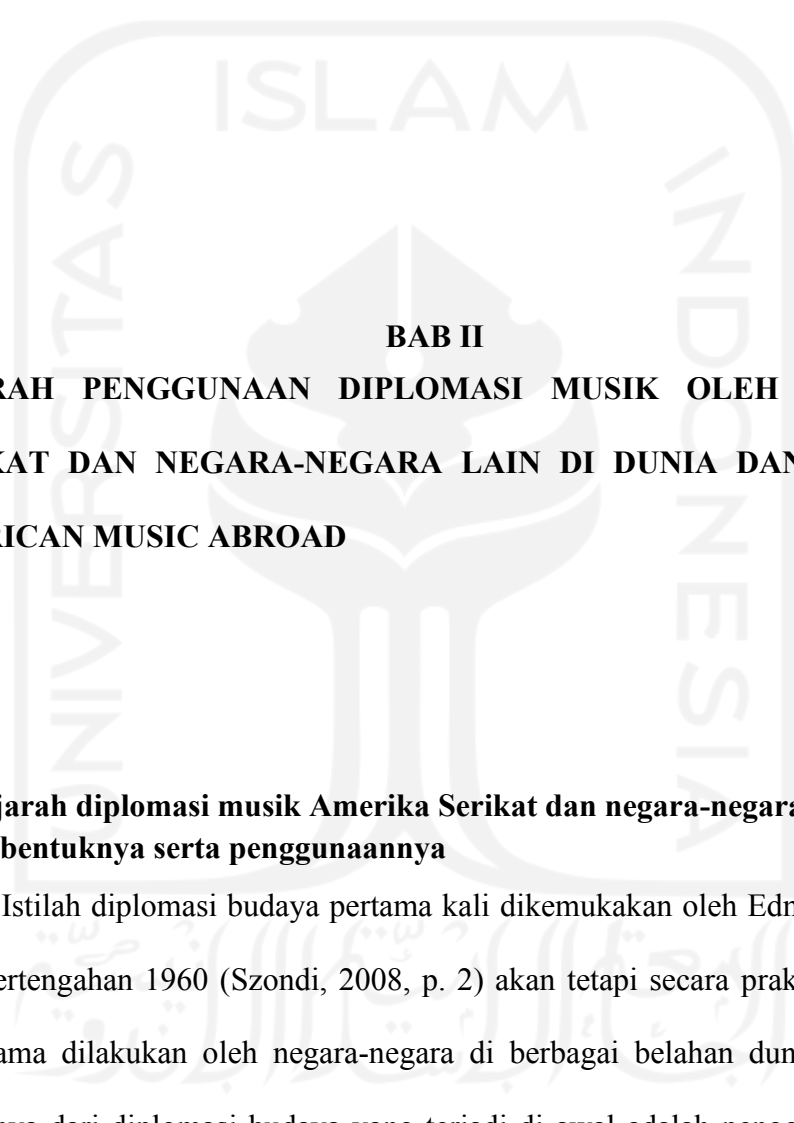
Penelitian ini terdiri dari empat bab yang pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab I adalah bab pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan, Tujuan, Cakupan, Tinjauan Pustaka, Landasan Konsep, dan Sistematika Pembahasan.

Bab II menjelaskan tentang sejarah penggunaan diplomasi budaya oleh Amerika Serikat dan juga beberapa negara lain yang menggunakan media musik.

Bab III adalah pembahasan yang isinya akan membahas langkah apa saja yang diambil oleh Amerika Serikat dalam mengimplementasikan diplomasi budaya mereka melalui *American Music Abroad*.

Bab IV merupakan kesimpulan dari keseluruhan bab sebelumnya.



BAB II

SEJARAH PENGGUNAAN DIPLOMASI MUSIK OLEH AMERIKA SERIKAT DAN NEGARA-NEGARA LAIN DI DUNIA DAN APA ITU AMERICAN MUSIC ABROAD

2.1. Sejarah diplomasi musik Amerika Serikat dan negara-negara lain di dunia, bentuknya serta penggunaannya

Istilah diplomasi budaya pertama kali dikemukakan oleh Edmund Gullion pada pertengahan 1960 (Szondi, 2008, p. 2) akan tetapi secara praktiknya sudah lebih lama dilakukan oleh negara-negara di berbagai belahan dunia. Beberapa contohnya dari diplomasi budaya yang terjadi di awal adalah penggunaan siaran radio dari Nazi Jerman yang disiarkan ke negara-negara Amerika Latin pada tahun 1930 adalah salah satu contoh awal penggunaan diplomasi budaya (Nye, 2008, p. 97) dan juga pasca Perang Dunia ke II Amerika Serikat juga pernah membuat sebuah rangkaian acara musik yang mengkhususkan musik Jazz yang diberi nama

The US Jazz Ambassadors yang berjalan dari tahun 1950an sampai 1960an, jauh sebelum tahun didefinisikannya diplomasi publik oleh Edmund Gullion. Contoh sebelumnya adalah bukti bahwa banyak negara di dunia sudah melakukan diplomasi budaya melalui berbagai media seperti film, musik, seni, dan medium-medium lainnya. Sedangkan untuk Amerika sendiri, salah satu contoh awal dari penggunaan diplomasi budaya, khususnya yang menggunakan medium musik adalah dibentuknya program “*The US Jazz Ambassadors*” yang di mana musisi-musisi Jazz dari Amerika Serikat pergi untuk melakukan tur ke berbagai negara untuk mempromosikan musik Jazz dan Amerika itu sendiri. Program yang berjalan sekitar sepuluh tahun ini dimulai dari tahun 1950 sampai 1960an. Kemudian ada program yang disebut “*Eurovision*” yang mulai dijalankan pada tahun 1956 di benua Eropa yang di mana negara-negara di Eropa mengikuti kontes musik yang bertujuan untuk menyatukan kembali hubungan negara-negara di Eropa yang sempat terpecah karena dampak dari Perang Dunia II. Di masa yang lebih modern dan di belahan dunia lainnya, tren *K-Pop* yang meledak membuat pemerintah Korea Selatan melihat adanya kesempatan untuk menggunakan *K-Pop* sebagai alat dari diplomasi budaya mereka (Jang & Paik, 2012, p. 196).

Juga ada sebuah festival musik lintas negara yang diberi nama *Live 8* yang di mana para musisi dari berbagai negara berkumpul dan bekerja sama dalam pertunjukan yang memiliki *tagline* “*Make Poverty History*”. Festival ini diadakan untuk merespons kemiskinan yang terjadi di Afrika serta meningkatkan kesadaran masyarakat internasional terhadap kemiskinan yang terjadi di Afrika sana.

Amerika Serikat sebagai negara berstatus *super power* tentu saja memiliki beberapa contoh diplomasi budaya melalui musik selain *American Music Abroad*.

Beberapa contoh dari penggunaan musik sebagai diplomasi budaya oleh Amerika Serikat yang pertama adalah *OneBeat*, yang kedua adalah *Next Level*, dan yang ketiga adalah *The US Jazz Ambassadors*.

