

# **SKRIPSI**

## **STRATEGI PROMOSI BUDAYA BATIK INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT**



**DEWI ARMIN**

**1910521010**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2023**

# **SKRIPSI**

## **STRATEGI PROMOSI BUDAYA BATIK INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT**



diajukan sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana pada  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

**DEWI ARMIN**

**1910521010**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2023**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PROMOSI BUDAYA BATIK INDONESIA  
KE AMERIKA SERIKAT**

disusun dan diajukan oleh

**DEWI ARMIN**

**1910521010**

Telah diperiksa dan telah diuji

Makassar, 25 Agustus 2023

**Pembimbing**



**Kardina, S.IP., M.A**

**NIDN: 0922068103**

**Ketua Program Studi Ilmu Hubungan**

**Internasional Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial**

**Universitas Fajar**



**Andi Meganingratna, S.IP., M.SI**

**NIDN: 0931108002**

## SKRIPSI

### STRATEGI PROMOSI BUDAYA BATIK INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT

disusun dan diajukan oleh

**DEWI ARMIN**  
1910521010

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal **30 Agustus 2023** dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,  
TIM PENGUJI

No	Nama Dosen	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Kardina, S.IP., M.A. NIDN: 0922068103	Ketua	1. 
2.	Dede Rohman, S.IP., M.Si. NIDN: 0919057501	Anggota	2. 
3.	Andi Meganingratna, S.IP., M.Si. NIDN: 0931108002	Anggota	3. 
4.	Achmad, S.IP., M.Si. NIDN: 0919047402	Anggota	4. 

Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial  
Universitas Fajar



  
Andi Meganingratna, S.IP., M.Si.  
NIDN: 0931108002

Foto terbalik

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Armin

Nim : 1910521010

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **"STRATEGI PROMOSI BUDAYA BATIK INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT"** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan juga daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UUD NO.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 30 Agustus 2023

buat pernyataan,  
  
Dewi Armin

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebagaimana yang diharapkan. Skripsi ini berjudul **Strategi Promosi Budaya Batik Indonesia Ke America Serikat**. Skripsi ini merupakan tugas dan kewajiban guna melengkapi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hubungan Internasional pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Fajar. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan untuk itu kiranya pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi penyusun khususnya dan pihak lain yang berkepentingan pada umumnya.

Dengan menyelesaikan skripsi ini, penulis diberi bimbingan dari berbagai pihak secara moril maupun materi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada.

1. Orang tua penulis, yakni Ayahanda Armin Abdurrahman dan Ibunda Nurhayat Ishak yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tidak ada hentinya, semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Fajar Makassar.
3. Ibu Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar.
4. Ibu Andi Meganingratna, S.IP., M. Si selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Universitas Fajar.
5. Ibu Kardina, S.IP.,M.A selaku Pembimbing Skripsi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan

dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana yang diharapkan.

6. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Fajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staf Akademik yang memberikan pelayanan selama proses administrasi di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Fajar.
8. Seluruh teman-teman Hubungan Internasional angkatan 2019 yang selalu berjuang bersama dalam proses perkuliahan.
9. Terima kasih kepada Kadam Sidik, ustadz Adi Hidayat, ustadz Hanan Attaki yang telah menjadi penyemangat dan motivasi saya dalam menyusun skripsi.
10. Terakhir terima kasih untuk diriku sendiri yang sudah kuat dan pantang menyerah hingga bisa menyelesaikan tugas terakhir sebagai mahasiswa.

Penulis memohon semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan yang telah diberikan dan skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah vii menerima bantuan dari beberapa pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua untuk mengembangkan keilmuan di masa yang akan datang. Aamiin.

Makassar, 30 Agustus 2023

Dewi Armin

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PROMOSI BUDAYA BATIK INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT**

**Dewi Armin  
Kardina**

Batik adalah warisan budaya Indonesia yang diakui oleh UNESCO pada 2009. Pemerintah Indonesia berkomitmen untuk mempertahankan dan meningkatkan popularitas batik dengan berbagai strategi, seperti edukasi, promosi, perlindungan merek, kolaborasi dengan desainer, dan dukungan industri batik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana strategi dan pencapaian yang dilakukan oleh Indonesia dalam memperkenalkan budaya batik ke Amerika Serikat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori internasionalisasi dan konsep diplomasi batik dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan Indonesia dalam mempromosikan batik dengan proses penyebaran informasi ke Amerika Serikat, dan melalui transfer pengetahuan batik. Pencapaian yang diperoleh Indonesia di Amerika Serikat yaitu meningkatnya devisa Indonesia melalui ekspor batik dan terbentuknya *Gallery of Indonesia*.

**Kata kunci : Batik Indonesia, Strategi, Amerika Serikat**



## **ABSTRACT**

### **INDONESIAN BATIK CULTURE PROMOTION STRATEGY TO THE UNITED STATES OF AMERICA**

**Dewi Armin  
Kardina**

*Batik is Indonesia's cultural heritage which was recognized by UNESCO in 2009. The Indonesian government is committed to maintaining and increasing the popularity of batik with various strategies, such as education, promotion, brand protection, collaboration with designers, and support of the batik industry. The aim of this research is to understand how strategies and achievements made by Indonesia in introducing batik culture to the United States. In this research, the author uses internationalization theory and the concept of batik diplomacy using qualitative methods. The results of the research can be concluded that Indonesia's strategy in promoting batik is through the process of disseminating information to the United States, and through the transfer of batik knowledge. The achievements obtained by Indonesia in the United States are increasing Indonesia's foreign exchange through batik exports and the formation of batik Gallery of Indonesia.*

**Keywords: Indonesian Batik, Strategy, United States of America**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Konseptual.....	13
2.2 Teori Internasionalisasi.....	13
2.3 Diplomasi Publik .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	25
3.2 Kehadiran Peneliti .....	25
3.3 Lokasi Penelitian .....	25
3.4 Sumber Data .....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.6 Analisis Data .....	26
3.7 Tahap-tahap Penelitian.....	26
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	<b>28</b>

4.1 Strategi Promosi Batik di Amerika Serikat .....	28
4.1.1 <i>Informing</i> .....	29
4.1.2 <i>Understanding</i> .....	32
4.1.3 <i>Influencing</i> .....	38
4.1.4 Internasionalisasi Batik .....	45
4.1.5 Penetrasi Budaya di Amerika Serikat .....	47
4.2 Pencapaian dan Hambatan Pengenalan Budaya Batik Di Amerika Serikat ...	49
4.2.1 Meningkatkan Citra Indonesia ke Masyarakat Amerika Serikat.....	51
4.2.2 Terbentuknya Gallery of Indonesia .....	54
4.2.3 Keuntungan Ekonomi .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
5.1. Kesimpulan .....	61
5.2. Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

4.1 Kegiatan <i>Informing</i> .....	30
4.2 Kegiatan <i>Understanding</i> .....	32
4.3 Kegiatan <i>Influencing</i> .....	37
4.4 Ekspor Batik Indonesia Ke Amerika Serikat Pada Tahun 2009-2014.....	54
4.5 Data Penjualan Ekspor Nasional ke 5 Negara Tujuan Utama Tahun 2013...	56

## DAFTAR GAMBAR

4.2.2 Mey Hasibuan mengajari orang Amerika membuat.....	54
---	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak beragam budaya, begitu banyak sekali seni juga budaya tradisional yang harus dilestarikan. Akan tetapi dari sekian banyaknya seni dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia tidak seluruhnya diketahui oleh masyarakat serta diakui oleh negara. Salah satunya batik yang dimana tidak semua orang Indonesia mengetahui bahwa batik Indonesia adalah batik tulis. Masyarakat Indonesia hanya mengetahui bahwa batik adalah salah satu dari budaya asli Indonesia, akan tetapi tidak banyak yang mengetahui bahwa batik tulis sudah menjadi ciri khas Indonesia. Batik menjadi salah satu identitas utama dari budaya Indonesia yang memiliki nilai seni yang sangat berharga. Batik dapat dijelaskan sebagai jenis kain yang dihasilkan melalui metode khusus, yakni dengan menuliskan motif-motif pada kain menggunakan malam atau lilin. Selanjutnya, proses pembuatan batik melibatkan langkah-langkah tertentu yang menjadikannya begitu istimewa.<sup>1</sup>

Seni mewarnai kain dengan metode mencegah pewarnaan menggunakan lilin merupakan salah satu bentuk seni kuno. Metode ini, yang dikenal sebagai teknik batik, diyakini berasal dari zaman kuno Mesir atau Sumeria, kemudian menyebar ke berbagai negara seperti India, Sri Lanka, Nigeria, Mali, Kamerun, Thailand, Iran, Banglades, Malaysia, dan Indonesia.<sup>2</sup> Asal-usul kata "batik" berasal dari bahasa Jawa, di mana "amba" merujuk pada tindakan menulis, dan "titik" mengacu pada titik-titik. Hampir setiap daerah pada wilayah Indonesia mempunyai kemampuan dalam

---

<sup>1</sup> Naimah L. 2013. Analisis Batik "Jogja Istimewa" Jurnal: Pendidikan Seni Rupa, Vol 2(2)1-3

<sup>2</sup> Susanto, I.S. 2015. Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono.: Jurnal Hubungan Internasional, Vol1(1) 59-69

membuat batik. Tidak hanya itu, setiap motif yang terdapat pada kain batik memiliki interpretasi dan filsafat yang unik. Tentunya, ini menjadi peluang yang signifikan bagi produk-produk batik untuk menarik minat dari komunitas internasional, berkat keunikan dalam proses pembuatannya dan hasil akhirnya.

Pada awalnya, pembuatan batik di Indonesia menggunakan metode tradisional yang melibatkan tulisan manual dengan alat-alat khusus. Seiring perkembangan teknologi, batik mengalami transformasi dalam teknik pembuatannya, terlihat dari variasi batik yang ada di Indonesia. Teknik pembuatan tersebut mencakup batik tulis, cap, dan kombinasi dari keduanya.<sup>3</sup> Lebih dari sekedar keragaman dalam cara pembuatan, kemajuan teknologi digital saat ini juga memberikan bantuan kepada para pengrajin dan pelaku bisnis batik dalam proses desain. Teknologi ini memungkinkan pembuatan pola dan warna batik untuk dihasilkan secara digital sebelum diaplikasikan ke kain, menjadi media yang sangat membantu dalam proses ini.

Sebagai Negara yang mempunyai kebudayaan sangat beragam, Indonesia sadar akan hal itu dimana kekuatan yang berdasarkan politik dan militer tidak bisa menjadi tumpuan dasar praktik polugri Indonesia. Bentuk dari kegiatan ini menyatukan unsur politik dengan budaya internasional dimana hal ini adalah bentuk perkembangan konsep dan praktik diplomasi yang terbilang sangat baik, pemerintah Indonesia juga semakin cepat dalam melakukan diplomasi budaya dengan menggunakan batik sebagai substansi utamanya pada kegiatan polugri Indonesia. Penggunaan batik sebagai alat untuk membangun merek dan identitas Indonesia telah diatur dalam

---

<sup>3</sup> CNBC Indonesia. Upaya Perajin Dorong Daya Saing Batik Indonesia, Jakarta. October 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191002154511-8-103912/upaya-perajin-dorong-daya-saing-batik-indonesia>. (Di akses pada tanggal 16 Agustus 2023)

Konvensi UNESCO tahun 2003 mengenai warisan budaya tak benda. Ini mendorong pemerintah Indonesia untuk meratifikasi perjanjian tersebut melalui PP. Nomor 78 Tahun 2007.

Berkat upaya ini, batik dinyatakan sebagai warisan budaya dunia, diakui oleh UNESCO sebagai salah satu elemen penting dalam warisan budaya dunia. Pencalonan batik sebagai warisan dunia tersebut didasarkan pada kriteria tertentu, seperti mengandung simbol-simbol yang merefleksikan kehidupan masyarakat Indonesia serta memberikan kontribusi terhadap warisan budaya dunia, baik pada masa sekarang maupun masa yang akan datang.<sup>4</sup> Pada tanggal 9 Januari 2009, batik secara resmi diakui sebagai warisan budaya dunia tak benda, dan pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO secara resmi menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia tak benda dalam acara di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Tanggal yang sama, yaitu 2 Oktober 2009, juga ditetapkan sebagai Hari Batik Nasional melalui Keputusan Presiden Nomor 33 Tahun 2009.

Pengiriman batik Indonesia ke Amerika Serikat telah dimulai sejak tahun 1999, termasuk setelah batik mendapat pengakuan sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia. Amerika Serikat, yang merupakan salah satu mitra dagang utama bagi Indonesia, telah memberikan kontribusi signifikan terhadap nilai perdagangan antara kedua negara tersebut. Fungsi utama Amerika Serikat dalam konteks ini dapat dianalogikan sebagai “Epistemologi institusional terbesar yang digunakan oleh akademi ke Amerika Serikat dalam memahami sebagian besar dari 50 tahun terakhir”.<sup>5</sup> Apa yang membedakan ciri khas bangsa Indonesia dari negara-negara lain

---

<sup>4</sup> Hakim, L. M. 2018. Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State: Journal of International Studies (NSJIS)*, Vol. 2(2), 60–89

<sup>5</sup>Ningsih D.N. 2015. Dampak Ekonomi Ekspor Perdagangan Batik Indonesia Ke Amerika Serikat Tahun 2010-2014: *Jurnal Hubungan Internasional*, Vol 2,(2),6-10



dan menjadi dasar untuk membangun citra nasional adalah nilai-nilai otentik yang berasal dari warisan suku, sejarah, etnis, filsafat, moral, dan kearifan lokal batik. Pemakaian batik oleh Indonesia dalam segala kegiatan resmi (seperti ekspor) dan informal (seperti seminar) memiliki dampak positif terhadap peningkatan permintaan akan batik Indonesia. Hal ini pada akhirnya membawa efek positif pada nilai perdagangan batik Indonesia. Kementerian Perdagangan Indonesia juga tetap mendukung upaya dalam mengedarkan batik Indonesia di pasar global, dengan melalui upaya memasarkan sangatlah penting.

Diperkenalkannya budaya batik Indonesia ke Amerika Serikat tidak hanya dilakukan oleh pemerintah Indonesia semata. Tetapi, ikut melibatkan pihak swasta seperti pengusaha-pengusaha dan pengrajin batik yang ada di Indonesia. Pengenalan budaya asing, seperti batik Indonesia ini, menjadi bagian dari upaya untuk memahami dan menghargai keragaman budaya di Amerika Serikat. Dalam upaya promosi budaya Indonesia, termasuk seni tradisional seperti batik, telah menjadi lebih penting dalam memperkaya pengetahuan dan apresiasi masyarakat Amerika Serikat terhadap budaya Indonesia.

Adapun Beberapa contoh batik Indonesia yang dipromosikan di Amerika Serikat termasuk batik di daerah Cirebon, yang dikenal dengan nama Batik Trusmi. Batik Trusmi khususnya menciptakan ragam batik khas dari Cirebon.<sup>6</sup> Pulla Alleira batik juga merupakan salah satu produk batik yang dikenal dan diterima oleh pemerintah Indonesia sebagai bagian dari upaya memperkenalkan budaya batik. Keberadaan batik Pulla Alleira berperan dalam mendukung program Pemerintah Indonesia untuk

---

<sup>6</sup> Kus Anna Lusua. 2 November 2013. Batik Cantik Untuk Kepesta Dari Alleira Batik. <http://female.kompas.com/read/2013/11/02/1139268/Batik.Cantik.untuk.ke.pesta.dari.Alleira.Batik> [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023].

menarik minat pasar Amerika Serikat terhadap batik, dengan tujuan meningkatkan permintaan terhadap batik Indonesia.

Produk batik berikutnya berasal dari kota Solo dan Yogyakarta. Batik Solo dan Batik Yogyakarta memiliki permintaan yang sangat tinggi dari Amerika Serikat. Ini menggambarkan batik yang diproduksi mempunyai karakteristik yang dianggap sesuai dengan gaya hidup Amerika Serikat. Maka dari itu, permintaan terhadap batik dari Solo juga Yogyakarta menjadi yang paling signifikan. Dalam rangka memperkenalkan batik Yogyakarta, pemerintah Indonesia juga melibatkan Sri Sultan Hamengkubuwono ke-10, raja Yogyakarta.<sup>7</sup> Dikarenakan pada sejarah pengembangan batik Yogyakarta, tidak ada yang mempunyai pemahaman yang lebih luas selain raja dari kota tersebut. Dalam aspek sosial-budaya, dampak dari aktivitas ekonomi ini berdampak signifikan pada masyarakat Indonesia.

Kehadiran aktivitas ekonomi ini berjalan sejalan dengan keinginan pasar internasional, dan oleh karena itu, perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual para pengrajin menjadi sangat penting dalam memastikan kelangsungan industri dan perdagangan yang kompetitif. Terkait dengan perlindungan Hak atas kekayaan intelektual yang dimiliki oleh para pengrajin batik Indonesia, Kementerian Perindustrian telah berupaya untuk memberikan perlindungan melalui fasilitas seperti hak tetap, desain industri, merek, dan rahasia dagang.<sup>8</sup> Adapun cara ini, aktivitas ilegal dapat diminimalisir, terutama dari pihak Amerika Serikat. Namun demikian, Indonesia masih menghadapi tantangan dalam aspek sosial-budaya terkait hak tetap ini. Terjadi banyak peniruan desain dan pola dari batik Indonesia oleh negara-negara

---

<sup>7</sup> I Made Asdhiana. 10 Oktober 2013. *Populerkan Batik dan Gamelan, Sulta HB X Diundang keAS*.[Http://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.X.Diundang.ke.AS](http://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.X.Diundang.ke.AS) [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023]

<sup>8</sup> Sinta Saraswanti. Pertumbuhan Ekspor Batik Indonesia Meningkat. Tersedia di: <http://bravaradio.com/todays-highlight/1131-pertumbuhan-ekspor-batikindonesia-meningkat-padat> (Diakses pada 6 april 2023)

lain, termasuk Malaysia, Vietnam, dan Cina.<sup>9</sup> Malaysia bahkan sudah mengklaim batik menjadi produk khas mereka juga memperoleh hak ekspor terkait hal tersebut. Pemerintah telah berupaya memperkenalkan batik Indonesia ke panggung internasional dengan mengirim batik ke wilayah Eropa, Jepang, dan Amerika Serikat melalui kegiatan ekspor. Negara-negara ini menjadi tujuan utama untuk ekspor batik. Melalui pendekatan ini, pemerintah dapat menggabungkan dua aspek, yaitu memperkenalkan identitas nasional Indonesia dan mendorong aspek ekonomi. Batik juga sudah merubah landasan pemikiran orang-orang Indonesia mengenai batik bisa memunculkan hal-hal sebagai berikut:

1. Batik bisa memperlihatkan nilai seni budaya sebagai identitas bangsa serta mengutarakan pesan persatuan Indonesia, yang memiliki tujuan agar batik bukan hanya bisa dikenal sebagai batik yang berasal dari Indonesia, akan tetapi juga untuk menggambarkan persatuan Indonesia.
2. Sebagai bahan sandang tradisional dengan mempunyai ciri khas tersendiri, batik juga dijadikan busana nasional Indonesia.
3. Suasana kemerdekaan yang memperlihatkan semangat persatuan dalam seluruh bidang kehidupan dari masyarakat.
4. Menggerakkan semangat para seniman batik daerah dalam berkarya juga menimbulkan rasa memiliki serta kebanggaan terhadap warisan budaya leluhur bangsa Indonesia.<sup>10</sup>

Secara umum dalam dunia Internasional, yang mana batik sudah menempati hati masyarakat dunia salah satu dari warisan budaya asli dari Indonesia. Dengan

---

<sup>9</sup> Nurainun. Analisis Industri Batik di Indonesia. Jurnal Fokus Ekonomi (FE), Desember 2008, Vol. 3 (7)124-135.