- a. Yang pertama dan juga merupakan salah satu contoh diplomasi musik tertua yang dijalankan oleh Amerika Serikat adalah *The US Jazz Ambassadors*. Gerakan ini dibentuk sekitar tahun 1950 dengan tujuan untuk mempromosikan Amerika Serikat di masa Perang Dingin. Gerakan ini diisi oleh jajaran musisi *Jazz* terkenal pada masanya seperti Louis Armstrong, Dave Brubeck dan musisi *Jazz* terkenal lainnya. *The US Jazz Ambassadors* melakukan tur ke seluruh dunia dengan beberapa tujuan yang salah satunya adalah untuk melawan konflik yang didasari kultur pada masa Perang Dingin. Para musisi *Jazz* yang terlibat dalam *The US Jazz Ambassadors* ini juga mempromosikan kesetaraan ras karena banyak dari musisi *Jazz* ini berkulit hitam karena Uni Soviet pada saat itu menyebarkan propaganda bahwasanya Amerika Serikat adalah sebuah negara yang banyak terjadi kasus-kasus ketidaksetaraan ras (Dillard, 2012, pp. 39-50). *The US Jazz Ambassadors* bisa dibilang adalah cetak biru bagi Amerika Serikat dalam melakukan diplomasi budaya melalui musik.
- b. *OneBeat* adalah sebuah program yang merupakan hasil dari kolaborasi antara *U.S. State Department's Bureau of Educational and Cultural Affairs* dengan organisasi musik yang berasal dari *New York* yaitu *Found Sound Nation*. *OneBeat* sendiri adalah tempat untuk

menyalurkan bakat bagi para musisi dari berbagai belahan dunia untuk datang ke Amerika Serikat dan di sana para musisi tersebut akan berkolaborasi untuk membuat karya baru yang kemudian akan mereka tampilkan ke khalayak umum. Tidak hanya itu, para musisi yang didatangkan ke Amerika Serikat di kemudian hari akan melakukan tur untuk dapat mempersembahkan karya mereka ke penonton secara langsung dan untuk menjangkau penonton yang lebih luas dan harapannya setelah program ini selesai, para musisi yang mengikuti program ini dapat melanjutkan kolaborasi yang sudah mereka bangun. Program ini diharapkan dapat membangun rasa percaya dan mempromosikan kestabilan dan juga perdamaian (OneBeat, n.d.). *OneBeat* juga turut serta dalam mengembangkan potensi seniman di Afrika yang umumnya terkendala sumber daya untuk mengembangkan potensi SDM nya (Urbain & Opiyo, 2015, p. 6).

- c. *Next Level* adalah sebuah program diplomasi budaya yang merupakan buah tangan dari kolaborasi tiga institut di Amerika Serikat yaitu *U.S. Department of State*, *Universitas North Carolina at Chapel Hill*, dan *Meridian International Center*. *Next Level* adalah sebuah organisasi yang bergerak dalam bidang musik terutama musik yang beraliran *hip-hop*. *Next Level* adalah sebuah organisasi yang merupakan warisan budaya dari *The US Jazz Ambassadors*. *Next Level* juga tidak hanya bergerak dalam bidang musik, kesenian *grafitti* yang juga merupakan bagian dari kultur *hip-hop* turut meramaikan jajaran seniman dan kegiatan yang dilakukan oleh *Next Level*. Selain menyebarluaskan

kultur *hip-hop* dan melakukan diplomasi budaya Amerika Serikat, *Next Level* juga ikut serta membudidayakan individu-individu yang tertarik dengan musik dari negara-negara yang didatangi agar kemudian dapat mandiri dan terus berkembang dalam bermusik (Next Level, n.d.).

Ketiga contoh yang sudah disebutkan di atas menunjukkan bahwa Amerika Serikat sendiri sudah lama menggunakan diplomasi budaya yang berbasis musik. Sedangkan untuk fokus dari penelitian ini yaitu *American Music Abroad* akan dijelaskan sejarah serta kegiatannya pada sub-bab selanjutnya.

2.2. Apa itu *American Music Abroad*, sejarahnya, serta kegiatan apa saja yang dilakukan

Selain tiga contoh diplomasi musik di atas, Amerika Serikat juga memiliki satu lagi badan yang bergerak dalam bidang diplomasi musik yaitu *American Music Abroad* yang juga akan menjadi fokus penelitian ini. *American Music Abroad* adalah sebuah organisasi yang juga bergerak dalam bidang diplomasi musik dan adalah salah satu yang terbesar di Amerika Serikat. Didirikan pada tahun 2011, *American Music Abroad* adalah sebuah organisasi yang merupakan hasil dari kerja sama antara *Association of American Voices* dan *United States Department of State's Bureau of Educational and Cultural Affairs*. *American Music Abroad* menekankan pada interaksi langsung antar musisi yang mengikuti kegiatan *tour* dengan para peserta, kegiatan *American Music Abroad* meliputi *workshop*, konser musik, dan juga kolaborasi antar peserta. *American Music Abroad* sendiri adalah program turunan dari program *Jazz Ambassadors* yang dulu pernah dijalankan oleh *State Department* Amerika Serikat pada masa perang dingin untuk

memperkenalkan budaya Amerika Serikat ke negara-negara di berbagai belahan dunia melalui musik Jazz (Salois, 2014).

Kegiatan yang telah disebutkan di atas diharapkan dapat membuka wawasan baru serta meningkatkan pemahaman antar peserta mengenai budaya, musik, dan juga pemahaman mengenai Amerika Serikat sendiri karena *American Music Abroad* adalah badan yang bergerak di bidang diplomasi budaya. *American Music Abroad* bertujuan untuk mengenalkan musik-musik yang lebih luas lagi kepada audiens yang belum atau tidak mengetahui tentang berbagai aliran musik. Kegiatan *American Music Abroad* biasanya berlangsung selama 4 sampai 6 minggu.

Akan tetapi, hal ini berbeda dengan *NextLevel*, *American Music Abroad* tidak membatasi dirinya hanya dengan satu aliran musik saja, *American Music Abroad* menerima segala aliran musik dari berbagai musisi dengan berbagai latar belakang yang berbeda karena hal ini sejalan dengan tujuan *American Music Abroad* yaitu untuk mempromosikan *cross-culture* kepada khalayak umum dan hal ini sesuai dengan Amerika Serikat sebagai negara yang merupakan “*melting pot*” bagi kebudayaan-kebudayaan dari seluruh dunia.

Walaupun *American Music Abroad* tidak membatasi dirinya hanya kepada satu aliran musik saja, *American Music Abroad* beberapa tahun belakangan ini mengikuti tren naiknya aliran musik *hip-hop* terlihat dari jajaran artis, tentu saja keputusan ini tidak hanya didasari semata karena tren saja, akan tetapi, menurut buku “*The US Department of State’s “Hip Hop Diplomacy in Morocco”*” mengatakan bahwa keputusan untuk memasukkan lebih banyak musisi *hip-hop* ke jajaran artis yang mengikuti program *AMA* adalah karena beberapa hal selain melihat tren *hip-hop* yang beberapa tahun belakangan ini sangat populer, yaitu:

1. Sebagai sebuah alternatif untuk memerangi doktrin kekerasan yang banyak terjadi di kalangan anak muda di Timur Tengah sana. Budaya hip-hop walaupun juga lekat dengan kekerasan dan budaya hidup *glamour* akan tetapi hip-hop sangatlah dekat dengan kehidupan anak muda di belahan dunia mana pun. Dengan adanya musik hip-hop yang membawa pesan positif di lagunya, diharapkan dapat menangkal doktrin-doktrin tidak baik yang disebarkan ke anak muda.
2. Diplomasi musik dengan menggunakan hip-hop juga dinilai lebih dapat menjangkau anak-anak dan remaja sehingga diplomasi yang bersifat “*person to person*” pun dapat dilakukan dengan lebih mudah.

Dengan mempertimbangkan kedua alasan yang telah disebutkan di atas tidak heran jika akhir-akhir ini banyak sekali musisi hip-hop yang di undang oleh para pelaku diplomasi budaya yang menggunakan media musik. Tidak hanya *American Music Abroad* bahkan ada organisasi diplomasi musik di Amerika Serikat yang bergerak khusus pada musik hip-hop. Tren musik hip-hop di kalangan anak muda di berbagai belahan dunia juga adalah alasan lainnya mengapa musisi hip-hop sangat di cari oleh para pelaku diplomasi musik. Adalah *Brookings Institute* yang menyarankan penggunaan hip-hop sebagai mayoritas di jajaran aliran musik yang ditawarkan oleh *American Music Abroad* (Salois, 2014, hal. 234).

Dengan adanya kerja sama dengan *American Voices* yang sudah lebih dulu bergerak dalam bidang diplomasi musik yaitu pada tahun 2005 (Schneider, 2009, hal. 270), *American Music Abroad* diharapkan dapat menjangkau lebih banyak

negara dan memperkenalkan musik yang populer di Amerika dan juga menjadi jalan agar dapat terjadi hubungan antar kedua negara.

Pemerintah Amerika Serikat juga mendukung program ini tidak hanya melalui dukungan dana tetapi juga media-media pemberitaan ataupun instansi yang terkait dengan pemerintahan Amerika Serikat juga memberikan dukungannya. Halaman web kementerian luar negeri Amerika Serikat di Mongolia meliputi kegiatan *American Music Abroad* yang berlangsung di Mongolia pada bulan Mei tahun 2019 kemarin, program ini adalah bagian dari program *U.S. – Mongolia Year of Youth* (Ulaanbaatar, 2019). Halaman web kementerian luar negeri Amerika Serikat di Mesir juga meliputi salah satu grup musik yang tampil yaitu “*Dangerflow*” ketika mereka tampil pada tahun 2018 di Mesir (Egypt, 2018). *American Institute in Taiwan* juga sudah beberapa kali melakukan pemberitaan mengenai *American Music Abroad* ketika mereka melakukan tur di Taiwan pertama kali pada tahun 2016 sampai tur terakhir yang diadakan di Taiwan pada tahun 2017 (Office, t.thn.). Dan juga salah satu musisi *American Music Abroad* yaitu Tony Memmel juga pernah hadir di acara *Dies Natalis* Universitas Kristen Satya Wacana yang di mana acara *talkshow* tersebut merupakan hasil dari kerja sama Program studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi dengan Kedutaan Besar Amerika Serikat di Indonesia.

Semenjak dijalkannya *American Music Abroad* pertama kali pada tahun 2013, *American Music Abroad* telah rutin menjalankan programnya setiap tahun, bahkan saat pandemi COVID-19 yang mulai pada tahun 2020 kemarin, *American Music Abroad* masih menjalankan programnya walaupun dalam bentuk yang berbeda yaitu melalui bentuk *virtual*. Menurut halaman web *American Music*

Abroad, jumlah pendaftar pada tahun pertama saja berjumlah sampai ratusan musisi, yang kemudian melalui proses seleksi yang akhirnya hanya berjumlah puluhan musisi saja yang dapat melanjutkan. Proses seleksi tidak hanya menilai kemampuan para musisi dalam bermain musik, tetapi juga melihat bagaimana para musisi dapat menerjemahkan misi dari *American Music Abroad* sendiri yaitu melakukan diplomasi melalui musik. Oleh karena itu, para musisi dituntut untuk dapat *engage* ke dalam berbagai lapisan masyarakat dan bagaimana para musisi tersebut dapat mengedukasi masyarakat dalam bermusik. Persyaratan untuk dapat menjadi musisi yang ikut dalam tur yang diadakan menunjukkan bahwa *American Music Abroad* tidak hanya untuk bermusik tetapi juga untuk mengedukasi.

2.2. Data tur *American Music Abroad* pada tahun 2011 sampai 2019

Pada kurun waktu tahun 2011 sampai 2019, *American Music Abroad* ruting mengadakan tur nya ke berbagai negara. Berikut ini adalah lokasi atau negara yang pernah didatangi oleh para musisi yang mengikuti program *American Music Abroad* dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2019

Tabel 2.1 Data Negara yang dikunjungi *AMA* selama tahun 2011-2019

2011	Uzbekistan, Palau
2012	Azerbaijan, Kazakhstan, Thailand, Ethiopia
2013	South Africa, Indonesia, New Zealand, Ukraina
2014	Guatemala, Mikronesia, Kazakhstan, Indonesia, Nepal, Ukraina, India, Thailand, Bulgaria
2015	Azerbaijan, Kazakhstan, Guyana, Algeria, Azerbaijan, Thailand, Tunisia, Mikronesia
2016	Azerbaijan, Brazil, Kazakhstan, Madagaskar, Guatemala, Angola, Thailand, Nigeria
2017	Chile, Indonesia, Kamboja, Peru

2018	Lithuania, Indonesia, Kazakhstan, Tunisia, Ukraina, Mozambique, Eritrea
2019	Kazakhstan, Ukraina, Rwanda, Azerbaijan, Madagascar

Selama berada di negara tersebut, para peserta mengikuti berbagai kegiatan baik yang berhubungan secara langsung dengan musik ataupun yang tidak berhubungan dengan musik, berikut adalah beberapa foto dokumentasi kegiatan yang diikuti oleh para musisi tersebut



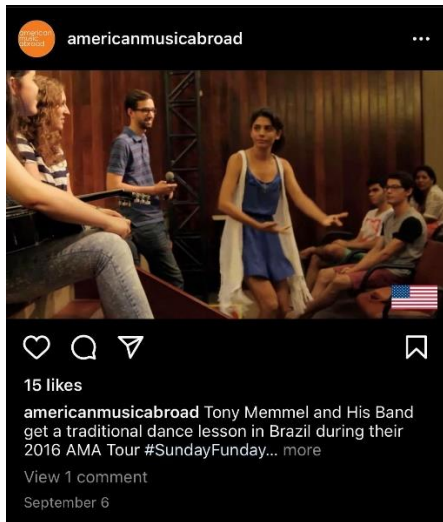
(American Music Abroad)



(American Music Abroad)



(American Music Abroad)



(American Music Abroad)



(American Music Abroad)

Foto-foto di atas menunjukkan beberapa kegiatan yang dilakukan baik oleh musisi yang mengikuti program tur dari *American Music Abroad*. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan beragam bentuknya seperti *workshop*, wawancara di radio, juga diskusi yang dilakukan dengan peserta yang menghadiri rangkaian tur tersebut. Dengan bentuk kegiatannya yang beragam, rangkaian tur yang dilakukan oleh *American*

Music Abroad diharapkan dapat juga menembus beragam lapisan masyarakat yang ditemui oleh musisi *American Music Abroad* dalam rangkaian tur tersebut.

BAB III

Media yang digunakan dan Implementasi Diplomasi Budaya oleh *American Music Abroad* Menurut Buku John Lenczowski

Sesuai dengan buku yang ditulis oleh Lenczowski, diplomasi budaya dapat dilakukan melalui beberapa *tools* atau media yang jumlahnya kurang lebih tiga belas jenis dan suatu usaha untuk melakukan diplomasi budaya bisa melewati satu jenis atau lebih dari tiga belas media diplomasi budaya yang di tulis oleh Lenczowski. *American Music Abroad* sendiri adalah diplomasi budaya yang melakukan usaha diplomasinya melalui musik, sehingga jika melihat dari *tools* atau media diplomasi budaya yang di tulis oleh Lenczowski, *American Music Abroad* melakukan diplomasinya melalui media seni, juga melakukan ekshibisi atau pameran atau konser, selama programnya berjalan terjadi pertukaran antar kedua musisi dari kedua negara (Amerika dan negara yang dituju) dan dalam pertukaran tersebut juga terjadi program edukasi.

Selain itu juga ada indikator yang digunakan oleh Lenczowski untuk mengukur efektivitas dari diplomasi budaya tersebut. Seperti yang dijelas di bab sebelumnya, indikator tersebut jumlahnya ada delapan, dan dengan delapan indikator tersebut kita dapat melihat apakah *American Music Abroad* dapat

membantu Amerika Serikat untuk mencapai targetnya dalam melakukan diplomasi budaya.

Selain indikator untuk mengukur kesuksesan tersebut, Lenczowski juga menuliskan *tools* atau media apa saja yang dapat digunakan oleh pelaku diplomasi budaya. Total ada tiga belas media beberapa di antaranya yaitu kesenian, literatur, edukasi bahasa, ekshibisi, pertukaran, *broadcasting*, pertukaran hadiah, Mendengarkan dan mendapatkan rasa hormat dengan pihak lain, mempromosikan ide-ide baru, mempromosikan kebijakan sosial, sejarah, dan yang terakhir adalah diplomasi berbasis agama. Dengan adanya indikator dan penggunaan media yang ditulis oleh Lenczowski, maka akan semakin mudah untuk dapat meneliti *American Music Abroad* sebagai sebuah usaha atau entitas dalam diplomasi budaya karena dari ke tiga belas media yang di tulis oleh Lenczowski, *American Music Abroad* tidak memakai semuanya. Media diplomasi budaya yang tidak digunakan oleh *American Music Abroad* adalah media agama (*religious diplomacy*), media sejarah (*history*), program edukasi (*educational programs*), literatur (*literature*), dan mempromosikan ide-ide baru (*promotion of ideas*).