<sup>10</sup> Adisti P.A. 2021. Diplomasi Kebudayaan Indonesia Ke Amerika Serikat Melalui Sosial Batik Pasca Pengukuhan Batik Oleh UNESCO Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Batik Di Amerika Serikat. Juenal Hubungan Internasional, Vol.1(1)1-6

dilakukannya terobosan nasional terus-menerus untuk mengembangkan industry batik yaitu oleh pemerintah dan pengusaha batik nasional. harapan agar batik Indonesia bisa mendapat penghargaan sebagai salah satu dari warisan budaya dunia yang pantas diperhitungkan. Pengembangan batik bisa dibilang sangat pesat bahkan berkembang batik di banyak negara di antaranya adalah Inggris, Sri Lanka, Thailand, Malaysia dan Amerika Serikat.<sup>11</sup>

Meskipun batik telah diakui sebagai warisan budaya internasional, hal ini tidak secara otomatis membawa batik Indonesia mendapatkan tempat istimewa di hati masyarakat internasional atau memberikan dampak besar pada Indonesia. Oleh karena itu, dibutuhkan usaha konkret dari pemerintah dan masyarakat Indonesia. Langkah-langkah untuk menginternasionalkan batik perlu diambil untuk mempromosikan batik Indonesia di seluruh dunia, sejalan dengan kepentingan nasional. Pemerintah Indonesia harus mengambil peluang yang dihasilkan dari pengakuan batik sebagai warisan budaya dunia, terutama dalam konteks hubungan dengan Amerika Serikat. Upaya lebih intensif diperlukan untuk mengenalkan batik kepada masyarakat Amerika Serikat, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia yang berharga.

Dilihat dari keberagaman cara pembuatan, nasional karena pariwisata serta sumber daya alam yang sangat melimpah. Pemerintah telah memulai langkah-langkah untuk meningkatkan citra dan ekspor produk-produk dalam negeri, terutama dalam ranah budaya, melalui upaya diplomasi kebudayaan. Salah satu contohnya adalah upaya mempromosikan batik. Memanfaatkan batik, Indonesia berusaha untuk menarik perhatian komunitas internasional, terutama Amerika Serikat. Usaha untuk

---

<sup>11</sup> *Ibid*

memperkenalkan batik ke Amerika Serikat menjadi lebih intensif setelah UNESCO mengakui batik sebagai warisan budaya Indonesia pada tahun 2009.<sup>12</sup>

Upaya yang juga dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam menghadiri pertemuan kenegaraan dengan menggunakan batik bertujuan sebagai pengenalan batik serta mempromosikan batik selain itu juga dengan memberikan batik sebagai cendra mata kepada tokoh-tokoh penting dari negara luar salah satunya seorang tokoh dunia dengan pakaiannya. Situasi ini dapat diamati ketika mantan Presiden Afrika Selatan, Nelson Mandela, kerap kali mengenakan batik dalam berbagai acara resmi. Ini dimulai ketika ia diberikan hadiah berupa sehelai batik khas Indonesia, dan dia menyatakan bahwa dia merasa "terpesona" oleh batik Indonesia. Selain itu, batik juga menjadi pilihan beberapa selebriti internasional. Dari Paris Hilton, Siwon Super Junior, Jessica Alba dan Seohyun Tiffany SNSD.

Pada masa kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, batik menjadi salah satu produk yang paling banyak diekspor ke Amerika Serikat. Dimana penjualan batik di Amerika Serikat mengalami peningkatan yang terbilang cukup tinggi. Amerika Serikat menjadi fokus utama dalam upaya ekspor batik Indonesia, dengan Nus Nuzulia Ishak, Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, mengungkapkan bahwa 37 persen dari total ekspor batik Indonesia dipandu menuju Amerika Serikat, di mana Amerika Serikat berperan sebagai negara importir terbesar batik Indonesia yang membuat batik lebih dikenal di dunia,

---

<sup>12</sup> Deni C.R 2017. "Indonesian Cultural Diplomacy in the united states of America: Batik As National Branding Uner President Susilo Bambang Yhudhoyono Administration (2009-2014) Journal: of International, Vol.3(2) 22-24

khususnya Amerika Serikat. Ekspor batik dari Indonesia ke Amerika Serikat mengalami pertumbuhan yang substansial di sektor ekonomi..<sup>13</sup>

## 1.2 Fokus Penelitian

Dalam ruang lingkup skripsi ini, peneliti menetapkan batasan untuk lingkup permasalahan. Penelitian ini akan menitikberatkan pada metode promosi yang diterapkan untuk memperkenalkan batik Indonesia di Amerika Serikat selama masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan pencapaian yang berhasil diraih. Peneliti akan mengkaji strategi yang diimplementasikan oleh Indonesia untuk memperkenalkan budaya negara ini melalui media batik ke Amerika Serikat. Pendekatan ini memiliki dampak positif pada peningkatan citra positif Indonesia di mata masyarakat Amerika Serikat serta memberikan manfaat ekonomi. Penulis membatasi rentang waktu penelitian sesuai dengan kerangka yang telah ditetapkan. Rentang waktu yang dipilih adalah dari tahun 2009 samapai 2014. Pada tahun tersebut, batik telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya tak benda internasional, dan Indonesia telah mulai aktif memperkenalkan batik ke berbagai negara, khususnya Amerika Serikat. Sebagai batasan akhir waktu, penelitian berfokus pada tahun 2013. Pada tahun ini, dampak dari strategi promosi kebudayaan Indonesia melalui batik di Amerika Serikat sudah mulai terlihat dan dirasakan oleh Indonesia.

## 1.3 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang dipaparan di atas, maka penelitian ini akan membahas mengenai;

---

<sup>13</sup> Inda Susanti. 11 November 2013 *Dunia Makin Mencintai Batik*. <http://www.koran-sindo.com/node/317252> [Diakses pada tanggal 26 Mei 2023]

- 1) Bagaimana bentuk Strategi promosi Batik di Amerika Serikat ?
- 2) Apa saja pencapaian batik Indonesia di Amerika Serikat?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang strategi promosi yang dijalankan oleh Indonesia dalam mempromosikan budayanya ke Amerika Serikat, dengan digunakannya Batik sebagai alat untuk mencapai tujuan nasional. Skripsi ini bertujuan untuk melihat bagaimana sebuah aspek budaya mampu menghasilkan efek positif pada hubungan antar negara dan meningkatkan reputasi Indonesia.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Dalam konteks teoritis dan akademis, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana pelaksanaan strategi dan pencapaian dapat memiliki dampak positif terhadap peningkatan volume ekspor batik. Peningkatan dalam ekspor batik memiliki relevansi penting dalam meningkatkan pendapatan negara dan memperkenalkan budaya batik ke pasar internasional, khususnya di Amerika Serikat. Penelitian ini akan mengeksplorasi tiga strategi kunci yang digunakan dalam upaya memperkenalkan batik ke masyarakat Amerika Serikat. Selain itu, penelitian ini akan menyoroti berbagai pencapaian yang telah dicapai oleh industri batik, terutama dalam hal peningkatan nilai ekspor batik ke Amerika Serikat. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana promosi batik dapat berhasil dan berdampak pada pertumbuhan ekspor. Dengan demikian, penelitian ini memiliki potensi untuk menjadi

sumber informasi yang berguna bagi para akademisi, baik di dalam maupun di luar program studi Hubungan Internasional, serta bagi mereka yang tertarik untuk memahami lebih dalam tentang strategi promosi batik dan kontribusinya terhadap peningkatan ekspor, serta dampaknya pada tingkat internasional.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait strategi promosi batik dan pencapaian pada tahun 2009-2013 di Amerika Serikat. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi penyusunan skripsi, khususnya yang berminat mengangkat topik yang berkaitan dengan strategi promosi batik dan pencapaian batik di Amerika Serikat



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Konseptual**

Definisi konsep merujuk pada penjelasan atau deskripsi yang diberikan untuk menggambarkan makna atau karakteristik suatu konsep tertentu. Dalam konteks ini, konsep mengacu pada ide atau gagasan umum yang dapat mencakup berbagai hal atau situasi yang memiliki kesamaan dalam beberapa aspek. Konsep berperan penting dalam berbagai bidang, termasuk ilmu pengetahuan, linguistik, dan pemikiran filosofis. Definisi ini membantu orang untuk memahami dan berkomunikasi tentang konsep-konsep tersebut dengan cara yang jelas dan konsisten. Dalam konteks penelitian ini, peneliti akan menguraikan bagaimana strategi promosi batik Indonesia di Amerika Serikat serta pencapaian yang telah diperoleh. Hal ini terkait dengan memperkenalkan Pengiriman batik Indonesia ke Amerika Serikat juga mengalami peningkatan dalam hal nilai ekspor batik yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pasar antara Indonesia dan Amerika Serikat.

#### **2.2 Teori Internasionalisasi**

Internasionalisasi adalah teori yang berkembang seiring dengan adanya trend globalisasi pasar juga perilaku bisnis liberal perdagangan yang menjadi faktor pendorong pelaku bisnis agar bisa masuk pasar luar negeri. Saat ini, semakin banyak perusahaan, termasuk perusahaan kecil menengah, dimana melakukan kegiatan internasional walaupun mereka harus menghadapi banyak tantangan. Proses internasionalisasi mengacu pada peningkatan interaksi antara negara, terutama melalui transaksi bisnis internasional, ekspor, dan investasi asing langsung. Ini juga melibatkan pengembangan kerjasama internasional di berbagai bidang seperti ekonomi, pendidikan, perdagangan, budaya, dan politik. Internasionalisasi

melibatkan interaksi antar negara dan didasarkan pada identitas, ekonomi nasional, dan budaya nasional masing-masing negara.<sup>14</sup> Proses ini adalah hasil dari kesadaran dan pilihan suka rela dari masing-masing negara, bukan tindakan yang diperlukan, terutama dalam konteks perdagangan internasional, adalah bersaing berdasarkan keunggulan kompetitif dan berpatokan pada perjanjian yang telah disepakati oleh pihak-pihak terkait. Produk-produk nasional bersaing di pasar global dengan produk-produk dari negara lain yang dihasilkan menggunakan sumber daya, tenaga kerja, dan modal dari negara masing-masing. Ini melibatkan perluasan perdagangan ke tingkat internasional.

Dalam tahap internasionalisasi ini, setiap negara tetap memiliki kedaulatan penuh dan memiliki kemampuan untuk mengatur persyaratan perdagangan sesuai dengan kebutuhan negara dan rakyatnya. Ada lima alasan mengapa perusahaan memutuskan untuk melakukan ekspansi ke pasar internasional. Pertama, mereka ingin mendapatkan akses kepada sumber daya alam yang tersedia di negara lain. Kedua, mereka ingin mencapai pelanggan baru yang ada di pasar internasional. Ketiga, mereka mencari sumber modal tambahan untuk memperkuat kompetensi inti perusahaan. Keempat, perusahaan ingin meratakan risiko bisnis dengan mendiversifikasi pasar. Kelima, mereka ingin mencapai biaya yang lebih rendah dan meningkatkan daya saing mereka.

Rujukan pustaka dalam penelitian ini yang pertama adalah artikel yang ditulis oleh Amrum Dinar Sukmawati adalah "Implementasi Strategi dan Kebijakan Internasionalisasi Batik Indonesia dalam Pasar Global pada Tahun 2015-2019."<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Novita, & Reni. 2019. Upaya Indonesia Untuk Internasionalisasi Kopi. Jurnal Hubungan Internasional, Vol 1(1) 2-11

<sup>15</sup> Sukmawati A.D & Kurniawan.A.F 2020. Implementasi Strategi dan Kebijakan Internasionalisasi Batik Indonesia dalam Pasar Global pada Tahun 2015-2019. Jurnal Transformasi Global, Vol 2(7) 4-5.

Dalam artikel ini dijelaskan bahwa Pemerintah Indonesia telah mengambil sejumlah langkah dalam mendorong internasionalisasi batik. Ini melibatkan tahap perencanaan untuk memperbaiki industri batik, pelaksanaan berupa dukungan dalam bentuk stimulus, dan faktor-faktor pendukung. Meskipun ada beberapa keberhasilan, ada juga kendala, terutama dalam tahap pelaksanaan di skala internasional. Pemerintah mulai mengurangi peran industri kecil dan menengah batik dalam promosi luar negeri, lebih mengandalkan staf dan diplomat. Selain itu, strategi dan kebijakan dalam periode 2015-2019 belum memberikan hasil signifikan, dan persaingan antara industri batik tetap tinggi. Koordinasi yang lebih baik antara semua pihak terlibat diperlukan untuk memperbaiki performa industri batik yang mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir.

Rujukan pustaka yang kedua yaitu artikel yang ditulis oleh Achmad Zulfikar *Internationalization of Batik In The Creative Industry of Harajutik*. Dalam artikel ini menjelaskan bahwa Internasionalisasi Batik dengan menerapkan tekstil Batik dalam konsep Harajuku adalah suatu usaha untuk mengangkat harkat dan martabat bangsa melalui ekspresi kreatif. Gaya Harajutik atau Harajuku yang memadukan tekstil Batik adalah hasil dari perpaduan budaya Indonesia dan Jepang. Harajutik berhasil menghidupkan kembali tradisi leluhur dalam konteks zaman modern. Fesyen Harajutik merupakan produk dari industri kreatif yang telah membuka pintu menuju panggung seni global, dengan menarik minat banyak penggemar dari berbagai negara dan benua terhadap seni Batik sebagai warisan budaya nenek moyang.<sup>16</sup>

Adapun rujukan Pustaka yang ketiga yaitu artikel yang ditulis oleh Dyana Novita Ningsih dalam artikelnya yang berjudul “Dampak Ekonomi Ekspor Perdagangan Batik Amerika Serikat Tahun 2010-2014”. Dalam artikel ini dijelaskan bahwa Penggunaan

---

<sup>16</sup> Zulfikar Achmad. 2018, *Internationalization of Batik In The Creative Industry of Harajutik*. Jurnal: Internasional , Vol.1(203). 9-12

yang konsisten dari batik Indonesia dalam berbagai konteks, termasuk kegiatan formal seperti ekspor dan kegiatan informal seperti seminar, telah meningkatkan permintaan terhadap batik Indonesia dan berdampak positif pada perdagangan batik Indonesia. Meskipun China dan Malaysia juga melakukan ekspor batik ke Amerika Serikat, Indonesia telah berhasil menguasai pangsa pasar batik di Amerika Serikat. Salah satu elemen yang memicu pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah tingginya permintaan batik Indonesia di kalangan masyarakat Amerika.

Tingkat konsumsi yang tinggi ini mendorong pengusaha batik untuk meningkatkan produksi, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Namun, ada juga dampak negatif, seperti potensi eksploitasi sektor lain oleh investor asing di Indonesia.<sup>17</sup> Data menunjukkan bahwa peran Amerika Serikat dalam ekspor batik Indonesia sangat signifikan, dengan menyumbang sekitar 42,97% dari total ekspor. Data tersebut juga mencerminkan pertumbuhan ekspor yang stabil dalam beberapa tahun terakhir, dengan Amerika Serikat menjadi tujuan utama. Dengan demikian, batik Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap cadangan devisa negara.

### **2.3 Diplomasi Publik**

Kondisi global, pelaku, serta teknologi telah mengalami perubahan yang signifikan, menggeser diplomasi konvensional ke arah bentuk diplomasi yang lebih modern, seperti diplomasi digital. Seiring kemajuan inovasi data, beberapa panggilan penilaian dibuat untuk tujuan kebijaksanaan. Hari ini, perang belum sepenuhnya berakhir. Isu baru seperti lingkungan, pariwisata, budaya, terorisme, kesehatan, juga hak asasi manusia searang ini sudah menjadi fokus utama dalam

---

<sup>17</sup> Ningsih.D.N 2015. Dampak Ekonomi Ekspor Perdagangan Batik Indonesia ke Amerika Serikat Tahun 2010-2014. Jurnal Hubungan Internasional, Vol 2(2) 1-11.

diplomasi publik. Diplomasi publik merujuk pada usaha pemerintah suatu negara untuk mempengaruhi opini publik atau para pemangku kepentingan di negara lain, dengan tujuan mengubah kebijakan luar negeri negara target untuk keuntungan sendiri. Menurut Direktur Jenderal Diplomasi Publik Indonesia, diplomasi publik merupakan cara untuk memanfaatkan berbagai kemampuan suatu negara yang bisa mencakup sumber daya alam dan keanekaragaman budayanya diperkenalkan ke masyarakat global. Dengan intensifikasi diplomasi publik, pemerintah berharap bahwa upaya diplomatiknya akan berjalan lebih efisien dan menghasilkan dampak yang lebih besar dan signifikan pada masyarakat internasional.