Maka untuk menganalisis *American Music Abroad* atau *AMA* menggunakan tulisan Lenczowski akan dibagi menjadi dua yaitu media diplomasi budaya yang digunakan serta yang kedua adalah indikator analisis dari diplomasi budaya.

3.1. Media dan *Tools* Diplomasi Budaya yang di gunakan oleh *American Music Abroad*

Di sub-bab ini, penelitiannya akan menggunakan *tools* dan media yang telah dituliskan oleh Lenczowski. Media yang digunakan oleh *American Music Abroad* beberapa di antaranya adalah:

- a. Seni (*The Art*): menurut Lenczowski, penggunaan kesenian dalam diplomasi budaya dapat meliputi pertunjukkan teater, film, tari balet, dan musik (Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, 2007, hal. 12). Media Musik adalah kekuatan utama dari *American Music Abroad* karena *American Music Abroad* sendiri menggunakan musik sebagai *tools* utama mereka.



(American Music Abroad, 2021) Foto di atas menunjukkan pertunjukkan musik yang sedang dilakukan oleh musisi yang mengikuti program tur *American Music Abroad* dan disaksikan oleh masyarakat lokal.

- b. Ekshibisi (*Exhibitions*): Ekshibisi meliputi dan melibatkan berbagai aspek dari kesenian dan budaya. Ekshibisi bisa berbentuk acara dengan skala besar, juga bisa dalam skala yang kecil seperti menempelkan poster pada tempat-tempat yang sekiranya penting (kedutaan, gedung-gedung pemerintahan, dan sebagainya) (Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, 2007, hal. 13) *American Music Abroad*, dalam rangkaian turnya juga melakukan ekshibisi atau pameran yang meliputi berbagai acara seperti pertunjukkan musik, *talkshow*, dan lainnya.



Foto di atas menunjukkan penampilan tari tradisional di Ethiopia yang dilaksanakan selama tur *AMA* (American Music Abroad).

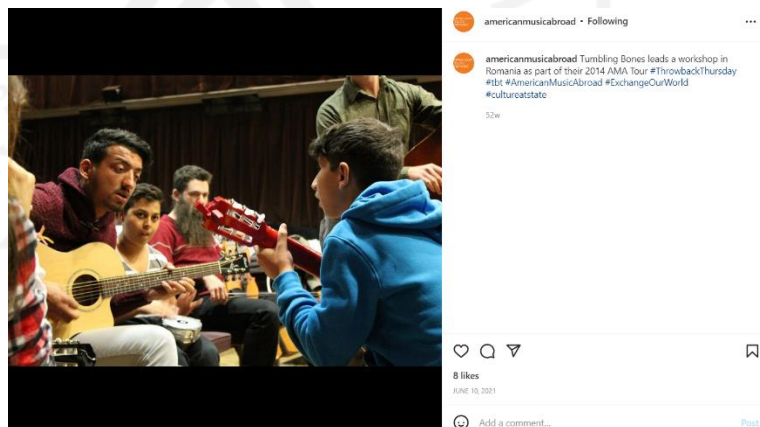
- c. Pertukaran (*Exchange*): dalam buku Lenczowski, *exchange* tidak terbatas pada pertukaran yang bersifat akademik saja. Melainkan, pertukaran meliputi banyak hal dan tidak terbatas pada pendidikan, kesenian, dan sains. Topik yang lebih luas seperti olahraga dan keagamaan juga dapat menjadi topik dalam pertukaran. Topik yang diangkat *American Music Abroad* tentu saja adalah kesenian dan budaya. Dan selain kesenian, *AMA* tentu saja menggunakan *exchange* sebagai kekuatan utamanya. Dengan adanya pertukaran ini tentu saja akan terjadi dialog langsung dengan masyarakat di tingkat *grassroot* yang menjadi target utama dari diplomasi budaya.



(American Music Abroad) Contoh *exchange* yang terjadi dimana “*The Adam Larson Quartet*” yang merupakan grup

musik yang mengikuti tur *American Music Abroad* berkolaborasi dengan musisi lokal di Senegal, adanya kolaborasi ini menandakan adanya pertukaran dalam bidang kesenian dan kebudayaan.

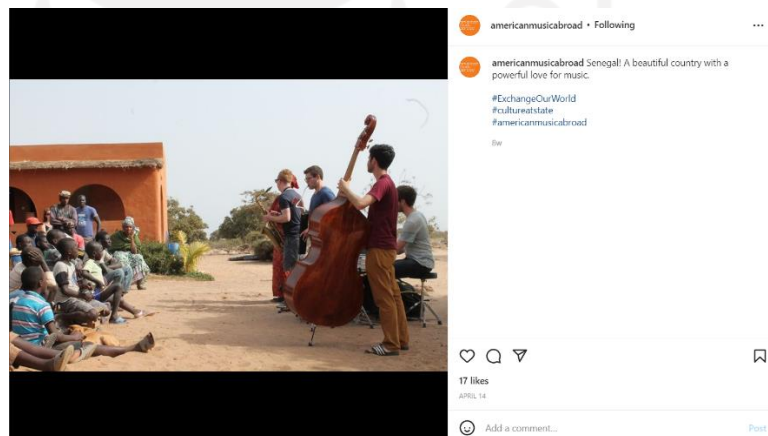
- d. Edukasi Bahasa (*language teaching*): “*Teaching foreigners English is the key to giving them access to American Literature, film, broadcasts, and other media and the information, ideas, and other messages they carry*” (Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, 2007, hal. 14). Dengan terpaparnya masyarakat terhadap musik yang berasal dari Amerika dan para musisi yang terlibat langsung dengan masyarakat local maka akan ada ketertarikan terhadap musik, bahasa, budaya, dan pada akhirnya akan ada ketertarikan terhadap Amerika Serikat itu sendiri dan ini adalah hal yang ingin dicapai oleh para pelaku diplomasi budaya.



(American Music Abroad) Foto ini menunjukkan interaksi

yang terjadi pada saat *workshop* yang di lakukan oleh *AMA* bisa dijadikan sarana untuk melakukan *language teaching*.

- e. Hadiah (*gifts*): menurut Lenczowski, memberikan hadiah terhadap orang lain dapat memberikan efek terhadap psikologi dan politik dalam jangka waktu yang lama. “Hadiah” yang diberikan oleh *American Music Abroad* berbentuk musik. Dengan adanya pertukaran hadiah ini, *American Music Abroad* berharap dapat memberikan kesan yang baik terhadap Negara dan warga dari negara yang disambanginya.



(American Music Abroad). Foto ini adalah momen dimana musisi yang mengikuti tur *AMA* memberikan penampilan terhadap masyarakat lokal di Senegal

- f. Mendengarkan dan mendapatkan rasa hormat dengan pihak lain (*Listening and According Respect*): adalah *tools* yang mendasar dari segala jenis diplomasi akan tetapi sering yang juga sering kali di nomor duakan. Dengan adanya dialog antar aktor diplomasi maka rasa *trust* juga akan tumbuh.

Dengan bertumbuhnya rasa percaya antar satu sama maka akan mempengaruhi pengambilan keputusan di bidang diplomasi lainnya. Dialog dan rasa percaya terhadap aktor lain yang terjadi pada tingkat *grassroot* akan dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat merespons terhadap *decision making* yang dilakukan pada tingkat Negara dan internasional dengan adanya dukungan dari masyarakat yang telah terdampak oleh diplomasi budaya tersebut.



(American Music Abroad)

Foto ini adalah contoh dari dialog yang terjadi selama tur *AMA* dimana dialog ini terjadi di stasiun televisi lokal.

- g. *Broadcasting*: khusus untuk *American Music Abroad* tur tahun 2021-2022, karena adanya pandemi COVID 19, *American Music Abroad* menyelenggarakan tur mereka secara *virtual*, dan di siarkan dengan menggunakan internet. Di bawah ini adalah poster perekrutan musisi untuk *American Music Abroad* tahun 2021-2022 yang

dilaksanakan secara virtual.

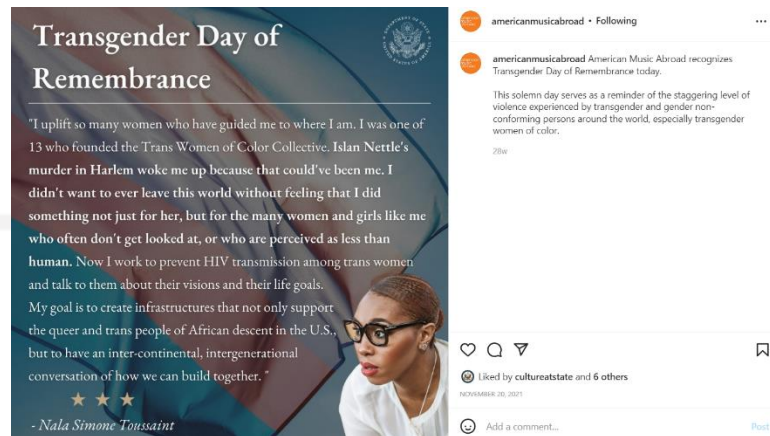


(American Music

Abroad). Foto ini adalah informasi pendaftaran bagi musisi yang ingin mengikuti tur *AMA* secara virtual pada tahun 2020

- h. Mempromosikan Kebijakan Sosial (*Promotion of Social Policy*): dalam tur nya, *American Music Abroad* juga secara tidak langsung membawa nilai-nilai sosial yang mereka pegang. Karena *AMA* adalah produk dari Amerika Serikat dan yang mengikuti tur tersebut adalah masyarakat dari negara Amerika Serikat maka nilai-nilai sosial yang di bawa oleh musisi-musisi tersebut merupakan nilai-nilai yang erat dengan masyarakat di Amerika Serikat. Tentu saja karena *AMA* adalah perwujudan dari diplomasi budaya Amerika Serikat maka *AMA* juga membawa nilai-nilai dari pemerintahan Amerika Serikat. Menurut tulisan Mark Lenczowski, hal ini sering bertentangan dengan nilai-nilai yang di pegang oleh negara ataupun masyarakat di negara

yang di tuju, jadi poin ini bisa menjadi poin positif ataupun negatif bagi *American Music Abroad*.



(American Music Abroad). Foto ini menunjukkan sikap *AMA* terhadap kaum Transgender dan secara tidak langsung menunjukkan kebijakan sosial yang dipegang oleh *AMA* sebagai diplomasi budaya yang berasal dari Amerika Serikat

Jika dilihat dari hasil analisa di atas yaitu *American Music Abroad* tidak menggunakan semua media diplomasi budaya yang dituliskan oleh Mark Lenczowski melainkan *American Music Abroad* hanya menggunakan beberapa saja di antaranya. Beberapa dari media yang tidak digunakan oleh *American Music Abroad* di antaranya adalah program edukasi, literatur, promosi ide-ide, diplomasi sejarah, dan agama. Untuk *broadcasting* pada awalnya tidak digunakan oleh *American Music Abroad*, akan tetapi semenjak adanya pandemi dan mobilitas dibatasi maka beberapa tahun belakang ini *American Music Abroad* menjalankan turnya secara *virtual*.

3.2 Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Menurut Mark Lenczowski

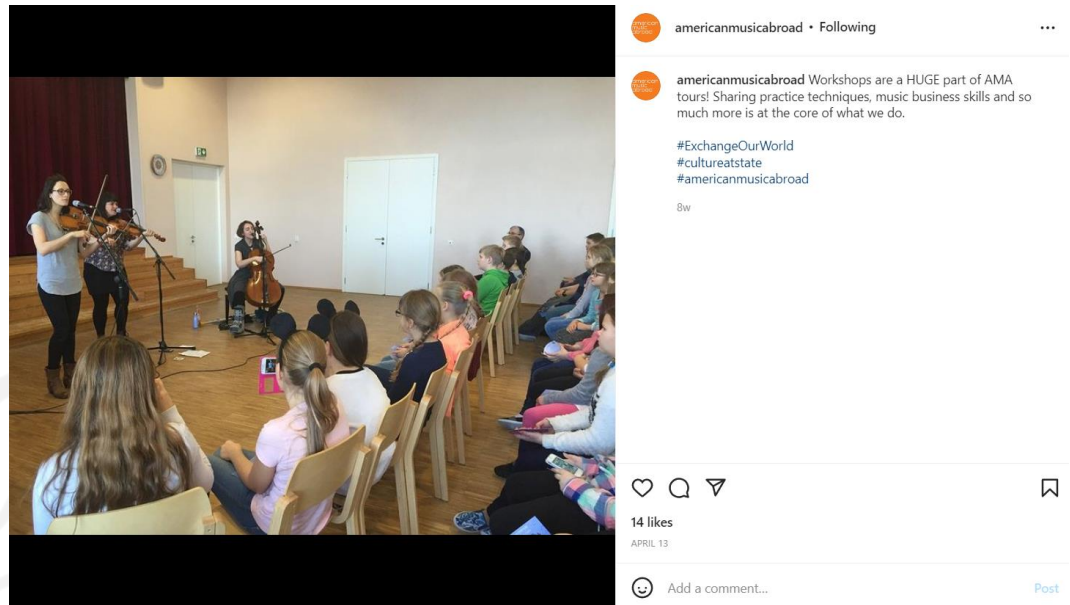
Selain menulis tentang media yang digunakan untuk melaksanakan diplomasi budaya, Mark Lenczowski juga menulis tentang implementasi dari adanya diplomasi budaya. Menurut Lenczowski, dengan menerapkan diplomasi budaya ini maka, akan memberikan pengaruh pada dua sisi yaitu efek secara psikologi dan efek yang berimbas terhadap perpolitikan. Meski begitu, belum tentu diplomasi budaya dapat langsung memberikan dampak yang besar karena seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, diplomasi budaya kebanyakan menysasar masyarakat umum yang berada di luar lingkup pemerintahan.

Pada sub-bab ini, akan dijelaskan bagaimana *American Music Abroad* mengimplementasikan diplomasi budaya dengan cara mereka dan apakah *American Music Abroad* menysasar keseluruhan poin-poin yang dijelaskan Lenczowski atau hanya sebagian.

A. *Enhancement of international relations*: yang merupakan inti dari segala diplomasi budaya, dengan menggunakan jalur komunikasi non-formal dan *mutual understanding*, diplomasi budaya dapat mengembangkan hubungan internasional melalui jalur-jalur yang sebelumnya tidak dapat dijangkau oleh diplomasi formal seperti hubungan kerja sama dengan masyarakat pada level *grassroot*, institusi pendidikan, kelompok-kelompok minoritas, dan kelompok yang memiliki pengaruh besar di masyarakat. Dengan adanya diplomasi budaya yang menarget kelompok-kelompok tersebut, maka secara tidak langsung diplomasi budaya juga dapat memperbaiki dan mengembangkan hubungan antara negara pelaku

dan negara yang di target. Dengan membangun *level of trust* dan *mutual understanding* dari level yang paling bawah yaitu masyarakat sampai level pemerintahan maka dampak yang terjadi dapat mempengaruhi sampai pada tingkat *decision making* negara dan militer dan juga bidang ekonomi (Lenczowski, Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy, 2007, hal. 19-20).