Pemerintah juga berpartisipasi dalam melibatkan publik, membuka jalan bagi perundingan yang dilakukan oleh perwakilan pemerintah, dan memberikan masukan serta sudut pandang yang beragam dalam menghadapi suatu masalah.<sup>18</sup> Diplomasi publik dapat dijelaskan sebagai upaya mencapai kepentingan nasional suatu negara melalui *understanding* (pemahaman), *informasi* (penyediaan informasi), dan *influencing* pengaruh terhadap audiens di luar negeri. Dalam hal ini, proses diplomasi publik memperluas konsep diplomasi tradisional yang melibatkan interaksi antara pemerintah.

Tujuannya adalah agar masyarakat internasional memiliki pandangan positif terhadap suatu negara, yang pada gilirannya membentuk dasar sosial untuk interaksi dan pencapaian tujuan yang lebih melibatkan berbagai aspek. Proses penyampaian informasi ini melibatkan media cetak dan elektronik, seperti pengumuman melalui surat kabar, pembuatan brosur, serta pemanfaatan platform seperti *Twitter* dan *Facebook* untuk menyebarkan informasi yang ingin disampaikan. Ini bertujuan untuk

---

<sup>18</sup> Benny Susetyo PR. 18 Desember 2008. *Peranan Diplomasi Publik*  
[http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Aetikel/062.%20Peranan%20Diplomasi%20Publik%20\(18%20Desember%202008\).pdg](http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Aetikel/062.%20Peranan%20Diplomasi%20Publik%20(18%20Desember%202008).pdg) [Diakses Pada Tanggal 18 Maret 2023]

mempermudah akses informasi oleh masyarakat luas. Proses pemahaman melibatkan penjelasan dan pengertian mendalam mengenai penyampaian informasi mengenai budaya yang sedang dipromosikan, agar dapat dipahami sepenuhnya oleh audiens penerima. Sementara itu, pengaruh merupakan tahap akhir dari serangkaian proses sebelumnya, di mana hasil tanggapan dari audiens terhadap informasi yang disampaikan menjadi gambaran dari dampak yang dihasilkan.<sup>19</sup>

Salah satu cara untuk melaksanakan diplomasi publik adalah dengan memperkenalkan atau mengirimkan elemen budaya dari sebuah negara kepada negara lain. Diplomasi publik bisa dianggap sebagai upaya untuk membuka ruang komunikasi mengenai kerangka adaptasi dan negosiasi unsur lokal dan nasional di skala global. Dalam konteks hubungan internasional, unsur-unsur lokal dan nasional yang diperbincangkan menjadi bagian dari kepentingan nasional.<sup>20</sup> Diplomasi publik membentuk alat yang efektif dalam mempengaruhi opini publik melalui pemanfaatan budaya.

Berbeda dengan diplomasi konvensional yang berfokus ke pembentukan pemahaman tentang budaya di mata masyarakat asing yang mengunjungi suatu negara, diplomasi publik sudah melangkah lebih maju dengan menghubungkan pemerintah dengan berbagai elemen seperti departemen pemerintah, organisasi non-pemerintah (NGO), sektor swasta, individu, dan media. Dalam bentuknya, diplomasi publik ini sesuai untuk membangun hubungan yang kokoh dengan negara lain, baik melalui kerjasama bilateral maupun multilateral. Pemanfaatan unsur budaya dalam diplomasi publik bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang negara tersebut, institusinya, sikapnya, dan kepentingan nasionalnya, serta

---

<sup>19</sup> *Ibid*

<sup>20</sup> Partisipasi Publik dalam Mendukung Diplomasi Publik <https://iap2.or.id/partisipasi-publik-dalam-mendukung-diplomasi-publik/> [Diakses Pada tanggal 7 Oktober 2023]

setiap kebijakan yang berkaitan dengan karya seni dan kebudayaan yang dihasilkan oleh negara. Fungsi yang paling utama dalam pendekatan ini adalah untuk memajukan kepentingan nasional melalui pemahaman, informasi, serta pengaruh yang disalurkan kepada publik di luar negeri. Ini merupakan salah satu alat dari daya tarik lunak (*soft power*) yang telah mengalami pertumbuhan pesat dalam pengembangan diplomasi publik. Pertumbuhan ini dipercepat oleh langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah untuk mengatasi konflik antar negara dengan mengagas cara lain yang lebih efektif. Di panggung internasional, Indonesia yang dikenal karena kekayaan pariwisata dan sumber daya alamnya telah mengadopsi konsep baru untuk mengurangi ketegangan dalam politik internasional melalui pendekatan daya tarik lunak, khususnya dengan memanfaatkan industri kreatif dalam negeri.

Pemerintah telah memusatkan perhatian dalam penataan citra serta ekspor dengan mendorong promosi produk-produk domestik, terutama dalam aspek budaya, melalui diplomasi kebudayaan. Salah satu produk yang diutamakan adalah batik. Dengan menggunakan batik sebagai instrumen diplomasi kebudayaan, Indonesia mulai menarik perhatian masyarakat internasional, terutama di Amerika Serikat. Langkah-langkah untuk memperkenalkan batik di Amerika Serikat dimulai setelah UNESCO menetapkan batik sebagai bagian dari warisan budaya takbenda dunia pada tahun 2009.<sup>21</sup>

Dalam usaha untuk menarik perhatian masyarakat di Amerika Serikat, Indonesia menyusun berbagai agenda promosi. Ini termasuk penyelenggaraan festival budaya dan pameran batik, yang melibatkan pengajaran membatik, demonstrasi chanting, presentasi film dokumenter, serta penyampaian sejarah batik mulai dari awal

---

<sup>21</sup> *Ibid*

kemunculannya sebagai bagian dari warisan budaya yang berkembang di Indonesia. Sejak tahun 2011, pemerintah Indonesia telah mengirim tenaga pengajar ke Amerika Serikat untuk memperkenalkan dan mengajarkan teknik membuat batik kepada masyarakat di sana. Tenaga pengajar ini ditempatkan di sebuah pendidikan dasar di kota Chicago. Terakhir, inisiatif yang dikerahkan oleh pemerintah dan para pihak yang berdedikasi terkait batik Indonesia adalah penyelenggaraan kompetisi membuat batik bagi penduduk Amerika Serikat di Kedutaan Besar Indonesia di sana. Tujuan dalam kegiatan ini adalah memperkenalkan lebih lanjut Indonesia kepada masyarakat Amerika Serikat dan meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya batik dalam budaya Indonesia. Sesuai dengan prinsip diplomasi publik yang telah diuraikan, upaya diplomasi publik Amerika Serikat dengan rangkaian acara budaya, seperti pertunjukan mode batik dan festival, melibatkan sejumlah tahap dalam proses penyampaian informasi.

Informasi mengenai pelaksanaan pameran batik disebarakan melalui berbagai saluran media, termasuk media elektronik dan media cetak. Misalnya, Info mengenai pameran batik tersedia dalam beragam program hiburan di media elektronik, juga melalui brosur yang terpasang di berbagai lokasi di seluruh kota Amerika Serikat. Di samping itu, pengumuman juga disebarakan melalui surat kabar dan melalui media sosial seperti Twitter, Facebook, serta blog yang dikelola oleh Kedutaan Besar Indonesia di Amerika Serikat. Pada tahap "Understanding," informasi tentang budaya batik dan nilai-nilainya diberikan melalui penyajian film dan video tentang batik. Sementara pada tahap "Influencing," upaya melibatkan pemanfaatan dokumenter, pelatihan, dan kompetisi membuat batik, dengan tujuan memengaruhi masyarakat Amerika Serikat agar dapat merangkul dan terlibat dalam budaya batik.<sup>22</sup> Hasil dari

---

<sup>22</sup> Zahidi M.S, (2017) Batik AS Indonesian Public Diplomacy In ASEAN Economic Community (AEC) *Journal of International Relations*. Vol 3,(2) 3-6



upaya pengenalan budaya batik ini membawa dampak positif berupa penguatan hubungan antara Indonesia dan Amerika Serikat yang melibatkan kerjasama bilateral, serta pertumbuhan pendapatan negara melalui peningkatan ekspor batik ke Amerika Serikat yang terus meningkat. Dalam menjalin kerjasama luar negeri dengan negara-negara lain, Indonesia menggunakan pendekatan diplomasi berbasis *soft power*, di mana diplomasi batik diangkat sebagai salah satu alat dalam diplomasi di dunia internasional. Batik dipilih karena merupakan warisan nenek moyang Indonesia yang masih terjaga hingga saat ini, dan dinilai mudah diterima dan diapresiasi oleh masyarakat internasional. Selain itu, batik juga dapat diaplikasikan dalam bidang fashion, sehingga menarik perhatian dan minat dari masyarakat di luar negeri. Batik telah mendapatkan pengakuan dari UNESCO setelah melewati proses yang panjang pada tanggal 28 September 2009, dan penghargaan resmi diberikan pada tanggal 2 Oktober 2009, yang kemudian ditetapkan sebagai Hari Batik Nasional.

Dalam proses ini, terjadi klaim dari Malaysia bahwa batik juga merupakan bagian dari kebudayaan mereka, namun akhirnya dunia internasional mengakui bahwa batik adalah warisan nenek moyang Indonesia dan merupakan kebudayaan asli dari Indonesia. Pengakuan batik oleh UNESCO merupakan pencapaian yang langka dalam upaya *soft power* diplomasi Indonesia. Pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dia memerintahkan untuk memperkuat daya tarik melalui *soft power* yang diwujudkan dalam bentuk kebudayaan Indonesia, termasuk penggunaan batik. Selama periode tersebut, diplomasi melalui batik dan hubungan dengan Amerika Serikat menjadi penting, terutama karena pernah terjadi kemerosotan dalam hubungan bilateral kedua negara. Hal ini dipicu oleh masalah internal seperti isu teoritis dan pelanggaran hak asasi manusia.<sup>23</sup> Indonesia telah

---

<sup>23</sup> Adi Nurma Putranto. (2021). *Batik Sebagai Soft Power Diplomasi Indonesia*. Jurnal Hubungan Internasional. Vol 1(1) 1-8.

mengambil beberapa langkah dalam rangka memperkenalkan batik, khususnya kepada publik Amerika Serikat. Salah satu strategi yang dilakukan adalah mengadakan festival budaya dan ekshibisi batik di Kedutaan Besar Indonesia di Amerika Serikat. Dalam acara festival budaya batik tersebut, berbagai komponen acara disajikan, termasuk penayangan film dokumenter yang menguraikan aspek-aspek budaya batik, sesi praktik membuat batik dengan metode chanting, serta pemaparan sejarah batik, mulai dari saat muncul sebagai elemen budaya yang berkembang di Indonesia.<sup>24</sup>

Selain itu adapun strategi yang juga dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam menghadiri pertemuan kenegaraan dengan menggunakan batik bertujuan sebagai pengenalan batik serta mempromosikan batik selain itu juga dengan memberikan batik sebagai cendra mata kepada tokoh-tokoh penting dari Negara luar salah satunya seorang tokoh dunia yaitu Nelson Mandela yang selalu bangga dan ikut memperkenalkan batik ke seluruh dunia dengan pakaiannya. Situasinya tergambar ketika Nelson Mandela, mantan presiden Afrika Selatan, kerap mengenakan pakaian batik dalam berbagai acara kenegaraan. Awalnya, ia diberikan cindramata berupa sebuah batik khas Indonesia, dan dari situlah ia mengungkapkan kekagumannya terhadap batik Indonesia dengan mengatakan bahwa ia "jatuh hati" pada batik tersebut.

Rujukan Pustaka yang pertama dalam artikel yang ditulis oleh Adi Nurma Putranto yang berjudul "Batik Sebagai Soft Power Diplomasi Indonesia". Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Di masa lalu, diplomasi terbatas pada hubungan antara pemerintah dan pemerintah, sementara sekarang, pendekatan ini mulai digantikan oleh diplomasi publik (antara pemerintah dan masyarakat atau antara

---

<sup>24</sup> Putranto. A.N, (2021) Bati Sebagai Soft PowerDiplomasi Indonesia. Jurnal Hubungan Internasional. Vol 1(1) 1-8

masyarakat sendiri) yang dijalankan melalui soft power diplomasi. Pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, diplomasi publik, terutama melalui aspek kebudayaan, menjadi penting dalam menjawab berbagai permasalahan di Indonesia seperti terorisme dan pelanggaran HAM. Ini merespons kebijakan Travel Warning yang dikeluarkan oleh Amerika Serikat, yang berdampak negatif pada hubungan bilateral antara kedua negara.

Salah satu alat dari soft power diplomasi yang digunakan Indonesia di bawah kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono adalah promosi batik. Pemilihan batik sebagai alat diplomasi dipengaruhi oleh kemampuannya untuk diterima oleh masyarakat internasional dan kemudahan dalam beradaptasi dalam berbagai tren fashion. Upaya diplomasi batik Indonesia di Amerika Serikat di bawah pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mencakup kerjasama dalam enam bidang, yaitu demokrasi dan masyarakat sipil, pendidikan, keamanan, iklim dan lingkungan, energi, serta perdagangan dan investasi. Ini menandakan pemulihan hubungan bilateral yang positif antara Indonesia dan Amerika Serikat, meskipun mengalami tantangan dan perubahan dari waktu ke waktu.

Diplomasi batik berhasil mengembalikan citra positif Indonesia dan memberikan manfaat besar bagi negara, terutama dalam konteks internasionalisasi batik sebagai identitas nasional yang memperkuat branding Indonesia. Ini juga menghasilkan kerjasama yang substansial dari Indonesia dan Amerika Serikat, seperti Indonesia-US Comprehensive Partnership, yang merupakan bukti keberhasilan diplomasi tersebut dan memberikan manfaat yang besar bagi Indonesia, terutama dalam konteks hubungan bilateral.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> *Ibid*

Rujukan Pustaka yang kedua yaitu, dalam artikel yang ditulis oleh Leonita K. Syarief, dan Asriana Issa Sofia yang berjudul "Analisa Deskriptif Kanal Youtube Nihongo Mantappu Sebagai Media *Citizen Diplomacy* Batik Indonesia" Dalam artikel ini dijelaskan Jerome Pollin, melalui kanal YouTube-nya yang dikenal dengan nama "Nihongo Mantappu," telah berhasil menjalankan diplomasi budaya dengan baik, khususnya dalam memperkenalkan batik kepada masyarakat luas. Jerome berhasil melaksanakan peran sebagai warga negara yang berperan dalam diplomasi, meskipun kontennya yang secara eksplisit membahas batik masih terbilang terbatas. Namun, beberapa konten yang telah mengandung unsur batik mampu memberikan promosi yang efektif terhadap batik. Ini juga menunjukkan bahwa setiap individu warga negara Indonesia memiliki potensi untuk berperan sebagai pelaku dalam diplomasi budaya. Agar peran masyarakat sebagai pelaku diplomasi warga negara semakin meningkat, disarankan agar Pemerintah memberikan penghargaan atau apresiasi khusus kepada para pembuat konten ini.<sup>26</sup>

Adapun rujukan yang ketiga yaitu artikel yang ditulis oleh M. Syaprin Zahidi dalam artikelnya yang berjudul "Batik AS Indonesian Public Diplomacy In ASEAN Economic Community (AEC)".<sup>27</sup> Dalam artikel ini dijelaskan Pemerintah Indonesia telah mengambil sejumlah langkah dalam mendorong internasionalisasi batik. Ini melibatkan tahap perencanaan untuk memperbaiki industri batik, pelaksanaan berupa dukungan dalam bentuk stimulus, dan faktor-faktor pendukung. Meskipun ada beberapa keberhasilan, ada juga kendala, terutama dalam tahap pelaksanaan di skala internasional. Pemerintah mulai mengurangi peran industri kecil dan menengah batik dalam promosi luar negeri, lebih mengandalkan staf dan diplomat. Selain itu,

---

<sup>26</sup> Syarief. L.K, & Sofia Asriana Issa.(2021) Analisa Deskriptif Kanal Youtube Nihongo Mantappu Sebagai Citizen Diplomacy Batik Indonesia. Jurnal Hubungan Internasional. Vol 2(3) 30-36

<sup>27</sup> Zahidi M.S, (2017) Batik AS Indonesian Public Diplomacy In ASEAN Economic Community (AEC) Journal of International Relations. Vol 3,(2) 1-4

strategi dan kebijakan dalam periode 2015-2019 belum memberikan hasil signifikan, dan persaingan antara industri batik tetap tinggi. Koordinasi yang lebih baik antara semua pihak terlibat diperlukan untuk memperbaiki performa industri batik yang mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> *Ibid*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Dalam rancangan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian Kualitatif yang penelitian bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Yang berarti pengumpulan datanya menggunakan literatur atau penelitian-penelitian terdahulu, berita dan sumber tertulis lainnya. Penelitian ini tidak menggunakan teknik perhitungan murni tetapi lebih memanfaatkan informasi dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya. Metode ini digunakan sesuai dengan tujuan peneliti, dimana untuk menjelaskan Strategi promosi budaya Indonesia ke Amerika Serikat menggunakan Batik.

#### **3.2 Kehadiran Peneliti**

Pada penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen dan pengumpul data. Data yang digunakan merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada, seperti penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti kerjakan, literatur, dan jurnal. Kehadiran peneliti hanya terlibat pada proses pengumpulan data penelitian dari awal sampai pada tahap pengelolaan data. Peneliti mengumpulkan data agar memenuhi data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini.

#### **3.3 Lokasi Penelitian**

Untuk kebutuhan literatur dan informasi, peneliti memanfaatkan teknologi dan fasilitas kampus untuk melakukan pengumpulan data, yakni sebagai berikut:

- a. Buku dan jurnal yang dikumpulkan dari perpustakaan Universitas Fajar dan
- b. *Website* Resmi Pemerintah dan Institusi Suasta

### 3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah penelitian pengumpulan data yang berupa data dari sumber pendukung pustaka, maupun jurnal terkait. Peneliti lebih berfokus pada Data sekunder yang dimana Data Sekunder adalah data yang didapatkan dari pihak lain yang bersifat saling melengkapi, dan data ini dapat berupa dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengadopsi metode pengumpulan data melalui pendekatan studi pustaka atau penelitian literatur, di mana peneliti menggunakan data sekunder yang telah tersedia sebelumnya. Teknik pengumpulan data melalui kajian literatur, termasuk laporan-laporan yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data yang utama adalah data sekunder, yang diperoleh dari penelitian sebelumnya atau literatur yang berkaitan dengan subjek penelitian.