American Music Abroad adalah bentuk nyata diplomasi budaya dari poin ini, segala kegiatan yang dilakukan oleh *American Music Abroad* adalah dengan tujuan untuk meningkatkan hubungan antar negara seperti melakukan tur ke berbagai negara, berinteraksi dengan warga lokal dari negara yang di datangi, mengadakan *workshop*, dan kemudian berkolaborasi dengan harapan dapat membangun *mutual understanding* yang akan meningkatkan tingkat kepercayaan negara tersebut baik pada level masyarakat maupun pemerintahannya. Dengan adanya rasa tingkat percaya yang tinggi maka hal ini akan menjadi poin positif bagi Amerika Serikat sebagai pelaku dari diplomasi budaya tersebut.



(American Music Abroad)

Foto di atas adalah contoh kegiatan *workshop* yang dilakukan oleh *AMA*.

B. *Immunization against, and cure for the effect of hostile propaganda:*

pada poin ini, Lenczowski menekankan terhadap diplomasi budaya yang menggunakan kesenian dan ekshibisi sebagai *tools* utamanya.

Lenczowski menjelaskan, diplomasi budaya yang menggunakan *tools* tersebut dapat memerangi propaganda secara lebih baik karena

eksposur terhadap produk budaya baik yang berupa musik dan

lainnya dapat membangun rasa keingintahuan masyarakat terhadap

budaya negara sang pelaku diplomasi budaya dan juga dapat

membangun *image* positif yang sebelumnya tidak ada atau bahkan

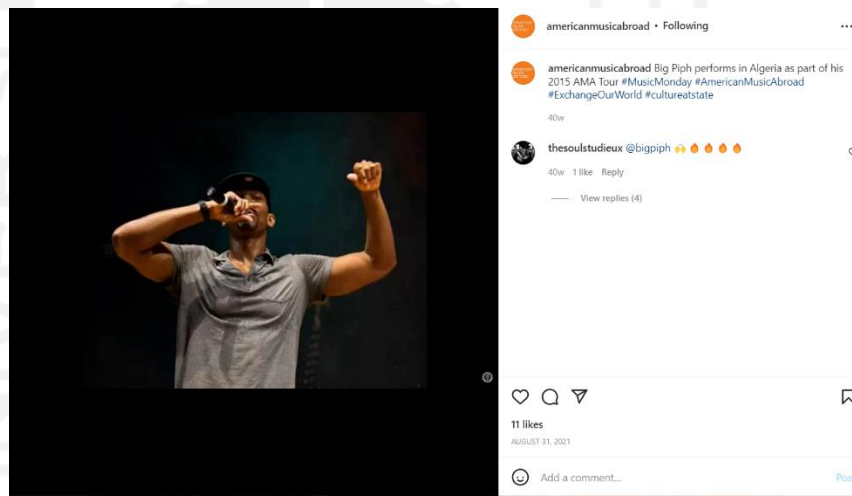
sebelumnya *image* tersebut bersifat negatif. Eksposur terhadap

budaya yang bersifat positif juga dapat memberikan efek

“imunisasi” terhadap propaganda negatif yang berarti masyarakat

tidak akan langsung termakan oleh propaganda tersebut.

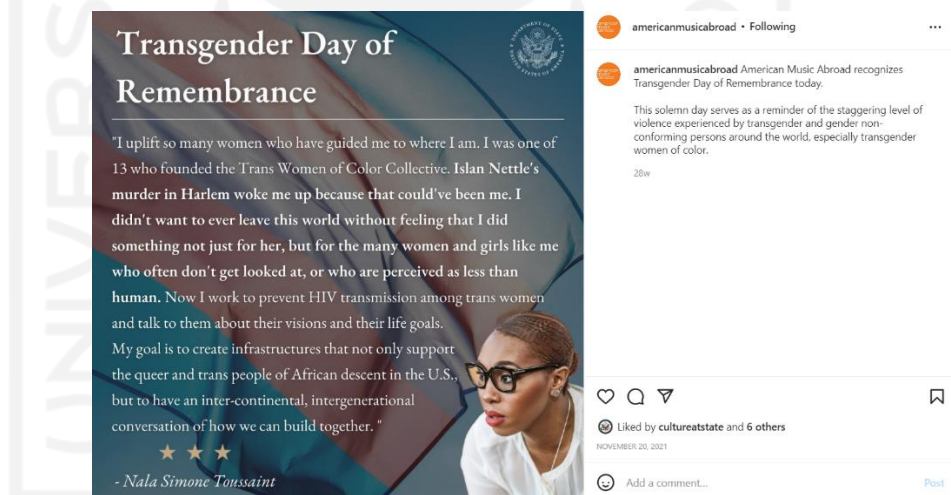
AMA secara tidak langsung dapat memerangi propaganda yang bersifat agresif yang bertujuan untuk mempromosikan ide-ide yang dapat mengedepankan kekerasan dan dapat membangun *image* yang buruk terhadap Amerika Serikat. Seperti yang sudah disebutkan pada bab sebelumnya yaitu meningkatnya jumlah musisi hip-hop yang masuk ke jajaran musisi yang mengikuti *American Music Abroad* harapannya dapat memerangi *hostile propaganda* ini karena hip-hop adalah musik yang lekat dengan anak muda yang rentan terpapar oleh propaganda-propaganda ini.



(American Music Abroad). Foto ini menunjukkan salah satu musisi *hip-hop* yang tampil di tur *AMA*.

C. *Conditioning for subsequent political messages*: walaupun pada poin sebelumnya Lenczowski menjelaskan diplomasi budaya dapat digunakan untuk memerangi propaganda, tidak dapat dipungkiri bahwa diplomasi budaya juga membawa kepentingan sang aktor. Amerika Serikat yang memerangi propaganda buruk terhadap dirinya sendiri juga memberikan propaganda yaitu propaganda yang

menyebarkan pesan bahwa Amerika Serikat tidak buruk seperti yang sering kita lihat dan dengar. (Lenczowski, Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy, 2007, hal. 21-22). Pesan politik tersebut tidak akan bisa lepas dari diplomasi budaya. Akan tetapi, tidak disebutkan secara eksplisit bahwa *American Music Abroad* adalah upaya Amerika Serikat untuk menyampaikan-menyampaikan pesan politiknya. Walaupun tidak disebutkan secara eksplisit, akan tetapi *AMA* tetap membawa pesan-pesan seperti perdamaian, demokrasi dan nilai lainnya yang dekat dengan Amerika Serikat sebagai suatu negara.



(American Music Abroad). Foto ini menunjukkan bagaimana *AMA* juga membawa nilai-nilai yang berkaitan dengan Amerika Serikat.

D. *Psychological disarmament*: seperti yang telah disebutkan di awal sub-bab ini, diplomasi memberikan dampak terhadap dua hal. Salah satunya adalah psikis dan poin ini adalah contohnya. Pelucutan psikologi atau dalam Bahasa Inggris disebut *psychological disarmament* adalah salah satu dampak diplomasi budaya yang

terjadi ketika aktor yang melakukan memiliki *power* dan kepentingan yang bersifat mengancam. Contoh yang diberikan oleh Lenczowski adalah Moskow pada masa Perang Dingin. Sedangkan dalam kasus *American Music Abroad*, poin ini tidak diimplementasikan karena pada contoh yang diberikan oleh Lenczowski, poin ini menitikberatkan pada masa konflik Perang Dingin. (Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, 2007, hal. 22-23). *American Music Abroad* juga tidak memiliki kegiatan yang bertujuan untuk hal ini karena *American Music Abroad* berjalan tidak di masa peperangan serta negara-negara yang di tuju oleh Amerika Serikat bukan negara yang sedang berperang dengan Amerika Serikat.

E. *Political power projection*: poin ini dijelaskan oleh Lenczowski bahwasanya diplomasi budaya adalah salah satu cara negara atau pemerintahan menunjukkan *power*nya (Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, 2007, hal. 23-24).

Sesuai dengan status *American Music Abroad* sebagai perpanjangan tangan dari Departemen Luar Negeri Amerika Serikat maka *American Music Abroad* adalah bentuk Amerika Serikat menunjukkan kekuatan politiknya melalui diplomasi budaya dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *American Music Abroad* adalah contoh dari Amerika Serikat menunjukkan *power* politiknya sebagai negara *superpower* yang memiliki sumber daya yang

berlimpah. Hal ini terbukti dengan bagaimana Amerika Serikat dapat mengirim para musisi yang mengikuti *AMA* ke berbagai belahan dunia dan dilaksanakan secara rutin setiap tahunnya.

F. *Inspiration for political changes*: dengan menciptakan iklim politik yang sehat dan memberikan wadah untuk penyampaian aspirasi, diplomasi budaya dapat menjadi salah satu jalan untuk adanya pergeseran politik. Aktor diplomasi budaya juga dapat “mengambil alih” para pelaku budaya yang memiliki *power* sehingga pada kemudian hari, para pelaku budaya tersebut dapat mempengaruhi masyarakat sekitarnya.

(Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, 2007, hal. 24). *AMA* pada turnya selalu mengundang para pelaku budaya lokal untuk berpartisipasi dalam kegiatannya. Hal ini tentu saja membuka jalan bagi para pelaku budaya untuk mendapatkan panggung dengan jangkauan audiens di dunia internasional yang dapat berdampak pada jumlah masyarakat internasional yang mendapat pesan-pesan tersebut. Akan tetapi,

American Music Abroad sendiri dalam turnya tidak menunjukkan adanya keinginan ataupun kegiatan yang memiliki maksud untuk menjadi “inspirasi” dalam adanya pergeseran kekuatan politik karena target diplomasi *American Music Abroad* menysasar masyarakat non-politik.

G. *Counteracting atomization*: *atomization* adalah sebutan untuk strategi dimana masyarakat dipisahkan satu sama lain agar mereka

tidak bisa mengorganisir gerakan dan memecah masyarakat tersebut dari dalam. Sehingga masyarakat yang terdampak tidak akan bisa percaya satu sama lain. Strategi ini populer pada masa Perang Dingin dan Soviet adalah pelaku strategi ini yang terkenal (Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, 2007, hal. 24-25). Sama seperti poin sebelumnya yaitu *psychological disarmament*, poin ini kurang relevan karena pada masa sekarang mungkin sudah jarang sekali terjadi *atomization* dan *American Music Abroad* sendiri tidak menyasar hal ini. Selain itu, karena *atomization* dilakukan pada masa peperangan dan target negara yang di tuju oleh *AMA* bukanlah negara yang sedang berperang dengan Amerika Serikat, maka poin ini tidak relevan.

H. *Contributing to political and ideological warfare*: untuk poin ini tidak jauh berbeda dari poin-poin sebelumnya yaitu diplomasi budaya dapat digunakan untuk menyetir opini publik yang merupakan poin krusial dalam peperangan ideologi. Karena lagi-lagi diplomasi budaya yang disokong oleh Pemerintah tidak akan terlepas dari keinginan untuk menyetir opini, membangun *image*, dan mencari dukungan publik di negara yang dituju oleh sang aktor (Lenczowski, *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, 2007, hal. 25). *American Music Abroad* tidak berkontribusi di poin ini karena Amerika Serikat sedang tidak berperang dengan negara manapun termasuk negara-negara yang

dikunjungi selama tur berlangsung baik secara politik maupun ideologi.

Tabel 3.1 Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Oleh *American Music Abroad* menurut Indikator Mark Lenczowski

Indikator	Analisis
A. <i>enhancement of international relations</i>	Poin ini adalah inti utama dari kegiatan yang dilakukan oleh <i>American Music Abroad</i> seperti tur ke berbagai negara, berinteraksi dengan warga lokal dari negara yang di datangi, mengadakan <i>workshop</i> , dan kemudian berkolaborasi.
B. <i>immunization against, and cure for the effect of hostile propaganda</i>	Poin ini menjadi relevan dengan <i>American Music Abroad</i> karena meningkatnya jumlah musisi hip-hop yang mengikuti <i>American Music Abroad</i> dan musik hip-hop adalah musik yang lekat dengan anak muda di berbagai belahan dunia.
C. <i>conditioning for subsequent political messages</i>	Tidak disebutkan secara eksplisit bahwa <i>American Music Abroad</i> adalah upaya Amerika Serikat untuk menyampaikan-menyampaikan pesan politiknya. Walaupun tidak disebutkan secara eksplisit, <i>AMA</i> tetap membawa nilai-nilai yang dekat dengan Amerika Serikat seperti halnya perdamaian, demokrasi, dan lain sebagainya.

D. <i>psychological disarmament</i>	<i>American Music Abroad</i> juga tidak memiliki kegiatan yang bertujuan untuk hal ini karena <i>American Music Abroad</i> berjalan tidak di masa peperangan.
E. <i>political power projection</i>	Diplomasi budaya dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh <i>American Music Abroad</i> adalah contoh dari Amerika Serikat menunjukkan <i>power</i> politiknya.
F. <i>inspiration for political change</i>	<i>American Music Abroad</i> sendiri dalam turnya tidak menunjukkan adanya keinginan untuk menjadi “inspirasi” dalam adanya pergeseran kekuatan politik karena target diplomasi <i>AMA</i> menasar masyarakat non-politik.
G. <i>counteracting atomization</i>	Poin ini kurang relevan karena pada masa sekarang mungkin sudah jarang sekali terjadi <i>atomization</i> dan <i>American Music Abroad</i> sendiri tidak menasar hal ini.
H. <i>contributing to political and ideological warfare</i>	Saat ini Amerika Serikat sedang tidak berperang baik secara politik ataupun ideologi oleh karena itu poin ini tidak relevan

Dari kedua sub-bab dan tabel yang sudah dijelaskan di atas, dapat di simpulkan bahwa *American Music Abroad* adalah suatu usaha Amerika Serikat dalam melakukan diplomasi budaya yang melibatkan banyak pihak baik dari sisi pemerintahan maupun masyarakat umum. Sejalan dengan apa yang menjadi tujuan *American Music Abroad* yaitu untuk menyebarluaskan dan menumbuhkan komunikasi lintas negara dan lintas budaya serta untuk menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap Amerika Serikat. Juga untuk mengembangkan ekosistem kebudayaan yang berhubungan dengan musik di berbagai negara yang dikunjungi oleh *American Music Abroad*, hal tersebut kemudian di realisasikan melalui proyek kolaborasi baik antar musisi, institusi, maupun dengan institusi yang tidak berhubungan langsung dengan musik seperti perpanjangan tangan institusi diplomasi budaya dari negara lain.

Dengan adanya diplomasi budaya dari Amerika Serikat melalui *American Music Abroad*, Amerika Serikat sebagai negara yang memiliki *track record* yang dalam pandangan banyak orang buruk yang merupakan hasil dari *war on terror* salah satunya, bisa dengan pelan-pelan memperbaiki *image* negatif tersebut di masyarakat dunia. Dengan terus menjalankan program *American Music Abroad*, maka akan semakin banyak negara yang melihat bahwasanya Amerika Serikat tidak seperti negara yang mereka bayangkan dan selanjutnya dapat melihat Amerika Serikat sebagai negara yang tidak hanya memiliki kesan negatif.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Seperti yang sudah disebutkan di bab-bab sebelumnya, *American Music Abroad* atau yang biasa disingkat AMA adalah salah satu dari upaya Amerika Serikat untuk menyelami dunia diplomasi budaya. Dan melihat konsistensi dan keberlangsungan dari *AMA* dalam menjalani program-program diplomasi budayanya dari tahun 2011 sampai sekarang, *AMA* dapat dijadikan tolak ukur dari bagaimana suatu negara dapat menjalankan diplomasi budaya untuk di kemudian hari membantu kelancaran dari kepentingan-kepentingan negara tersebut terhadap negara lain.

Serta untuk menjawab rumusan masalah yang telah disebutkan di atas yaitu bagaimana *American Music Abroad* dan Amerika Serikat mengimplementasikan *American Music Abroad* sebagai sebuah alternatif dalam berdiplomasi maka kembali melihat tulisan Lenczowski tentang media yang dapat digunakan untuk diplomasi budaya serta bagaimana pengimplementasiannya dalam diplomasi budaya. Untuk penjelasannya akan dibagi menjadi dua yaitu media yang digunakan dan indikator analisis.