### 3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis dalam mengatur dan menyimpulkan data yang telah terkumpul. Setelah proses pengumpulan data selesai, penulis menerapkan metode ini dengan mengumpulkan literatur yang relevan dengan topik yang dibahas. Dalam konteks "Strategi promosi budaya Indonesia ke Amerika Serikat menggunakan Batik", metode ini digunakan untuk mengumpulkan literatur seperti jurnal, skripsi, tesis, dan artikel *online* dari sumber-sumber terpercaya. Melalui pendekatan ini, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur resmi yang diolah untuk analisis.

### 3.7 Tahap-tahap Penelitian

**Bab I Pendahuluan**, penulis menjelaskan latar belakang mengenai strategi promosi batik Indonesia ke Amerika Serikat serta pencapaian batik di Amerika

Serikat. Selain itu fokus pada penelitian ini penulis memaparkan mengenai fokus pada penelitian dan rumusan masalah yang dijadikan pedoman penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian.

**Bab II Tinjauan Pustaka**, pada bab ini penulis menguraikan tentang kerangka konseptual untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Penulis menggunakan teori internasionalisasi dan konsep diplomasi publik.

**Bab III Metode Penelitian**, Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang akan digunakan. Mulai dari rancangan penelitian yang direncanakan, kehadiran peneliti selama penelitian, waktu dan lokasi di mana penelitian dilakukan, sumber data yang akan digunakan, teknik pengumpulan data yang diadopsi, serta tahap-tahap yang akan ditempuh dalam pelaksanaan penelitian.

**Bab IV Hasil Penelitian**, penulis akan memaparkan mengenai rumusan masalah yang timbul dari penelitian ini, seperti bagaimana strategi promosi memperkenalkan batik Indonesia ke Amerika Serikat. Dan pada bab ini penulis juga akan menguraikan bagaimana pencapaian apa saja yang telah di dapat pada masa pemerintahan presiden Susilo Bambang Yhudhoyono.

**Bab V Kesimpulan**, pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan mengenai data yang telah dihasilkan dalam penelitian, saran serta kendala-kendala yang penulis alami dalam proses penelitian.



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Strategi Promosi Batik di Amerika Serikat**

Pada prinsipnya, strategi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir. Menurut pandangan *Minner* dan *Steinner*, strategi melibatkan penetapan misi dan tujuan organisasi, dengan mempertimbangkan faktor-faktor kekuatan baik dari luar maupun dari dalam organisasi. Hal ini bertujuan untuk merumuskan kebijakan yang akan digunakan dalam mencapai tujuan tersebut serta memastikan pelaksanaannya secara tepat. Strategi menjadi alat pokok yang memudahkan organisasi dalam mencapai tujuannya dengan efektif. Maka strategi adalah sejumlah keputusan juga aksi dalam meraih tujuan dan sebagai penyesuaian sumber daya sebuah organisasi dengan adanya tantangan dan peluang yang dihadapi dalam lingkungan organisasi.

Strategi menjadi rencana jangka Panjang yang bersamaan dengan tidak-tindakan yang menjadi tujuan untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. Adapun manfaat dari strategi secara umum yaitu yang *pertama*, sebagai cara dalam mengantisipasi masalah-masalah Perusahaan dimasa yang akan datang dimana keadaan perusaan yang bisa berubah dengan cepat, *kedua*, bisam memberikan tujuan serta mengarahkan Perusahaan di masa depan dengan lebih jelas kesemua karyawan. *Ketiga* dibuatnya tugas para eksekutif puncak agar bisa menjadi lebih mudah dan mengurangi resiko. *Keempat* sebagai monitor mengenai apa saja yang dikerjakan serta apa saja yang terjadi dalam Perusahaan untuk bisa memberikan sumbangan mengenai kesuksesan Perusahaan atau bisa juga mengarah ke

kegagalan.<sup>29</sup> dan strategi yang digunakan dalam strategi pengenalan batik yaitu dengan menggunakan strategi *Informing*, *Understanding*, dan *Influencing* adalah pendekatan yang digunakan oleh pemerintah atau lembaga untuk berkomunikasi dengan masyarakat asing atau publik internasional dengan tujuan memperkuat pemahaman, membangun hubungan, dan mempengaruhi persepsi serta pandangan terhadap negara tersebut. Pendekatan ini terutama digunakan dalam diplomasi publik atau diplomasi budaya untuk mencapai tujuan-tujuan diplomatik dan kepentingan nasional.

#### 4.1.1 *Informing*

Sistem informasi merupakan suatu rangkaian elemen yang saling terhubung dan merujuk pada teknologi, terutama perangkat keras, perangkat lunak, serta jaringan telekomunikasi yang memberikan fasilitas dan dukungan dalam proses pengolahan, pengumpulan, persiapan, dan pertukaran informasi. Proses informasi diimplementasikan melalui sistem komputer pada berbagai tingkatan organisasi, yang mampu mengubah tujuan, produk, operasi, dan relasi antara lingkungan, dengan tujuan membantu organisasi menghasilkan keuntungan kompetitif.<sup>30</sup>

Demikian, dapat disarikan bahwa proses informasi merujuk pada perencanaan strategis terkait sistem dan teknologi informasi, yang melibatkan analisis untuk merumuskan tujuan dan sasaran perusahaan, serta menentukan strategi yang memanfaatkan keunggulan sistem informasi dan dukungan teknologi informasi untuk mendukung strategi bisnis. Hal ini bertujuan memberikan perusahaan keunggulan jangka panjang dalam bersaing dengan entitas bisnis lainnya. Proses ini mengenalkan budaya batik Indonesia ke Amerika Serikat sebagai bagian dari identitas dan warisan budaya Republik Indonesia dilakukan melalui berbagai metode,

---

<sup>29</sup> Zairina Rr Cattleya. 2012. "Penerapan Strategi Pemasaran Eksor Batik Pada PT. Batik Danar Hadi Di Surakarta" Jurnal: Diplomasi Bisnis. Vol.1(1) 23-25

<sup>30</sup> *Ibid*

baik oleh pemerintah maupun oleh organisasi non-pemerintah yang terlibat dalam bidang batik. Proses ini dimulai dengan langkah *informing*, di mana usaha dilakukan untuk menyebarkan informasi mengenai budaya batik kepada masyarakat di Amerika Serikat. Upaya ini dilakukan melalui media cetak dan elektronik.<sup>31</sup> Tahap pertama dalam strategi ini adalah untuk menginformasikan atau memberi informasi tentang batik kepada audiens target. Tujuan dari tahap ini adalah sebagai warisan budaya Indonesia yang bernilai dan unik. Pemahaman lebih mendalam mengenai cara memperkenalkan batik dengan menggunakan media cetak juga elektronik akan diuraikan sebagai berikut:

#### 1) Media Cetak

Pemanfaatan media cetak menjadi sebuah strategi yang diterapkan oleh Indonesia untuk memperkenalkan budaya batik kepada Amerika Serikat. Tujuan dari penggunaan media cetak ini sebagai bentuk dalam memberi informasi tentang berbagai kegiatan yang akan dilakukan dalam rangka memperkenalkan budaya batik. metode promosi budaya batik melibatkan media cetak dalam bentuk pembuatan pamflet, brosur, dan spanduk yang digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai acara-acara terkait batik. Tujuan utamanya adalah memastikan lancarnya pelaksanaan pameran batik dan kegiatan serupa, serta memastikan bahwa informasi tersebar secara luas. Pemerintah Indonesia melalui kedutaan besar di Amerika Serikat menerapkan pendekatan ini dengan menyebarluaskan pamflet dan brosur di sekitar area kedutaan serta taman-taman kota di Amerika Serikat. Pamflet dan brosur tersebut berisi informasi mengenai acara seperti "American Batik Design Competition: The Spirit of America In The Heritage of Batik" dan "Indonesian Batik Workshop for

---

<sup>31</sup> Regina Ayu Maharani. 2022. Using Batik As An Icon Of Indonesian Culture For Soft Diplomacy (Menggunakan Batik Sebagai Ikon Kebudayaan Indonesia Untuk Soft Diplomasi) ://C:/Users/ER/Downloads/ReginaAyuMaharani\_20210510327\_UK1PengantarDiplomasi%20(1). [Diakses Pada Tanggal 5 Oktober]

Art Teacher." Melalui upaya ini, Indonesia berusaha untuk memberikan pemahaman yang lebih luas tentang budaya batik kepada masyarakat Amerika Serikat..<sup>32</sup>

## 2) Media Elektronik

Promosi budaya batik Indonesia menggunakan media elektronik adalah salah satu metode yang digunakan oleh Indonesia dalam memberikan informasi lebih mendalam tentang batik kepada masyarakat. Melalui pendekatan ini, Indonesia membuat film dokumenter yang berjudul "Batik: *Love Our Story*" yang bertujuan untuk menjelaskan secara komprehensif mengenai Sejarah lengkap pengembangan batik di Indonesia, motif yang digunakan, serta filosofi yang terkandung dalam motif-motif tersebut.<sup>33</sup> Salah satu contoh film dokumenter yang berjudul "Batik: *Love Our Story*" ini adalah karya Nia Dinata, seorang produser Indonesia yang sangat mencintai batik, yang dirilis pada tahun 2011.<sup>34</sup>

Film ini mendapat penghargaan tinggi dari penduduk Amerika Serikat serta KBRI Washington, yang bahkan membuat sebuah dokumenter serupa dengan judul "The Spirit of American In The Heritage of Batik" dalam bahasa Inggris. Film tersebut telah menjadi alat efektif yang digunakan oleh Indonesia untuk memperkenalkan budaya batik di berbagai penjuru dunia, termasuk Amerika Serikat. Selain itu, Kedutaan Besar Indonesia di Washington D.C. juga menciptakan sebuah film dokumenter yang bertujuan untuk lebih mendalami pengetahuan masyarakat Amerika Serikat tentang batik. Film ini secara praktis memperlihatkan tahap demi tahap dalam proses

---

<sup>32</sup> Made Mastra 8 April 2011. *The Ambassador of Republic Indonesia Launched First American Batik Competition Washington D.C.*  
[http://americanbatik.embassyofindonesia.orh/photo/2011/gala\\_dinner/index.htm](http://americanbatik.embassyofindonesia.orh/photo/2011/gala_dinner/index.htm). [diakses pada tanggal 17 April 2013]

<sup>33</sup> Gusman Egie. 30 September 2011. *Nia Dinata Gratiskan Film Tentang Batik.*  
<http://celebrity.okezone.com/read/2011/09/30/206/509252/nia-dinata-gratiskan-film-tentang-sejarah-batik> [Diakses pada tanggal 17 April 2023]

<sup>34</sup> Sukmawati, A. D., & Kurniawan, A. F. (2020). Strategi dan Kebijakan Promosi Batik di Pasar Global. *Transformasi Global*, Journal Transformasi Global, Vol 2(7) 1-6

pembuatan batik. Melalui inisiatif ini, Indonesia berupaya untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang proses dan teknik pembuatan batik kepada masyarakat di luar negeri, khususnya di Amerika Serikat.

**Tabel 4.1 : Kegiatan *Informing*<sup>35</sup>**

NO	NAMA KEGIATAN	TUJUAN KEGIATAN	TEMPAT & TAHUN	YANG TERLIBAT
1	<i>American Batik Design Competition : The Spirit of American Indhe Heritage of Batik</i>	Untuk menghadirkan kreativitas dan inovasi dalam seni batik, sambil memperkenalkan warisan budaya Indonesia ini kepada dunia, dan juga untuk mendorong penyebaran budaya batik Indonesia ke dalam keragaman budaya di Amerika Serikat.	Mandarin Oriental Hotel, <i>Washington DC</i> , AS, 30 Oktober 2013	Duta Besar Republik Indonesia. Dr. Dino Patti Djalal & Sri Sultan Hamengkubuwono X
2	<i>Indonesian Batik Workshop Art Teacher</i>	Mengajarkan bagaimana Teknik membatik tradisional Indonesia menggunakan <i>canthing</i> , cap, serta malam dan proses pewarnaan batik dengan pewarna alam	<i>Whashington DC</i> , 2013	Duta Besar RI. Dino Patti Djalal & KBRI Washington serta para pengajar Indonesia

Sumber : diolah dari berbagai sumber Palenahu D.P.S : Peran Diplomasi Publik Dalam Memperkuat Hubungan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono 2004-2014

#### 4.1.2 *Understanding*

Proses pembelajaran secara umum merujuk pada suatu pendekatan utama yang mengarahkan usaha menuju pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Proses ini berkaitan dengan interaksi antara pengajar dan pelajar dalam mengaktualisasikan aktivitas belajar-mengajar guna mencapai sasaran yang

<sup>35</sup> Palenahu D.P.S. 2017. Peran Diplomasi Publik Dalam Memperkuat Hubungan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono 2004-2014. *Journal Global Insight*. Vol 1(2) 125-137 & Susanto.I.S. 2015. Diplomasi Batik Indonesia di Amerika Serikat pada masa pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono 2015, Vol XII (1): 1-16

diinginkan.<sup>36</sup> Tahapan awal dari proses pembelajaran melibatkan analisis situasi dan kebutuhan, yang menjadi landasan untuk mengembangkan rencana pembelajaran.<sup>37</sup> Dalam hal ini, guru dapat memahami tujuan yang ingin dicapai dalam proses pembelajaran serta strategi yang akan digunakan untuk mencapainya. Hasil dari perencanaan ini kemudian menjadi panduan dan referensi bagi para guru dalam mengarahkan kegiatan pembelajaran menuju pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.<sup>38</sup> Perkembangan batik selama periode waktu yang lalu sudah mengalami banyak peningkatan, terutama mengenai motif serta produksi.

Awalnya, batik hanya digunakan oleh sejumlah individu tertentu, namun saat ini telah menjadi pakaian umum yang diminati oleh banyak masyarakat, baik dalam negeri maupun di luar negeri. Kesuksesan ini serta sebagian besar dipengaruhi oleh upaya-upaya pemerintah dan masyarakat dalam mempromosikan budaya batik, terutama melalui peran penting tenaga pengajar yang diutus oleh Pemerintah Indonesia ke berbagai negara, serta peran komunitas Indonesia di luar negeri. Peran dari tenaga pengajar yang diutus ke luar negeri memiliki peran krusial dalam pengenalan budaya batik. Mereka berperan dalam mengenalkan, mendemonstrasikan, dan mengajarkan teknik-teknik membatik kepada masyarakat di negara tujuan.

Selain itu, masyarakat Indonesia yang berada di luar negeri juga turut berkontribusi dalam mempromosikan batik dengan cara mengenakan dan memamerkan batik dalam berbagai acara serta kegiatan budaya di negara tempat tinggal mereka. Semua upaya ini dilakukan dengan tujuan memperkenalkan dan

---

<sup>36</sup> *Ibid*

<sup>38</sup> Jamil Suprihatiningrum, 2017. *Strategi Pembelajaran*. Perpustakaan Polinema; Yogyakarta, Ar-Ruzz Media.

memperluas apresiasi terhadap batik Indonesia di panggung internasional. Namun, dalam beberapa kasus, ada juga tenaga pengajar yang tidak mendapatkan dukungan langsung dari Pemerintah Indonesia. Meskipun demikian, mereka tetap gigih menggalang sumbangan dana untuk mengadakan acara-acara terkait batik serta membentuk komunitas batik di luar negeri. Upaya ini mengarah pada keinginan untuk menyelenggarakan sebuah acara yang lebih besar yang memusatkan perhatian pada budaya batik Indonesia. Untuk mencapai tujuan ini, mereka mengundang pemerintah Indonesia untuk datang ke Amerika Serikat dan memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang Batik Indonesia.

Selain melibatkan pemerintah, upaya ini juga didukung oleh partisipasi aktif masyarakat Indonesia yang tinggal di Amerika Serikat. Mereka ikut berkontribusi dalam acara-acara terkait batik serta membantu dalam penyelenggaraan berbagai kegiatan promosi budaya. Dalam salah satu contohnya, kunjungan Sri Sultan Hamengkubono ke-10 ke Amerika Serikat menjadi momen penting dalam menjelaskan pengetahuan yang sangat mendalam tentang batik Indonesia, khususnya batik Yogyakarta.<sup>39</sup>

**Tabel 4.2 : Kegiatan *Understanding***<sup>40</sup>

NO	NAMA KEGIATAN	TUJUAN KEGIATAN	TEMPAT & TAHUN	YANG TERLIBAT
1	Memasukan budaya Batik ke dalam kurikulum	Memberikan pemahaman kepada anak-anak di sekolah	<i>Chicago Public School</i>	KJRI di <i>Chicago</i> , Seniman, pendidik asal Indonesia, Avy

<sup>39</sup> *Ibid*

<sup>40</sup> Adisti P.A. 2021 Diplomasi Kebudayaan Indonesia Ke Amerika Serikat Melalui Sosial Batik Pasca Pengukuhan Batik Oleh UNESCO Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Batik Di Amerika Serikat. *Jurnal Hubungan Internasional*, Vol.1(1) 1-6 & Ningsih.D.N. 2015. Dampak Ekonomi Ekspor Perdagangan Batik Indonesia Ke Amerika Serikat Pada Tahun 2010-2014. Vol 2(2) 4-8

NO	NAMA KEGIATAN	TUJUAN KEGIATAN	TEMPAT & TAHUN	YANG TERLIBAT
	sekolah dasar di <i>Chicago Public School</i>	dan Masyarakat umum di <i>Chicago Park District</i> juga <i>Community Center</i>	Pada tahun 2012	Loftus. Pendiri sekaligus ketua organisasi nirlabs yang berbasis di <i>Montreal</i> , Kanada
2	<i>Gallery of Indonesian</i>	Memberikan pemahaman kepada Masyarakat Amerika Serikat tentang Batik dan mengajarkan mereka cara membuatnya	<i>Greenville, South Carolina</i> pada tahun 2008 & 2010	Pemerintah Indonesia, Masyarakat Indonesia yang tinggal di Amerika Serikat, Mey Hasibuan, Desainer Yurita Puji ( <i>Gallery of Indonesia</i> yang bekerjasama dengan <i>Mauldin Cultur Center</i> )

Sumber : diolah dari beberapa sumber di ambil dari Adisti.P.A & Ningsih.D.N

Selama kunjungan ini, pengetahuan tentang teknik membatik tradisional juga diberikan kepada peserta, membantu dalam memperluas pemahaman mengenai budaya batik Indonesia. Dalam upaya memasukkan budaya batik Indonesia ke dalam kurikulum sekolah dasar dan menengah di *Chicago Public School*, langkah ini dimulai pada tahun ajaran 2012. Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) di Chicago bekerjasama dengan *Chicago Public School* dan *Pace School* untuk mengimplementasikan ini. Mereka menyelenggarakan pelatihan yang dikenal dengan nama "Indonesian Batik Workshop for Art Educators" yang ditujukan kepada pengajar seni di sekolah umum di Chicago. Program pelatihan ini dipandu oleh Dyah Kasir, seorang staf KJRI di Chicago, bersama dengan seorang seniman dan pendidik Indonesia, Avy Loftus, yang juga mendirikan serta menjabat sebagai ketua Peace Love and Hope Project, sebuah organisasi nirlaba yang berbasis di Montreal, Kanada.<sup>41</sup>

<sup>41</sup> Muhammad, Djibril. 27 Oktober 2011. Hebat Membatik Masuk Kurikulum Sekolah di Chicago.

<https://www.republika.co.id/berita/senggang/seni-budaya/11/10/27/Ltpi3t-hebat-membatik-masuk-kurikulum-sekolah-di-chicago> [Di akses pada tanggal 3 Mei 2023] 8



Pelatihan membatik bukan hanya terbatas di lingkungan sekolah saja, melainkan juga diberikan kepada masyarakat umum di wilayah *Park District and Community Center, Chicago*. Melalui upaya ini, pengenalan dan pembelajaran mengenai seni membatik semakin tersebar luas dan diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Hal ini merupakan langkah nyata dalam memperkenalkan budaya batik Indonesia kepada masyarakat di Amerika Serikat, khususnya di kota *Chicago*. Pelatihan "Batik Workshop for Art Educators" digelar di Douglas Park Cultural and Community Center yang berlokasi di Chicago.

Setelah mengikuti pelatihan ini, para guru seni bisa memberikan pengajaran tentang teknik membatik kepada setiap murid mereka di sekolah, yang berumur antara 5 hingga 15 tahun. Ini dilakukan sebagai bagian dari kurikulum pelajaran seni, yang juga memiliki tujuan dalam mendukung misi perdamaian.<sup>42</sup> Para guru ini akan menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh dari pelatihan untuk mengenalkan proses membatik kepada siswa-siswa mereka.

Selain itu, pihak penyelenggara juga mendatangkan tenaga ahli dan individu yang berpengalaman dalam batik, termasuk warga Indonesia yang tinggal di Amerika Serikat, seperti Mey Hasibuan dari *Greenville-South Carolina* dan Avy Loftus dari *Montreal, Kanada*. Kolaborasi ini membantu dalam upaya lebih lanjut untuk memperkenalkan dan mempopulerkan batik Indonesia di kalangan masyarakat Amerika Serikat. Avy Loftus adalah seorang warga Indonesia yang menetap di Kanada. Sejak tahun 2007, Avy telah aktif dalam mendirikan sebuah kelompok anak-anak yang ada di Kanada serta beberapa anak-anak dari Amerika Serikat dengan tujuan mendukung perencanaan perdamaian.<sup>43</sup> Salah satu hal yang menarik adalah

---

<sup>42</sup> *Ibid*

<sup>43</sup> Aar. 15 April 2011. *Workshop Batik "Peace, Love, and Hope"*.

<http://rumahinspirasi.com/workshop-batik-peace-and-hope/> [Diakses pada tanggal 3 Mei 2023]

penggunaan batik Indonesia sebagai instrumen dalam upaya ini. Avy mengajarkan seni membatik kepada anak-anak di Kanada dan beberapa wilayah dekat Amerika Serikat yang berbatasan dengan Kanada. Dalam pelajarannya, anak-anak ini merancang motif batik yang unik. Motif-motif tersebut kemudian direplikasi pada selembar kain dan dibawa ke berbagai negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia, untuk dipamerkan.

Sementara itu, Mey Hasibuan adalah seorang asli Indonesia yang menetap di Amerika Serikat, khususnya di *Greenville, South Carolina*. Pada tahun 2008, Mey telah memulai usaha untuk memperkenalkan batik ke komunitas di wilayah *Greenville*. Mey, sebagai seorang imigran dari Indonesia, memutuskan untuk membentuk sebuah komunitas yang dikenal sebagai "*Gallery of Indonesia*" Melalui komunitas ini, Mey berusaha untuk mempromosikan budaya batik dan mewujudkan pemahaman lebih dalam mengenai warisan budaya Indonesia di masyarakat Amerika Serikat, khususnya di wilayah *Greenville*. Melalui komunitas "*Gallery of Indonesia*," Mey Hasibuan melakukan edukasi terhadap anak-anak di *Greenville* mengenai budaya Indonesia, dengan fokus pada batik.

Mey Hasibuan secara aktif terlibat dalam memberikan pemahaman dan keterampilan membatik kepada anak-anak di *Greenville*. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengenalkan anak-anak pada budaya batik dan mengajar mereka cara membuatnya. Upaya ini dalam memperkenalkan budaya batik di Amerika Serikat merupakan hasil dari kolaborasi yang efektif antara pemerintah Indonesia dan komunitas Indonesia yang tinggal di Amerika Serikat. Melalui inisiatif ini, batik Indonesia dapat lebih dikenal oleh masyarakat Amerika Serikat.

#### 4.1.3 *Influencing*

Strategi promosi melalui proses mempengaruhi adalah pendekatan yang digunakan dalam proses pemasaran untuk memengaruhi perilaku dan keputusan konsumen dengan cara yang positif. Hal ini melibatkan Upaya untuk menciptakan kesadaran, minat dan keinginan terhadap produk, layanan, atau merek tertentu. Langkah pertama dalam strategi promosi melalui mempengaruhi adalah memahami, target audiens. Ini mencakup demografi (seperti usia, jenis kelamin, pendapatan), psikografis (nilai-nilai, minat, gaya hidup), dan perilaku konsumen yang ingin di targetkan. harus memiliki tujuan yang jelas untuk promosi ini.<sup>44</sup> Apakah ingin meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, atau mengubah sikap konsumen terhadap produk dan tujuan yang spesifik akan membantu membimbing strategi.

Langkah selanjutnya adalah berkolaborasi dengan individu atau entitas yang memiliki pengaruh besar dalam *industry* atau di kalangan target audiens. Ini bisa melibatkan *endorsement*, *sponsorship*, atau konten bersama yang melibatkan pengaruh tersebut. Serta perlu menciptakan konten yang menarik dan berkualitas tinggi yang melibatkan pengaruh. Konten ini harus mencerminkan merek dan menciptakan koneksi antara merek yang kita miliki dan pengaruh yang digunakan. Maka sebagai langkah terakhir dalam Upaya Dalam upaya mengenalkan batik di Amerika Serikat, pemaparan budaya batik tidak hanya dilakukan melalui festival, kompetisi membatik, dan peragaan mode, melainkan juga melibatkan berbagai elemen lainnya. Selain itu, Indonesia sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam dan daya tarik pariwisatanya. Sejak masa kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, Indonesia telah merencanakan pengembangan "soft power" di

---

<sup>44</sup> Zahidi M.S, 2017. Batik AS Indonesian Public Diplomacy In ASEAN Economic Community (AEC) Journal of International Relations. Vol 2,(3) 1-6

sektor kebudayaan, salah satunya melalui promosi batik..<sup>45</sup> Perkembangan teknologi yang semakin maju seiring waktu, Indonesia memanfaatkannya dengan baik untuk menyebarkan informasi mengenai batik. Teknologi ini menjadi alat yang efektif untuk mengkomunikasikan pesan mengenai keunikan dan makna dari batik Indonesia kepada masyarakat di Amerika Serikat. Dikarenakan dalam menjalankan sebuah penggelaran sangat dibutuhkan informasi yang di sebar luaskan menggunakan media cetak dan elektronik, yang dalamnya berkaitan dengan tempat juga waktu pelaksanaannya.

**Tabel 4.3 : Kegiatan *Influencing*<sup>46</sup>**

NO	NAMA KEGIATAN	TUJUAN KEGIATAN	TEMPAT/TAHUN	YANG TERLIBAT
1	Indonesian Trade Promo Center (ITPC)	Untuk membantu menjembatani hubungan antara Indonesia di negara penempat	<i>Chicago</i> di <i>Midwest</i> pada bulan Mei 2009, Di <i>Saint Louis</i> pada Oktober 2009, Dan di <i>Kansas City</i> pada bulan Maret 2010	Pemerintah Indonesia, Indonesian Trade Promo Center & Konsulat Jenderal Republik Indonesia
2	<i>American Batik Design Competition</i>	Untuk membangkitkan ide-ide baru dan kreativitas dari desainer Amerika Serikat dalam mengolah motif-motif batik. Dan menjembatani pengembangan industry kreatif batik Indonesia diseluruh dunia, serta untuk	Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) pada tahun 2011	Kedutaan Besar Republik Indonesia dan Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI)

<sup>45</sup> Muhammad Fadel Narenda. 2022. *Batik As Indonesian CulturalL Diplomatic Strategi In Usa (Batik Sebagai Strategi Diplomasi Budaya Indonesia Di Amerika Serikat)*. Pengantar Doplomasi.

[https://www.researchgate.net/publication/364346099\\_Batik\\_As\\_Indonesia\\_Cultural\\_Diplomatic\\_Strategi\\_In\\_Usa\\_Batik\\_Sebagai\\_Strategi\\_Diplomasi\\_Budaya\\_Indonesia\\_Di\\_Amerika\\_Serikat](https://www.researchgate.net/publication/364346099_Batik_As_Indonesia_Cultural_Diplomatic_Strategi_In_Usa_Batik_Sebagai_Strategi_Diplomasi_Budaya_Indonesia_Di_Amerika_Serikat)

<sup>46</sup> Adi Nurma Putranto. 2021. *Batik Sebagai Soft Power Diplomasi Indonesia*. Jurnal Hubungan Internasional. Vol 1(1) 1-8 & Susanto.I.S. 2015. *Diplomasi Batik Indonesia di Amerika Serikat pada masa pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono 2015*,Vol XII (1): 1-16

NO	NAMA KEGIATAN	TUJUAN KEGIATAN	TEMPAT/TAHUN	YANG TERLIBAT
		mendorong akulturasi dalam keragaman budaya di Amerika Serikat		

Sumber : diolah dari beberapa sumber di ambil dari Adi N.P & Irham S.S

Upaya Indonesia untuk mengenalkan Batik di kancah internasional, terutama di Amerika Serikat, sangat bergantung pada dukungan dari pihak-pihak yang antusias terhadap batik, seperti para pemerhati batik dan pengusaha. Mereka membentuk komunitas yang bertujuan untuk mempromosikan batik di luar negeri, termasuk di dalamnya adalah ITPC (*Indonesian Trade Promo Center*).<sup>47</sup> Pada kegiatan ITPC, bukan hanya Batik yang dipromosikan sebagai bagian dari budaya asli Indonesia, tetapi juga elemen lain seperti Gamelan dan Angklung yang turut menjadi sarana pengenalan budaya Indonesia di Amerika Serikat.

Pameran tersebut diisi dengan beragam acara seperti pertunjukan tarian yang terinspirasi oleh Batik, *fashion show*, serta penampilan tarian tradisional Rantak. Acara tersebut juga melibatkan desainer-desainer berbakat dari Indonesia yang ikut berpartisipasi dalam pameran. Komunitas pengusaha batik di luar negeri, terutama di Amerika Serikat, sudah berperan aktif dalam menyelenggarakan festival dan fashion show Batik di berbagai kota seperti *New York, Kansas City, Toronto, Chicago, Saint Louis*, dan *Washington D.C.*<sup>48</sup> Dengan tema "*Batik: World Heritage*," pemerintah Indonesia secara berkelanjutan mengadakan festival dan pameran Batik di Amerika Serikat setelah mendapatkan pengakuan dari UNESCO. Upaya ini menunjukkan komitmen Indonesia dalam mempromosikan Batik sebagai warisan dunia dan terus

<sup>47</sup> Red-Istana. 23 Agustus 2012. *Salah Satu Budaya Indonesia Yang Mendunia*. <http://newsistana.com/salah-satu-budaya-indonesia-yang-mendunia> [Diakses pada tanggal 4 Mei 2023]

<sup>48</sup> Wuri Kartiasih. 17 November 2013. *Batik Indonesia Dengan Spirit Amerika*. <http://demo.jurnas.com/halaman/17/2013-11-17/274541> [Diakses pada tanggal 4 Mei 2023]

meningkatkan kehadirannya di panggung internasional, khususnya di Amerika Serikat. Upaya yang semakin meningkat diterapkan oleh Indonesia dan ITPC pertama kali diterapkan di wilayah yang ditangani oleh KJRI (Konsulat Jenderal Republik Indonesia) Chicago di Midwest. Pameran ini merupakan kegiatan perdana. dilakukan, di mana koleksi Batik dari Aan Dunham, ibu dari Presiden Amerika Serikat, Barack Obama, dipamerkan di *Chicago* pada bulan Mei 2009, di *Saint Louis* pada bulan Oktober 2009, dan di *Kansas City* pada bulan Maret 2010.<sup>49</sup>

Langkah untuk dijadiannya Batik sebagai usaha di Amerika Serikat telah dimulai oleh KJRI di *Chicago* yang bekerja sama dengan Indonesia *Trade Promotion Center* (ITPC) *Chicago* dan Atase Perdagangan Republik Indonesia di *Washington DC*. Mereka berpartisipasi dalam pameran produk fesyen "*Stylemax Women's Apparel and Accessories*" di *Merchandise Mart, Chicago* pada 23-26 Oktober 2020. Acara ini melibatkan berbagai pihak seperti pengecer, grosir, toko pakaian besar di Amerika Serikat, dan produsen pakaian yang berbasis di Chicago.<sup>50</sup>

Pada tahun 2011, Indonesia juga berhasil menyelenggarakan sebuah kompetisi membuat batik yang dikenal dengan sebutan "American Batik Design Competition," yang diadakan di KJRI di Chicago. Kompetisi tersebut mengusung tema "The Spirit of America in the Heritage of Batik." Para perancang dari Amerika Serikat diundang untuk menampilkan gaya fashion mereka dan menciptakan motif-motif baru dalam batik. Tujuannya adalah untuk memicu ide-ide segar dan kreativitas dari perancang Amerika Serikat dalam mengembangkan motif-motif batik. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menjembatani perkembangan industri kreatif batik Indonesia secara global dan mendorong asimilasi budaya batik Indonesia dalam keragaman budaya Amerika Serikat. Kedutaan Besar Republik Indonesia di Washington DC bekerja

---

<sup>49</sup> Op. Cit, Wuri Kartiasih.

<sup>50</sup> Stylemax.co. 16 Mei 2010. *About us*. <http://www.evenseye.com/fairs-f-stylemax-15566-1.html> [Diakses pada tanggal 6 Mei 2023]

sama dengan Konsulat Jenderal Indonesia di Chicago, Los Angeles, Houston, New York, dan San Francisco dalam melaksanakan acara ini. Setelah suksesnya kompetisi membuat batik pada tahun 2011, pada tahun 2013, kompetisi ini menghasilkan tiga desain terbaik dengan tema yang berbeda: *North Native America*, *Many Faces Many Voices*, dan *Ring of Fire Lighting the Flame of Liberty*.<sup>51</sup> Hasil dari kompetisi ini adalah pola-pola batik yang kemudian dijadikan cetakan dan dicetak pada kain batik asli di Yogyakarta. Karya-karya ini selanjutnya dipamerkan dalam acara penghargaan malam kedua kompetisi desain batik Amerika Serikat. Dengan demikian, upaya ini berhasil membawa unsur budaya Batik Indonesia lebih dekat ke dalam masyarakat Amerika Serikat melalui kerjasama antara berbagai instansi dan komunitas.<sup>52</sup> Acara penentuan pemenang kompetisi desain batik Amerika Serikat diadakan pada tanggal 30 Oktober 2013 di Mandarin Oriental Hotel, *Washington DC*, Amerika Serikat.<sup>53</sup>

Dalam acara tersebut, dimulai dengan pameran Batik Indonesia yang memperlihatkan berbagai koleksi yang istimewa dan khas dari batik dan tekstil Indonesia. Selama acara tersebut, Sri Sultan Hamengku Buwono ke-10, yang memimpin Daerah Istimewa Yogyakarta yang dihormati sebagai pusat kebudayaan batik di Indonesia, juga turut menghadiri acara tersebut. Tujuan kunjungannya adalah memberikan sambutan dan membagikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai batik kepada para hadirin. Selain penentuan pemenang lomba desain

---

<sup>51</sup> Kementerian Luar Negeri Indonesia. 30 Oktober 2013. *Malam Penganugrahan Pemenang Kompetisi Desain Batik Amerika Serikat 2013 Dan Awal Penyelenggaraan Indonesian Celebration Week Tanggaabl 30 Oktober 2013 Di Washington DC*.