Untuk media diplomasi budaya, Lenczowski menyebutkan ada tiga belas media yang dapat digunakan oleh aktor diplomasi budaya. Dalam topik *American Music Abroad*, *American Music Abroad* hanya memakai delapan dari ketiga belas media tersebut yaitu Seni (*The Art*), Ekshibisi (*Exhibition*), Pertukaran (*Exchange*), Edukasi Bahasa (*Languange Teaching*), *Broadcasting*, Pertukaran Hadiah

(Exchanging Gifts), Mempromosikan Kebijakan Sosial (*Promotion of Social Policy*), dan Mendengarkan dan mendapatkan rasa hormat dengan pihak lain (*Listening and According Respect*).

Sedangkan untuk menganalisis *American Music Abroad* menggunakan indikator-indikator yang telah disebutkan oleh Lenczowski maka didapatkan kesimpulan bahwasanya *American Music Abroad* dari delapan indikator yang telah disebutkan oleh Lenczowski *American Music Abroad* memenuhi empat indikator yaitu *Enhancement of International Relations* dan *Political Power Projection*, *Conditioning for Subsequent Political Messages*, dan *Immunization Against, and Cure for the Effect of Hostile Propaganda*

Dengan melihat kedua paragraf di atas, dapat disimpulkan bahwasanya *American Music Abroad* adalah sebuah gerakan diplomasi budaya Amerika Serikat melalui musik dengan penggunaan media-media diplomasi yang telah disebutkan di atas yang kemudian bertujuan untuk meningkatkan hubungan internasional Amerika Serikat dengan berbagai negara serta untuk menunjukkan bahwasanya *power* Amerika Serikat sebagai negara *super power* tidak hanya mengandalkan kekuatan militernya ataupun kekuatannya ekonomi tetapi juga dapat menggunakan budaya sebagai salah satu cara untuk menunjukkan kekuatannya sebagai sebuah negara serta untuk menjalankan diplomasi untuk negaranya.

2.2 Rekomendasi

Untuk penelitian selanjutnya yang akan mengangkat topik mengenai diplomasi budaya ataupun mengenai tentang *American Music Abroad* maka bisa meneliti lebih dalam mengenai bagaimana diplomasi budaya dapat memberikan

pengaruh terhadap hubungan antar negara dalam pengambilan keputusan untuk suatu perjanjian ataupun bagaimana diplomasi budaya dapat mempengaruhi hubungan antar negara tidak hanya pada level masyarakatnya melainkan pada level pemerintahan. Penelitian selanjutnya juga dapat melihat sudut pandang aktor diplomasi budaya dalam melakukan *nation branding* bagi negaranya sendiri.



Daftar Pustaka

- American Music Abroad. (t.thn.). Diambil kembali dari American Music Abroad's Instagram: <https://www.instagram.com/p/CP8aoQLgfRe/>
- American Music Abroad. (2021, October 28). *American Music Abroad's Instagram*. Diambil kembali dari American Music Abroad's Instagram: <https://www.instagram.com/p/CV1AmU0IWIA/>
- Ang, I., Isar, Y. R., & Mar, P. (2015). Cultural diplomacy: beyond the national interest? 370.
- Bound, K., Briggs, R., Holden, J., & S, J. (2007). *Cultural Diplomacy: Culture is a Central Component of International Relations. It's Time to Unlock Its Full Potential*.
- Davenport, L. (2009). *Jazz Diplomacy: Promoting America in the Cold War Era*. JACKSON: University Press of Mississippi.
- Davidson, L. (2011). Islamophobia, the Israel Lobby and American Paranoia: Letter From America. 87-95.
- Dillard, J. (2012). All That Jazz: CIA, Voice of America, and Jazz Diplomacy in the Early Cold War Years, 1955-1965. *American Intelligence Journal*, 39-50.
- Egypt, U. E. (2018). *American Music Abroad (AMA) 2018 – Miami Based Hip-Hop Band Dangerflow*. Diambil kembali dari U.S. Embassy in Egypt: <https://eg.usembassy.gov/news-events/american-music-abroad-ama-2018/>
- Fan, Y. (t.thn.).
- Fan, Y. (2008). Soft power: Power of attraction or confusion? *Place Brand and Public Diplomacy*, 156-157.
- Hook, G. D., Gilson, J., Hughes, C. W., & Dobson, H. (2011). *Japan's International Relations*.
- Hurn, B. J. (2016). The role of cultural diplomacy in nation branding. *Industrial and Commercial Training*.
- Jang, G. &. (2012). Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy. 196.
- Jang, G. &. (2012). Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy. 196.
- Jang, G., & Paik, W. (2012). Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy.
- Kim, H. (2017). Bridging the Theoretical Gap between Public Diplomacy and Cultural Diplomacy.
- Kitsou, S. (2011). The power of culture in diplomacy: The case of US cultural diplomacy in France and Germany.
- Koser, K. (2007). *International migration: A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Lenczowski, J. (2007). *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*. Washington: The Institute of World Politics.
- Lenczowski, J. (2007). Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy.

- Lenczowski, J. (2009). *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*, in *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*. Washington: Institute of World Politics Press.
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). Public Diplomacy. 9-10.
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). Public Diplomacy.
- Norrmann, K.-E. (2013). Definitions, Ideas, Visions and Challenges for Cultural Diplomacy. 3.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 97.
- Office, A. -T. (t.thn.). *American Music Abroad (AMA)*. Diambil kembali dari American Institute in Taiwan: <https://www.ait.org.tw/tag/american-music-abroad/>
- Panagopoulos, C. (2006). Trends: Arab and Muslim Americans and Islam in the Aftermath of 9/11. 608-624.
- Reg., F. (2017). *Protecting the Nation From Foreign Terrorist Entry Into the United States*. Executive Office of the President.
- Rolland, P. (1961). The Seventh Army Symphony Orchestra. *The Seventh Army Symphony Orchestra*, 53-54.
- Rose-Redwood, C. & -R. (2017). Rethinking the Politics of the International Student Experience in the Age of Trump.
- Salois, K. (2014). *The US Department of State's "Hip Hop Diplomacy" in Morocco*.
- Schneider, C. P. (2009). The Unrealized Potential of Cultural Diplomacy: "Best Practices" and What Could Be, If Only.... *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 270.
- Sukma, F. R., & Soeya, Y. (2015). Strengthening Maritime Cooperation in East Asia.
- SXSW. (2018, January 18). *News: SXSW*. Diambil kembali dari SXSW Website: <https://www.sxsw.com/news/2018/american-music-abroad-now-accepting-applications-to-tour-the-world-2/>
- Szondi, G. (2008). Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences. 2.
- U.S. Embassy in Malaysia. (2017, November 10). *News & Events: U.S. Embassy in Malaysia*. Diambil kembali dari U.S. Embassy in Malaysia Web site: https://my.usembassy.gov/tony_memel_visits_kl_jb-111017/
- Ulaanbaatar, U. S. (2019, April 9). *MEDIA NOTE: Aberdeen – Rock Brass Band from the United States to Mongolia Next Month, will be Giving Pre-Arrival Online Interviews*. Diambil kembali dari U.S. Embassy in Mongolia: <https://mn.usembassy.gov/media-note-aberdeen/>
- Universitas Kristen Satya Wacana. (t.thn.). *Berita: Universitas Kristen Satya Wacana*. Diambil kembali dari Universitas Kristen Satya Wacana Web site: https://www.uksw.edu/detail_post/news/meriahkan-dies-uksw-fiskom-adakan-american-music-abroad
- Urbain, O., & Opiyo, L. (2015). Introduction: Creative Approaches to Transforming Conflict in Africa. *African Conflict and Peacebuilding Review*.

- Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). *Diplomasi kebudayaan : konsep dan relevansi bagi negara berkembang : studi kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.
- Weimann, G., & Winn, C. (1994). *Theater of Terror: Mass Media and International Terrorism*.