[http://www.kemlu.go.id/washington/\\_layouts/mobile/PortalDetail-PressReleaseLike.aspx?1=id&ItemId=3da6a289-ec4b-4850-9af9-47a4f3ae4969](http://www.kemlu.go.id/washington/_layouts/mobile/PortalDetail-PressReleaseLike.aspx?1=id&ItemId=3da6a289-ec4b-4850-9af9-47a4f3ae4969) [Diakses pada tanggal 6 Mei 2023]

<sup>52</sup> Yogi Gustaman. 31 Oktober 2013. *Dino Ptti Djalal Lestarikan Batik Di Amerika Serikat*. <http://www.tribunnews.com/internasional/2013/10/31/dino-patti-djalal-budayakan-batik-di-amerika-serikat> [Diakses pada tanggal 6 Mei 2023]

<sup>53</sup> Budi Nahaba. 2 November 2013. *Batik Sarana Diplomasi Indonesia Di Pentas Dunia*. <http://www.voaindonesia.com/content/batik-sarana-diplomasi-indonesia-di-pentas-dunia-130932978/98880.html> [Diakses pada tanggal 9 Mei 2023]

batik, malam penganugerahan juga diisi dengan acara makan malam yang menampilkan peragaan busana dari Indonesia dan Amerika Serikat. Peragaan busana tersebut menghadirkan karya-karya batik dari pengrajin terkenal Indonesia, seperti Alleira, serta juga karya-karya dari Mary Jeger, seorang desainer tekstil ternama Amerika Serikat yang berbasis di *New York*. Acara ini menjadi kesempatan untuk memperlihatkan keindahan dan nilai budaya dari batik Indonesia kepada masyarakat Amerika Serikat serta untuk memperkuat hubungan budaya antara kedua negara.<sup>54</sup>

Tindakan Pemerintah Indonesia untuk mempopulerkan batik sebagai simbol nasional di tingkat global sudah mulai membuahkan hasil yang positif. Dalam kurun waktu tertentu, ekspor batik mengalami perkembangan signifikan, dimana nilai ekspornya yang sebelumnya hanya sekitar US\$ 32 juta pada tahun 2008, meningkat drastis menjadi US\$ 278 juta pada tahun 2012.<sup>55</sup> Langkah penting dalam perjalanan ini adalah pengakuan resmi dari UNESCO terhadap batik sebagai Warisan Kebudayaan Takbenda pada tahun 2009, yang diikuti oleh penetapan Hari Batik Nasional oleh pemerintah pada tahun 2012. Diplomasi budaya melalui promosi penggunaan batik dalam berbagai ajang internasional juga telah dijalankan secara aktif. Menteri Perindustrian saat itu, MS Hidayah, menekankan bahwa pengakuan global terhadap batik telah memberikan dampak positif dengan memperluas pasar batik ke berbagai negara.

Hal ini berdampak positif pada perkembangan pasar batik yang terus meluas, sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan devisa dan pertumbuhan ekonomi rakyat. Permintaan yang tinggi dari masyarakat Amerika

---

<sup>54</sup> Eddie Santosa. 2 November 2013. *Dudes Dino: Ini Landasan Batik Menjadi Trend Fashion Dunia*. <http://news.detik.com/read/2013/11/02/172840/2402377/10/dubes-dino-ini-landasan-batik-menjadi-trend-fashion-dunia> [Diakses pada tanggal 22 Mei 2023]

<sup>55</sup> "Dunia Makin Mencintai Batik", Tersedia di: <<http://www.kemenperin.go.id/artikel/6827/DuniaMakin-Mencintai-Batik>> (Diakses pada 6 Agustus 2023)



Serikat terhadap batik membawa potensi yang besar bagi pengusaha batik untuk memenuhi permintaan tersebut dalam jumlah besar. Peluang ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan investasi dalam pengembangan tenaga kerja, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan perekonomian dan menghasilkan aktivitas perdagangan internasional yang kuat.

Dalam konteks ekspor, kontribusi ini menjadi sangat penting terhadap Produk Nasional Bruto (PNB), karena perubahan nilai ekspor dapat memiliki efek berantai terhadap pendapatan ekspor Indonesia. Tingginya tingkat ekspor suatu negara juga memiliki potensi untuk membuat perekonomian menjadi rentan terhadap fluktuasi pasar internasional dan situasi ekonomi global. Oleh karena itu, ekspor batik Indonesia di Amerika Serikat memiliki dampak yang signifikan terhadap hubungan kerjasama internasional antara kedua negara, di mana penting untuk menjaga keseimbangan dalam interaksi tersebut.<sup>56</sup>

Upaya untuk memperkuat nilai ekspor batik melalui kerjasama internasional tercermin dalam "Memorandum Saling Pengertian" (MoU) antara Indonesia juga Amerika Serikat. Pada tanggal 17 Februari 2014, John Kerry (Menteri Luar Negeri Amerika Serikat) dan Marty M. Natalegawa (Mantan Menteri Luar Negeri Indonesia) menandatangani MoU ini tentang "Kerjasama Selatan-Utara dan Triangular" saat pelaksanaan Komisi Bersama IV Indonesia-Amerika Serikat di Jakarta. Ini adalah langkah konkret untuk memperkuat hubungan bilateral antara kedua negara dan memajukan nilai ekspor batik serta kerjasama perdagangan di antara mereka.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Yanuar Ikbar. 2002. Ekonomi Politik Internasional. Jatinangor: Jurnal Hubungan Internasional, Vol 3(2) 22-28

<sup>57</sup> Kementerian Luar Negeri. *RI-AS Tandatangani Memorandum Saling Pengertian Kerjasama Selatan-Utara dan Triangular*. Tersedia di <<http://www.kemlu.go.id/sanaa/Pages/News.aspx?IDP=6798&I=id>> (diakses pada 6 Agustus 2023).

#### 4.1.4 Internasionalisasi Batik

Dalam lingkup internasional, upaya atau inisiatif yang diterapkan oleh pemerintah untuk mendukung internasionalisasi industri batik melibatkan penyelenggaraan pameran dan promosi di skala internasional, pengembangan kerjasama yang lebih luas, dan bahkan pendirian pusat kebudayaan Indonesia di luar negeri, yang juga melibatkan promosi batik. Upaya ini merupakan serangkaian langkah eksekusi yang bertujuan untuk mendorong internasionalisasi batik Indonesia. Pada tahap eksekusi ini, industri batik memainkan peran penting dalam usaha internasionalisasi produknya. Namun, peran pemerintah dalam mendukung melalui strategi di berbagai lembaga, terutama yang terkait dengan ekonomi dan batik, juga sangat signifikan. Pemerintah Indonesia melaksanakan pameran dan promosi secara internasional melalui perwakilannya di berbagai negara, termasuk KBRI, KJRI, diplomat, staf ITPC, dan atase perdagangan yang berada di luar negeri.<sup>58</sup>

Upaya ini seringkali dilakukan bersamaan dengan peringatan Hari Batik Nasional (HBN). Perayaan ini tidak hanya diselenggarakan di dalam negeri tetapi juga di luar negeri, termasuk di kantor perwakilan Indonesia. Sebagai contoh, pengenalan batik telah diintegrasikan dalam kurikulum di salah satu sekolah menengah di *Chicago Public School dan Peace School* di KJRI *Chicago*, Amerika Serikat, pada tahun 2012.<sup>59</sup> Selain menjadi bagian dari peringatan HBN, pameran batik internasional juga diadakan secara khusus untuk mempromosikan batik di tingkat internasional. Dengan cara ini, promosi batik internasional tidak hanya terbatas pada peringatan HBN pada bulan Oktober. Upaya ini juga merupakan bagian dari upaya untuk memperluas kerjasama perdagangan dan kebudayaan Indonesia dengan negara-negara lain serta

---

<sup>58</sup> Ibid

<sup>59</sup> Muhammad, Djibril 2011. *Hebat. Membedak Masuk Kurikulum Sekolah di Chicago* <https://www.antaraneews.com/berita/281780/membedak-masuk-kurikulum-sekolah-di-chicago#mobile-nav>

untuk meningkatkan citra Indonesia melalui *Gallery of Indonesia* di Amerika Serikat. Melalui galeri ini, segala aspek budaya Indonesia, termasuk batik, kerajinan emas dan perak, dan patung, dapat dipamerkan. Diharapkan bahwa melalui *Gallery of Indonesia* ini, masyarakat Amerika Serikat dapat lebih mengenal dan tertarik dengan budaya Indonesia, termasuk batik. Promosi batik ini juga bertujuan untuk mempererat hubungan persahabatan antara dua negara.

Dalam strategi pada tahap eksekusi di atas, pemerintah Indonesia berusaha untuk mengangkat batik ke tingkat global dengan melibatkan berbagai pihak, mulai dari pelaku IKM batik hingga lembaga pemerintahan terkait. Upaya ini dilakukan untuk memperluas pasar, terutama di skala internasional, melalui kerjasama dan perluasan hubungan antar negara. Hal ini juga diperkuat oleh fakta bahwa batik Indonesia telah dikenal di kalangan masyarakat Amerika Serikat melalui diaspora dan pemutaran film dokumenter berjudul "*Batik: Love Our Story*" karya Nia Dinata, seorang sutradara Indonesia.<sup>60</sup> Film ini sangat diapresiasi oleh masyarakat Amerika Serikat serta KBRI Washington, yang bahkan membuat film dokumenter serupa berjudul "*The Spirit of America In The Heritage of Batik*" dalam Bahasa Inggris untuk memudahkan pemahaman masyarakat Amerika tentang batik.

Film ini juga menjadi tema dalam pelaksanaan *fashion show* dan kompetisi desain batik di Amerika pada tahun 2012 di Indonesia. Untuk mendukung promosi dan pagelaran ini, staf KBRI setempat juga memasang pamflet tentang batik dan menyebarkan brosur di sekitar kantor KBRI *Washington*. Oleh karena itu, Amerika Serikat tetap menjadi tujuan utama ekspor batik dan produk batik Indonesia.

---

<sup>60</sup> Suprijadi & Irham.S, 2015. "Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono,". Vol 2(1) 60-70

#### 4.1.5 Penetrasi Budaya di Amerika Serikat

Undang-undang Nomor 3 tahun 2014 tentang perindustrian dan Undang-undang Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan telah mengatur mengenai standarisasi dalam proses produksi dan hasil produk batik. Hal ini sangat penting bagi pemerintah untuk melakukan sosialisasi mengenai produk dan hasil produk batik agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Selain itu, sosialisasi juga dapat melibatkan pelaku industri untuk memperkenalkan produk mereka dan dinilai sebagai standar produk nasional. Selain itu, barang dan jasa yang sudah memiliki standar kualitas perlu mendapatkan perlindungan dari pemerintah melalui pengawasan yang efektif terhadap produk yang beredar di dalam negeri. Ini bertujuan untuk mencegah masuknya barang dan jasa yang tidak memiliki sertifikat standar kualitas yang telah ditetapkan.

Menurut I Gede Ayu Rachmi Handayani, peran pemerintah dalam mensosialisasikan pentingnya standar kualitas produk kepada pelaku usaha dan masyarakat sangatlah penting. Dengan adanya sosialisasi ini, masyarakat akan lebih menyadari produk-produk mana yang memenuhi standar kualitas baik di tingkat nasional maupun internasional, serta manfaat apa yang diperoleh saat membeli produk yang memenuhi standar kualitas tersebut. Melalui *program Corporate Social Responsibility (CSR)*, perusahaan besar termasuk BUMD/BUMN memiliki tanggung jawab untuk memberikan edukasi kepada masyarakat dan pelaku usaha mengenai pentingnya standar kualitas.<sup>61</sup> Industri batik Indonesia harus memastikan beberapa aspek, termasuk standar dan mutu produk, baik dari segi nasional maupun internasional. Ini berperan sebagai panduan bagi industri batik untuk meningkatkan daya saing dan nilai produk mereka. Tak hanya itu, standar dan mutu produk batik juga harus dijaga dengan baik.

---

<sup>61</sup> Achmad S.A. 2015. Kendala Dan Upaya Pengembangan Industri Batik Di Surakarta Menuju Standarisasi:///C:/Users/ER/Downloads/348-670-1-SM%20(3).pdf.hal 201-211

Hal ini menjadi dasar bagi industri batik untuk meningkatkan daya saing dan nilai produk. Standar dan mutu produk batik juga menjadi jaminan bagi konsumen mengenai kualitas yang diberikan. Standar dan kriteria mutu yang diterapkan pada batik tidak hanya terbatas pada Standar Nasional Indonesia (SNI), tetapi juga mencakup standar internasional ISO. Selama masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), ada beberapa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan citra Indonesia, termasuk penggunaan batik sebagai salah satu alat diplomasi budaya di Amerika Serikat. Dalam pengalaman "mendunia-kan batik," Indonesia semakin termotivasi untuk memperkenalkan batik lebih luas di pasar global. Upaya ini mencerminkan dedikasi pemerintah dalam memajukan batik sebagai bagian dari identitas budaya dan ekonomi Indonesia di tingkat internasional. Bukti nyata dari pengembangan pasar global bagi industri batik Indonesia terlihat dari prestasinya dalam mencapai pasar-pasar internasional seperti Hong Kong *Fashion Week*, Afrika Selatan, Belgia, Malaysia, Belanda, Taiwan, Italia, Prancis, Bangladesh, dan India.<sup>62</sup> Sebagai bagian dari perayaan Hari Batik Nasional (HBN), pameran batik internasional diadakan secara khusus untuk mempromosikan batik di tingkat internasional.

Upaya mempromosikan batik secara global tidak harus terbatas pada peringatan Hari Batik Nasional. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memperluas kerjasama perdagangan dan budaya Indonesia dengan negara-negara lain.<sup>63</sup> Melalui strategi yang diimplementasikan dalam tahap ini, pemerintah Indonesia berupaya untuk menginternasionalkan batik, dengan melibatkan berbagai pihak mulai dari IKM batik hingga lembaga pemerintah yang terkait. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya,

---

<sup>62</sup> Arum Dinar. 2023 Asosiasi Perajin dan Pengusaha Batik Indonesia, Strategi Internasionalisasi Batik Indonesia di Pasar Global, Jurnal Transformasi Global. Vol 2(7)

<sup>63</sup> Kementerian Luar Negeri RI, "Perluas Pasar ke Eropa Timur dan Perkuat Kerja Sama Bilateral : Menlu RI Kunjungi Bulgaria," last modified September 17, 2019. [Diakses pada tanggal 3 Juni 2023]

pemerintah memberikan dukungan dalam mengembangkan pasar dan inisiatif ini memiliki dimensi internasional yang melibatkan kerjasama dan hubungan lintas negara untuk membuka pasar global yang lebih luas (*non-tradisional*).

Selain itu, tren budaya, teknologi, dan preferensi terhadap produk oleh organisasi atau perusahaan juga menjadi faktor penting yang mendorong perusahaan untuk menerapkan sistem manajemen mutu. Tujuannya adalah menjaga konsistensi mutu dan kualitas produk serta meningkatkan daya saing. Standar internasional yang diterapkan oleh organisasi dan perusahaan besar melibatkan berbagai spesialisasi pekerja dan tanggung jawab yang berbeda. Dalam konteks ini, standar sistem manajemen mutu juga dapat diadopsi sebagai standar khusus yang dapat diterapkan secara nasional. Hal ini sesuai dengan upaya Indonesia dalam Standar Nasional Indonesia yang terkait dengan manajemen mutu dan persyaratan. Hasil dari standar internasional ini juga sedang disesuaikan dengan kondisi di Indonesia, terutama dalam berbagai jenis usaha dan industri.<sup>64</sup>

#### **4.2 Pencapaian Batik Indonesia Di Amerika Serikat**

Perkembangan kehadiran batik Sejak pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat, batik Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan komunitas Indonesia dalam memperkenalkan budaya batik di Amerika Serikat semakin diakui dengan lebih luas. Meskipun pengenalan batik masih relatif baru di Amerika Serikat, terutama setelah batik diakui sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO, perkembangan batik di negara tersebut telah mencatat kemajuan yang signifikan.

---

<sup>64</sup> Direktorat Penguatan Standar dan Penilaian Kesesuaian BSN, Pedoman Penerapan dan Sertifikasi SNI Produk Batik, (Jakarta: Badan Standardisasi Nasional, 2019). [Diakses Pada Tanggal 7 Oktober]

Batik kini semakin populer di Amerika Serikat dan bahkan digunakan oleh banyak masyarakat serta selebriti Hollywood. Ketertarikan besar masyarakat Amerika Serikat terhadap batik telah mempercepat perkembangan motif-motif baru yang menggambarkan kehidupan dan budaya Amerika Serikat, contohnya motif cowboy, matahari, dan gandum kuning. Kemunculan motif-motif baru ini melengkapi khazanah batik dan juga berdampak positif bagi pariwisata Indonesia. Motif-motif baru ini akan menarik minat masyarakat untuk lebih mengembangkan teknik membatik serta memahami bahwa Indonesia adalah tempat yang tepat untuk mempelajari lebih dalam tentang batik.<sup>65</sup>

Dalam upaya memperkenalkan budaya batik Indonesia di Amerika Serikat, kolaborasi melibatkan berbagai pihak, tidak hanya dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Swasta seperti pengusaha dan pengrajin batik juga turut berperan dalam mengambil bagian dalam pengenalan budaya batik Indonesia ke Amerika Serikat. Beberapa jenis batik Indonesia telah dipromosikan di Amerika Serikat, termasuk batik yang dihasilkan di wilayah Cirebon di bawah naungan Batik Trusmi. Batik Trusmi terkenal karena menghasilkan batik khas dari Cirebon. Upaya promosi batik Trusmi tidak hanya ditujukan kepada masyarakat Amerika Serikat, tetapi juga melibatkan pelatihan kepada guru-guru Sekolah Dasar di *Chicago* untuk mempelajari teknik membatik sebagai bagian dari persiapan masuknya kurikulum membatik di sekolah tersebut.<sup>66</sup>

Selain Batik Trusmi dari Cirebon, Alleira Batik juga merupakan produk batik yang mendapat dukungan dari pemerintah Indonesia dalam upaya mempromosikan

---

<sup>65</sup> Irham S.S.S. 2015. "Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono. Indonesian Batik Diplomacy In The United State During Soesilo Bambang Yudhoyono Reign". Jurnal Hubungan Internasional. Vol.XII(1) 1-16

<sup>66</sup> Batik Trusmi. 30 September 2023. *Indonesia Gelar Pelatihan Batik Cirebon Untuk Guru-Guru Di Chicago*. <http://batiktrusmi.org/indonesia-gelar-pelatihan-batik-cirebon-untuk-guru-guru-di-as/> [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023].

budaya batik. Keberadaan Alleira Batik berkontribusi pada program Pemerintah Indonesia untuk menarik perhatian pasar Amerika Serikat dan memasyarakatkan batik, sehingga permintaan terhadap batik Indonesia dapat meningkat.<sup>67</sup> Selanjutnya, terdapat juga produk batik dari kota Solo juga Yogyakarta. Batik Solo dan Batik Yogyakarta memiliki permintaan yang tinggi dari Amerika Serikat. Hal ini menunjukkan batik yang dihasilkan memiliki ciri khas yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat di Amerika Serikat. Oleh karena itu, permintaan terhadap batik dari Solo dan Yogyakarta menjadi sangat tinggi di pasar Amerika Serikat. Dalam rangka memperkenalkan batik Yogyakarta, pemerintah Indonesia juga turut melibatkan Sri Sultan Hamengkubuwono ke-10, raja Yogyakarta, untuk membantu dalam proses pengenalan budaya batik ke Amerika Serikat.<sup>68</sup>

#### 4.2.1 Meningkatkan Citra Indonesia ke Masyarakat Amerika Serikat

Strategi yang diterapkan oleh Indonesia di Amerika Serikat sejak tahun 2009 tidak hanya menciptakan rasa kagum masyarakat Amerika Serikat terhadap batik, tetapi juga menghadirkan aspek seni tinggi serta merepresentasikan esensi kreativitas, pendekatan terbuka, toleransi, dan kebersamaan bangsa Indonesia. Pendekatan promosi yang melibatkan batik secara tidak langsung telah memiliki dampak positif pada persepsi masyarakat Amerika Serikat. Di antara mereka masih banyak yang kurang familiar dengan Indonesia, dan citra negatif mengenai pelanggaran HAM serta ancaman terorisme telah mengalami perbaikan signifikan, menjadikan citra Indonesia semakin positif. Meningkatnya citra positif Indonesia di Amerika Serikat dapat diukur

---

<sup>67</sup> Kus Anna Lusua. 2 November 2013. Batik Cantik Untuk Kepesta Dari Alleira Batik. <http://female.kompas.com/read/2013/11/02/1139268/Batik.Cantik.untuk.ke.pestadari.Alleira.Batik> [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023].

<sup>68</sup> <https://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.HB.X.Diundang.ke.AS> [Diakses pada 2 September 2023]



dengan petunjuk-petunjuk tertentu.<sup>69</sup> Berikut beberapa contoh kasus yang pernah terjadi yang menunjukkan bagaimana batik Indonesia telah berperan dalam meningkatkan citra negara ini:

1. Pameran dan *Fashion Show* Internasional. Batik Indonesia telah menjadi daya tarik dalam pameran dan *fashion show* internasional. Desainer *fashion* terkenal seperti Anne Avantie telah berhasil mempromosikan batik Indonesia di kancah internasional melalui partisipasi dalam peragaan busana internasional. Kehadiran batik Indonesia dalam acara-acara seperti *New York Fashion Week* atau *Paris Fashion Week* telah membantu memperkenalkan budaya Indonesia kepada audiens global dan meningkatkan citra negara sebagai produsen batik berkualitas.
2. Pengakuan UNESCO. UNESCO secara resmi mengakui batik Indonesia sebagai Warisan Budaya Tak Benda Manusia pada tahun 2009. Pengakuan ini memperkuat citra Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya dan warisan seni yang berharga. Ini juga menarik perhatian media internasional dan mendorong peningkatan minat dalam budaya Indonesia.<sup>70</sup>
3. Dukungan Pemerintah. Pemerintah Indonesia telah secara aktif mendukung promosi batik sebagai bagian dari diplomasi budaya. Contohnya, pada acara-acara diplomatik internasional, para pejabat pemerintah sering mengenakan pakaian batik, yang memberikan pesan positif tentang warisan budaya Indonesia.
4. Kolaborasi dengan Desainer Terkenal. Kolaborasi antara desainer batik Indonesia dan desainer terkenal internasional juga telah membantu dalam

---

<sup>69</sup>Populerkan Batik dan Gamelan, Sultan HB X Diundang ke AS  
[Htt://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.X.](http://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.X.Diundang.ke.AS)  
Diundang.ke.AS [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023]

<sup>70</sup> Hakim, L.M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Journal of International Studies*. Vol. 1(1) 4-8

meningkatkan citra Indonesia. Contohnya, kolaborasi antara Anne Avantie dengan desainer asal Prancis, Jean Paul Gaultier, menunjukkan bahwa batik bisa menjadi fashion global yang diminati.

Dengan berbagai cara ini, batik Indonesia telah berhasil membantu meningkatkan citra Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya, seni, dan kerajinan. Batik tidak hanya menjadi simbol nasional, tetapi juga merupakan alat diplomasi budaya yang kuat dalam memperkenalkan Indonesia ke dunia internasional. Ini melibatkan aspek yang saling terkait antara Amerika Serikat dan Indonesia, yang tidak hanya memengaruhi persepsi masyarakat tetapi juga hubungan di antara kedua negara tersebut. Terbentuk pula kemitraan baru antara masyarakat Indonesia dan Amerika Serikat, seiring dengan kerja sama yang semakin kuat antara pemerintah kedua negara. Hal ini juga termasuk kerja sama yang terjalin melalui perdagangan batik, seperti contohnya kerja sama dengan Alleria Batik yang melibatkan para grosir, pengecer, dan produsen pakaian di Amerika Serikat.<sup>71</sup>

Pada tahun 2010 Amerika Serikat memulai dengan meningkatkan hubungan bilateral dengan Indonesia. Tingkat Kerjasama dengan Amerika Serikat dibentuk karena Amerika Serikat ingin mengetahui mengenai budaya-budaya serta arti yang terkandung didalamnya. Dengan memperkenalkan budaya Indonesia di Amerika Serikat, terutama melalui batik, masyarakat Amerika Serikat juga menggambarkan minat mereka untuk lebih memahami Indonesia. Melalui batik sebagai alat komunikasi, dengan keindahannya dan nilai artistik yang tinggi, dampaknya terasa dalam rangsangan minat masyarakat di sana untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang Indonesia. Keterangan ini dapat ditemukan dalam data statistik kunjungan situs resmi Kementerian Luar Negeri Indonesia, di mana Amerika Serikat tercatat

---

<sup>71</sup> Op. Cit, Stylemax.co. *About us*.

sebagai salah satu pengunjung teraktif, menempati peringkat ketiga dalam hal jumlah kunjungan.<sup>72</sup>

#### 4.2.2 Terbentuknya Gallery of Indonesia

**Gambar 4.2.2 : Pengajaran membatik<sup>73</sup>**



Sumber: WordPress.com

*Gallery of Indonesia* didirikan pada tahun 2008 dan berlokasi di *Greenville, South Carolina*. Pendiri komunitas ini, Mey Hasibuan, seorang diaspora Indonesia yang tinggal di luar negeri, bersama dengan desainer Yurita Puji, telah menghadirkan pakaian-pakaian yang terbuat dari kain ikat Nusa Tenggara Timur (NTT) dalam acara *New York Fashion Week*. Komunitas ini berawal dari keinginan untuk memperkenalkan Indonesia kepada masyarakat *Greenville* yang pada saat itu masih banyak yang belum mengenal budaya Indonesia. Awalnya, komunitas ini memulai kegiatannya dengan mempromosikan budaya batik dalam acara Spantanburg Internasional Festival pada tahun 2008.

<sup>72</sup> Kementerian Luar Negeri Indonesia. 2013. iseminasi *Informasi Capaian iplomasil Melalui Portal Situs Kemlu*.

<sup>73</sup> Mey Hasibuan: Lewat Batik Therapy, Mempromosikan Budaya & Produk Indonesia di Amerika Serikat. <https://indonesiaproud.wordpress.com/2010/11/01/mey-hasibuan-lewat-batik-therapy-mempromosikan-budaya-produk-indonesia-di-amerika/> [Diakses Pada Tanggal 6 Oktober 2023]

Mey Hasibuan dan komunitasnya tetap aktif dalam melakukan inisiatif promosi budaya Indonesia dan barang-barangnya. Ini mencakup pertunjukan seni, presentasi, serta pemasaran produk. Dalam menjalankan upaya promosi budaya Indonesia, termasuk batik, Gallery of Indonesia berkerjasama dengan sekolah, perpustakaan, pusat kebudayaan, dan kelompok internasional. Pada awalnya setiap kegiatan yang diorganisir oleh *Gallery of Indonesia* memiliki fokus pada peningkatan pemahaman masyarakat Amerika Serikat tentang Indonesia, dimulai dari lingkungan sekitar. Upaya untuk mempromosikan budaya Indonesia terus berlangsung, dan salah satu acara terbaru yang diselenggarakan oleh Gallery of Indonesia adalah Workshop Lukis Batik Indonesia.

*Workshop* ini diadakan berkat kerja sama dengan Mauldin Cultural Center, salah satu Pusat Kebudayaan di Greenville, telah rutin menyelenggarakan workshop batik yang telah mendapat respon positif dari para peserta. Salah satu anggota dari Gallery of Indonesia, Carla Dabney, yang juga seorang seniman pernah mengungkapkan pendapatnya dengan mengatakan bahwa mengikuti *workshop* ini membuatnya merasa seperti kembali ke zaman dahulu.<sup>74</sup> Sebelum mulai membatik, para peserta diberikan penjelasan tentang sejarah batik, perkembangan batik, serta makna penting batik bagi Indonesia. Selain itu, suasana *workshop* diperindah dengan musik-musik tradisional dari berbagai daerah di Indonesia.

Kelas ini sering disebut sebagai "*batik therapy*", karena para peserta merasakan kenyamanan dan kebahagiaan tersendiri dalam kelas ini. Kegiatan ini dilakukan secara sukarela dan telah mendapatkan banyak tanggapan positif dari masyarakat. Kegiatan yang awalnya dimulai sebagai inisiatif sukarela sekarang mendapatkan

---

<sup>74</sup> Mey Hasibuan. 31 Oktober 2010. *Batik Therapy: Membatik di Amerika*. <http://www.indonesiaberpresiasi.web.id/beritadariseberang/batik-therapy-membatik-di-amerika/> [Diakses pada 7 Agustus 2023]

respon positif dan dukungan yang luas dari masyarakat. Pada awal bulan Oktober 2010, Mey secara resmi melegitimasi usahanya dengan nama "*Gallery of Indonesia*," sebagai langkah pertama dalam membentuk sebuah entitas bisnis yang bertujuan untuk memasarkan produk-produk Indonesia dan mengedepankan promosi budaya Indonesia di Amerika, yang dikelola oleh dan untuk masyarakat Indonesia.<sup>75</sup>

#### 4.2.3 Keuntungan Ekonomi

Berdasarkan data yang telah diakses oleh peneliti, pangsa pasar Amerika Serikat untuk ekspor batik mencapai 42,75% dari total ekspor.<sup>76</sup> Data yang diperoleh dari Kementerian Perdagangan (Kemendag) menunjukkan bahwa dalam rentang tahun 2006 hingga 2010, Indonesia mendominasi pangsa pasar batik secara global. Dalam konteks ekonomi, industri batik telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, dengan nilai ekspor mencapai US\$ 69 Juta.<sup>77</sup> Peningkatan jumlah ekspor batik Indonesia adalah bukti bahwa batik dari Indonesia sangat diminati oleh masyarakat internasional. Indonesia tetap konsisten dalam memasarkan produk batiknya dalam berbagai acara formal seperti ekspor maupun acara informal seperti seminar, dan hal ini berdampak positif terhadap permintaan akan produk batik Indonesia. Kementerian Perdagangan, khususnya, telah berperan penting dalam mendukung promosi produk batik di pasar internasional.

Salah satu dampak positif lainnya yang dihasilkan dari pengenalan batik di Amerika Serikat adalah peningkatan ekspor batik Indonesia ke sana. Permintaan akan batik semakin meningkat, yang tercermin dalam penjualan total batik di Amerika

---

<sup>75</sup> Mey H: Lewat Batik Therapy, Mempromosikan Budaya & Produk Indonesia di Amerika Serikat. <https://indonesiaproud.wordpress.com/2010/11/01/mey-hasibuan-lewat-batik-therapy-mempromosikan-budaya-produk-indonesia-di-amerika/>

<sup>76</sup>Siti N.D. *AS Dominasi Tujuan Ekspor Batik Indonesia*. <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/544586-as-dominasi-tujuan-ekspor-batik-indonesia> [Diakses pada 24 Agustus 2023]

<sup>77</sup>Eddy C.S. *Ekonomi Kreatif Batik, Penggerak Ekonomi Kerakyatan*. <http://setkab.go.id/artikel-9585-html> [Diakses pada 24 Agustus]

Serikat pada kuartal pertama tahun 2013 sebesar USD21,18 juta, dibandingkan dengan USD17,46 juta pada kuartal yang sama tahun 2012. Untuk memvisualisasikan dengan lebih jelas, keuntungan yang diperoleh Indonesia dari ekspor batik ke Amerika Serikat dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.4 : Ekspor produk batik Indonesia ke Amerika Serikat dalam periode tahun 2009 hingga 2014<sup>78</sup>**

NO	TAHUN	PERIODE	JUMLAH EKSPOR
1	2009	1 tahun	US\$ 25,1 Juta
2	2010	1 tahun	US\$ 24,6 Juta
3	2011	1 tahun	US\$ 24,7 Juta
4	2012	Kuartal I	US\$ 17,46 Juta
5	2013	Kuartal I	US\$ 21,18 Juta
6	2014	Januari-Juli	US\$ 85,5 Juta

Sumber : Kementerian Perindustrian RI

Pada tahun 2014, terjadi peningkatan ekspor terbesar ke Amerika Serikat, terutama selama periode Januari hingga Juli. Peningkatan ini dapat dilihat sebagai hasil dari strategi yang diterapkan oleh Indonesia dalam mempromosikan batik di Amerika Serikat. Melalui upaya ini, masyarakat Amerika Serikat dapat lebih memahami bahwa Indonesia merupakan negara dengan budaya yang kaya serta tingkat seni yang tinggi. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah tingginya tingkat konsumsi masyarakat Amerika Serikat.<sup>79</sup> Hal ini menjadi peluang bagi pengusaha batik untuk mempromosikan produk batik dengan skala yang besar guna memenuhi permintaan tersebut.

<sup>78</sup> Kementerian Perindustrian RI. 2023. Dunia Makin Mencintai Batik <https://kemenperin.go.id/artikel/6827/Dunia-Makin-Mencintai-Batik>

<sup>79</sup> Yudo W, Sofyan, N.H, Dani P. Krisis Global, Ekspor Batik Bakal Merosot Kamis, 29 September 2011. <https://industri.kontan.co.id/news/krisis-global-ekspor-batik-bakal-merosot-1> [Diakses pada 4 Oktober 2023]

Langkah ini dapat mendorong investasi, menciptakan lapangan kerja baru, dan menggalakkan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, upaya ini juga berpotensi membangun perdagangan internasional yang lebih luas.<sup>80</sup> Tindakan promosi ini juga telah memiliki dampak positif terhadap persepsi masyarakat Amerika Serikat tentang Indonesia. Melalui promosi batik, Indonesia telah berhasil meningkatkan reputasi dan menciptakan kesan positif di kalangan peserta kompetisi membatik di KJRI Chicago. Para peserta dari Amerika Serikat menyatakan minat mereka untuk lebih memahami Indonesia dan menggali pengetahuan tentang budaya Indonesia, terutama berkaitan dengan batik. Melalui beragam kegiatan promosi batik yang melibatkan media elektronik, cetak, serta pameran, telah menciptakan dampak positif terhadap perkembangan batik di Amerika Serikat. Selain itu, Indonesia juga merasakan manfaat lain, yakni lahirnya komunitas pecinta batik di Amerika Serikat, seperti Gallery of Indonesia. Kehadiran komunitas ini sangat bermanfaat dalam mengenalkan budaya Indonesia secara langsung, terutama dalam konteks batik.

**Tabel 4.5 : Data Penjualan Ekspor Nasional ke 5 Negara Tujuan Utama Tahun 2013<sup>81</sup>**

NO	NEGARA TUJUAN	JUMLAH PENJUALAN	NILAI EKSPOR
1	<b>Australia</b>	1.834,50 kg	US\$ 23.892
2	<b>Kanada</b>	2.463 kg	US\$ 37.747,80
3	<b>Singapura</b>	3.068,36 kg	US\$ 88.965,65
4	<b>Kolombia</b>	176 kg	US\$ 2.622,50
5	<b>Amerika Serikat</b>	48.494,29 kg	US\$ 1.095.706,38 (dari total ekspor 53.606,79 kg dengan nilai US\$ 1.197.386,51)

<sup>80</sup> Kementerian Perindustrian Perublik Indonesia. 18 Juli 2013. Dunia Makin Mencintai Batik. <https://kemenperin.go.id/artikel/6827/Dunia-Makin-Mencintai-Batik> [Diakses Pada Tanggal 7 Oktober 2023]

<sup>81</sup> Batik 'Made In' Indonesia Paling Banyak Diekspor ke AS <https://www.liputan6.com/bisnis/read/641777/batik-made-in-indonesia-paling-banyak-diekspor-ke-as> [Diakses Pada Tanggal 7 Oktober 2023]

Sumber : Liputan 6

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa Amerika Serikat tetap menjadi negara tujuan utama ekspor batik Indonesia. Dalam periode ini, Amerika Serikat membeli sebanyak 48.494,29 kg batik Indonesia dengan total nilai ekspor mencapai US\$ 1.095.706,38. Ini merupakan sebagian dari total ekspor batik sebanyak 53.606,79 kg dengan nilai US\$ 1.197.386,51. Negara-negara lain yang menjadi tujuan utama ekspor batik Indonesia adalah Singapura, Kanada, Australia, dan Kolombia. Dari data yang disajikan, terlihat bahwa ekspor batik Indonesia ke luar negeri memiliki dampak positif yang signifikan pada devisa negara. Pangsa pasar Amerika Serikat dalam ekspor batik Indonesia mencapai 42,97% dari total ekspor.<sup>82</sup> Data dari Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa dari tahun 2006 hingga 2010, pangsa pasar ekspor Batik Indonesia ke Amerika Serikat berada pada peringkat pertama.

Pada tahun 2010, pangsa pasar ini mencapai 32,22% dengan nilai sebesar US\$ 22,3 Juta.<sup>83</sup> Pada periode Januari hingga Juni 2011, nilai ekspor batik Indonesia ke Amerika Serikat mencapai US\$ 24,668 Juta, menunjukkan pertumbuhan sebesar 10,61% pada tahun 2011. Selanjutnya, data mencatat bahwa 10% dari total ekspor tekstil Indonesia mencapai nilai hingga US\$ 12 Miliar pada tahun 2012. Pada akhir tahun 2012, nilai ekspor batik Indonesia mencapai US\$ 278 Juta, dengan peningkatan sebesar US\$ 5,88 Juta dibandingkan tahun sebelumnya. Pada periode Januari hingga Maret 2013, nilai ekspor batik mencapai US\$ 68,8 Juta, meningkat sebesar US\$ 42,26 Juta dari periode yang sama sebelumnya.

Data dari Kuartal I (Januari hingga Juli) tahun 2013 menunjukkan bahwa total penjualan keluar negeri mencapai US\$ 21,18 Juta, dengan pertumbuhan yang

---

<sup>82</sup> Ningsih, D.N. 2015 Dampak Ekonomi Ekspor Perdagangan Batik Indonesia Ke Amerika Serikat Tahun 2010-2014: Jurnal Hubungan Internasional, Vol. 2,(2),9-10

<sup>83</sup> Emaila I. 2017. Geliat Ekonomi Kelas Menengah Muslim di Cirebon: Dinamika Industri Batik Trusmi 1900-1980. Jurnal: Sejarah Kebudayaan Islam. Vol. 113(2) 1-13



signifikan, terutama berkat kontribusi Amerika Serikat sebagai tujuan ekspor batik Indonesia terbesar. Pada periode Januari hingga Juli 2014, ekspor batik Indonesia ke Amerika Serikat terus meningkat, mencapai US\$ 85,5 Juta, mengalami peningkatan sebesar 24,13% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2013 yang hanya mencapai US\$ 68,8 Juta.<sup>84</sup> Data ini menunjukkan bahwa batik Indonesia memiliki peran penting dalam menyumbangkan devisa negara. Selain Amerika Serikat, data juga menunjukkan peningkatan ekspor batik Indonesia ke negara-negara lain seperti Jerman dan Korea Selatan, yang menunjukkan kontribusi positif terhadap perekonomian nasional. Secara keseluruhan, ekspor batik Indonesia memiliki dampak yang positif pada devisa negara dan berpotensi untuk memajukan sektor UKM yang memproduksi batik. Hal ini menciptakan optimisme terkait dengan pertumbuhan ekspor batik Indonesia ke Amerika Serikat dan potensi dampaknya pada perekonomian nasional.<sup>85</sup>

Pengembangan batik di Amerika Serikat telah menghadapi beberapa hambatan. Salah satu hambatan yang menjadi tantangan utama adalah faktor ekonomi. Untuk mengadakan festival dan pameran batik, diperlukan dana yang cukup besar. Ini menjadi sebuah tantangan terutama bagi komunitas kecil seperti *Gallery of Indonesia*. Oleh karena itu, komunitas tersebut perlu mencari dukungan finansial dari investor-investor yang peduli dengan pengembangan budaya Indonesia. Selain itu, meskipun minat masyarakat Amerika Serikat terhadap batik sangat tinggi, tetapi orang-orang Barat, termasuk Amerika Serikat, memiliki kecenderungan untuk selektif dalam memilih produk. Masyarakat Amerika Serikat cenderung mempertimbangkan dampak lingkungan dari bahan-bahan yang digunakan dalam produk.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> *Ibid*

<sup>85</sup> S.I.S. 2015. Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Presiden Bambang Yuhdhoyono Jurnal: Ilmu Hubungan Internasional.Vol. 3(1) 72

<sup>86</sup> *Ibid*

Oleh karena itu, dalam memasuki pasar Amerika Serikat dan memenangkan hati konsumen, harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan ramah lingkungan. Sebagai solusi untuk mengatasi ini, upaya untuk mengembangkan batik ramah lingkungan dapat menjadi alternatif yang tepat. Inovasi ini dapat membantu mendorong pemasaran batik di Amerika Serikat dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap pemasukan devisa negara.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Promosi batik Indonesia yang dilakukan oleh masyarakat dan pemerintah Indonesia telah berhasil mempromosikan batik Indonesia di Amerika Serikat. Dimana Indonesia telah mengadopsi dengan pendekatan diplomasi publik yang melibatkan berbagai upaya dalam penyelenggaraan festival kebudayaan. Upaya ini mencakup tiga proses hanya dua strategi yang berhasil diterapkan yaitu *Informing*, *Understanding*. Diplomasi publik dilakukan melalui penyelenggaraan festival kebudayaan yang melibatkan beberapa tahapan. Proses *Informing* melibatkan berbagai upaya promosi untuk memperkenalkan pameran batik yang akan diadakan, baik melalui media elektronik maupun media cetak seperti pamflet. Proses *Understanding* terjadi saat pameran budaya batik berlangsung, di mana penjelasan mengenai filosofi dan sejarah batik diberikan dengan tujuan agar masyarakat Amerika Serikat dapat lebih memahami batik sebagai warisan budaya Indonesia yang kaya. Selain itu, adanya sekolah batik di Amerika Serikat juga memungkinkan partisipasi langsung masyarakat Amerika Serikat dalam pembelajaran batik, hasil dari upaya promosi yang telah dilakukan.

Pengenalan budaya batik oleh komunitas Indonesia di Amerika Serikat juga membantu dalam mempromosikan dan memperkenalkan batik. Selain itu, kehadiran tenaga pengajar yang ditempatkan di beberapa sekolah oleh Kedutaan Indonesia di Amerika Serikat mempermudah masyarakat Amerika Serikat dalam mempelajari batik, terutama sejak usia dini. Hasil dari upaya diplomasi batik ini mencakup peningkatan devisa Indonesia melalui ekspor batik ke Amerika Serikat, pendirian Gallery of Indonesian, dan peningkatan citra Indonesia di Amerika Serikat. Citra positif

ini tercermin dalam peningkatan kerjasama antara Indonesia dan Amerika Serikat, yang menunjukkan bahwa Amerika Serikat mulai menganggap Indonesia sebagai pemain penting dalam hubungan luar negeri mereka. Ini juga menghasilkan kemitraan baru yang menguntungkan kedua negara.

## 5.2. Saran

1. Komunitas seperti Gallery of Indonesia dapat bekerjasama dengan Lembaga keuangan dan investor dari Indonesia untuk membantu memperoleh dana yang diperlukan untuk mengadakan festival dan pameran batik di Amerika Serikat.
2. Mempertimbangkan pengembangan model bisnis berkelanjutan. Untuk menciptakan produk berbasis batik yang menarik bagi pasar Amerika Serikat seperti pakaian, aksesoris, atau dekorasi rumah yang menggabungkan gaya batik dengan tren kontemporer.
3. Membangun kemitraan dengan galeri seni, Lembaga budaya, atau organisasi serupa di Amerika Serikat dapat membantu memperluas jaringan dan meningkatkan eksponur batik. Ini juga membuka peluang untuk mendapatkan pendanaan serta Kerjasama dalam acara pameran dan pertukaran budaya.
4. Mengatasi keprihatinan tentang dampak lingkungan dapat dilakukan dengan fokus pada inovasi teknik batik yang ramah lingkungan. Penggunaan pewarna alami dan metode produksi yang ekologis dapat menarik konsumen yang peduli terhadap lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Jamil Suprihatiningrum, 2017. *Strategi Pembelajaran*. Perpustakaan Polinema; Yogyakarta, Ar-Ruzz Media.

### Jurnal:

Adisti P.A. (2021) Diplomasi Kebudayaan Indonesia Ke Amerika Serikat Melalui Sosial Batik Pasca Pengukuhan Batik Oleh UNESCO Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Batik Di Amerika Serikat. *Jurnal Hubungan Internasional*, Vol.1(1)

Adi Nurma Putranto. (2021). *Batik Sebagai Soft Power Diplomasi Indonesia*. *Jurnal Hubungan Internasional*. Vol 1(1)

Deni C.R (2017) "*Indonesian Cultural Diplomacy in the united states of America: Batik As National Branding Uner President Susilo Bambang Yhudhoyono Administration (2009-2014)*" *Journal: of International*, Vol.3(2)

Emaila I (2017) Geliat Ekonomi Kelas Menengah Muslim di Cirebon: Dinamika Industri Batik Trusmi 1900-1980. *Jurnal: Sejarah Kebudayaan Islam*. Vol. 113(2)

Hakim, L. M. *Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia*. *Nation State: Journal of International Studies (NSJIS)*, Vol. 2(2)

Irham S.S,S. (2015) "Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono. *Indonesian Batik Diplomacy In The United State During Soesilo Bambang Yudhoyono Reign*". *Jurnal Hubungan Internasional*. Vol.XII(1)

Naimah L. (2013), Analisis Batik "Jogja Istimewa" *Jurnal: Pendidikan Seni Rupa*, Vol 2(2)

Ningsih D.N.(2015) Dampak Ekonomi Ekspor Perdagangan Batik Indonesia Ke Amerika Serikat Tahun 2010-2014: *Jurnal Hubungan Internasional*, Vol 2,(2)

Nurainun. Analisis Industri Batik di Indonesia. *Jurnal Fokus Ekonomi (FE)*, Desember 2008, Vol. 3 (7)

Novita, & Reni. (2019). Upaya Indonesia Untuk Internasionalisasi Kopi. *Jurnal Hubungan Internasional*, Vol 1(1)

Putranto. A.N, (2021) *Bati Sebagai Soft PowerDiplomasi Indonesia*. *Jurnal Hubungan Internasional*. Vol 1(1)

- Susanto, I.S. (2015). Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono. *Jurnal Hubungan Internasional*, 1(1)
- Syarief. L.K, & Sofia Asriana Issa. (2021) Analisa Deskriptif Kanal Youtube Nihongo Mantappu Sebagai Citizen Diplomacy Batik Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*. Vol 2(3)
- Suprijadi & Irham.S, (2015) "Diplomasi Batik Indonesia Di Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono,". Vol 2(1)
- Sukmawati, A. D., & Kurniawan, A. F. (2020). Strategi dan Kebijakan Promosi Batik di Pasar Global. *Transformasi Global*, Journal Transformasi Global, Vol 2(7)
- Sukmawati A.D & Kurniawan.A.F (2020) Implementasi Strategi dan Kebijakan Internasionalisasi Batik Indonesia dalam Pasar Global pada Tahun 2015-2019. *Jurnal Transformasi Global*, Vol 2(7)
- Yanuar Ikbar. (2002), *Ekonomi Politik Internasional*. Jatinangor: Jurnal Hubungan Internasional, Vol 3(2)
- Zulfikar Achmad. (2018), *Internationalization of Batik In The Creative Industry of Harajutik*. *Jurnal: Internasional*, Vol.1(203)
- Zahidi M.S, (2017) Batik AS Indonesian Public Diplomacy In ASEAN Economic Community (AEC) *Journal of International Relations*. Vol 3,(2)
- Zairina Rr Cattleya. 2012. "Penerapan Strategi Pemasaran Eksor Batik Pada PT. Batik Danar Hadi Di Surakarta" *Jurnal: Diplomasi Bisnis*. Vol.1(1)

### **Artikel Daring:**

- Aar. 15 April 2011. *Workshop Batik "Peace, Love, and Hope"*.  
<http://rumahinspirasi.com/workshop-batik-peace-and-hope/> [Diakses pada tanggal 3 Mei 2023]
- Achmad S.A. (2015). *Kendala Dan Upaya Pengembangan Industri Batik Di Surakarta Menuju Standarisasi*.  
[http://C:/Users/ER/Downloads/348-670-1-SM%20\(3\).](http://C:/Users/ER/Downloads/348-670-1-SM%20(3).)  
 [Diakses Pada Tanggal 1 Oktober 2023]
- Batik Trusmi. 30 September 2023. *Indonesia Gelar Pelatihan Batik Cirebon Untuk Guru-Guru Di Chicago*. <http://batiktrusmi.org/indonesia-gelar-pelatihan-batik-cirebon-untuk-guru-guru-di-as/> [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023].
- Budi Nahaba. 2 November 2013. *Batik Sarana Diplomasi Indonesia Di Pentas Dunia*.  
<http://www.voaindonesia.com/content/batik-sarana-diplomasi-indonesia-di-pentas-dunia-130932978/98880.html> [Diakses pada tanggal 9 Mei 2023]

- Benny Susetyo PR. 18 Desember 2008. *Peranan Diplomasi Publik*  
[http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Aetikel/062.%20Peranan%20Diplomasi%20Publik%20\(18%20Desember%202008\).pdg](http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Aetikel/062.%20Peranan%20Diplomasi%20Publik%20(18%20Desember%202008).pdg) [Diakses Pada Tanggal 18 Maret 2023]
- CNBC Indonesia. Upaya Perajin Dorong Daya Saing Batik Indonesia, Jakarta. October 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191002154511-8-103912/upaya-perajin-dorong-daya-saing-batik-indonesia>. [Di akses pada tanggal 16 Agustus 2023]
- “Dunia Makin Mencintai Batik”, Tersedia di:<<http://www.kemenperin.go.id/artikel/6827/DuniaMakin-Mencintai-Batik>> [Diakses pada 6 Agustus 2023]
- Direktorat Penguatan Standar dan Penilaian Kesesuaian BSN, Pedoman Penerapan dan Sertifikasi SNI Produk Batik, (Jakarta: Badan Standardisasi Nasional, 2019). [Diakses Pada Tanggal 3 Agustus 2023]
- Eddy C.S. *Ekonomi Kreatif Batik, Penggerak Ekonomi Kerakyatan*.  
<http://setkab.go.id/artikel-9585-html> [Diakses pada 24 Agustus]
- Eddie Santosa. 2 November 2013. *Dudes Dino: Ini Landasan Batik Menjadi Trend Fashion Dunia*.  
<http://news.detik.com/read/2013/11/02/172840/2402377/10/dubes-dino-ini-landasan-batik-menjadi-trend-fashion-dunia> [Diakses pada tanggal 22 Mei 2023]
- Gusman Egie. 30 September 2011. *Nia Dinata Gratiskan Film Tentang Batik*.  
<http://celebrity.okezone.com/read/2011/09/30/206/509252/nia-dinata-gratiskan-film-tentang-sejarah-batik> [Diakses pada tanggal 17 April 2023]
- Populerkan Batik dan Gamelan, Sultan HB X Diundang ke AS  
<https://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.HB.X.Diundang.ke.AS> [Diakses pada 2 September 2023]
- [Htt://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.X.Diundang.ke.AS](http://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.X.Diundang.ke.AS) [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023]
- Inda Susanti. 11 November 2013 *Dunia Makin Mencintai Batik*. <http://www.koran-sindo.com/node/317252> [Diakses pada tanggal 26 Mei 2023]
- I Made Asdhiana. 10 Oktober 2013. *Populerkan Batik dan Gamelan, Sulta HB X Diundang ke As*.  
[Htt://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.X.Diundang.ke.AS](http://travel.kompas.com/read/2013/10/10/1413396/Populerkan.Batik.dan.Gamelan.Sultan.X.Diundang.ke.AS) [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023]
- Indonesia Berpartisipasi. 19 Juli 2011. *Pameran Batik Indonesia di Amerika Serikat*.  
<http://www.indonesiaberprestasi.web.id/beritadariseberang/pameran-batik-indonesia-di-amerika-serikat/> [Diakses tanggal 4 Mei 2023]



Kementrian Luar Negeri Indonesia. 30 Oktober 2013. *Malam Penganugrahan Pemenang Kompetisi Desain Batik Amerika Serikat 2013 Dan Awal Penyelenggaraan Indonesian Celebration Week Tanggaabl 30 Oktober 2013 Di Washington DC.*[Diakses Pada Tanggal 7 Agustus 2023].

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia <https://www.kemlu.go.id/portal/id> [Diakses pada tanggal 6 Mei 2023]

Kementerian Luar Negeri. *RI-AS Tandatangani Memorandum Saling Pengertian Kerjasama Selatan-Utara dan Triangular.* Tersedia di<<http://www.kemlu.go.id/sanaa/Pages/News.aspx?IDP=6798&l=id>> [diakses pada 6 Agustus 2023].

Kementerian Perindustrian Perublik Indonesia. 18 Juli 2013. Dunia Makin Mencintai Batik.<https://kemenperin.go.id/artikel/6827/Dunia-Makin-Mencintai-Batik> [Diakses Pada Tanggal 2 September 2023]

Kementerian Luar Negeri RI, "Perluas Pasar ke Eropa Timur dan Perkuat Kerja Sama Bilateral : Menlu RI Kunjungi Bulgaria," last modified September 17, 2019. [Diakses pada tanggal 3 Juni 2023]

Kementrian Luar Negeri Indonesia. 2013.iseminasi *Informasi Capaian iplomasil Melalui Portal Situs Kemlu* [Diakses Pada Tanggal 4 September 2023]

Kementerian Perindustrian RI (2023) Dunia Makin Mencintai Batik <https://kemenperin.go.id/artikel/6827/Dunia-Makin-Mencintai-Batik> [Diakses Pada Tanggal 5 Oktober 2023]

Kus Anna Lusia. 2 November 2013. Batik Cantik Untuk Kepesta Dari Alleira Batik. <http://female.kompas.com/read/2013/11/02/1139268/Batik.Cantik.untuk.ke.pes.ta.dari.Alleira.Batik> [Diakses Pada Tanggal 9 Agustus 2023].

Made Mastra 8 April 2011. *The Ambassador of Republic Indonesia Launched First American Batik Competition Washington D.C.* [http://americanbatik.embassyofindonesia.orh/photo/2011/gala\\_dinner/index.htm](http://americanbatik.embassyofindonesia.orh/photo/2011/gala_dinner/index.htm). [diakses pada tanggal 17 April 2013]

Muhammad, Djibril. 27 Oktober 2011. Hebat Membatik Masuk Kurikulum Sekolah di Chicago.<https://www.republika.co.id/berita/senggang/seni-budaya/11/10/27/Ltpi3t-hebat-membatik-masuk-kurikulum-sekolah-di-chicago> [Di akses pada tanggal 3 Mei 2023]

Muhammad Fadel Narendra. (2022). *Batik As Indonesian CulturalL Diplomatic Strategi In Usa (Batik Sebagai Strategi Diplomasi Budaya Indonesia Di Amerika Serikat). Pengantar Doplomasi.* [https://www.researchgate.net/publication/364346099\\_Batik\\_As\\_Indonesia\\_Cultural\\_Diplomatic\\_Strategi\\_In\\_Usa\\_Batik\\_Sebagai\\_Strategi\\_Diplomasi\\_Budaya\\_a\\_Indonesia\\_Di\\_Amerika\\_Serikat](https://www.researchgate.net/publication/364346099_Batik_As_Indonesia_Cultural_Diplomatic_Strategi_In_Usa_Batik_Sebagai_Strategi_Diplomasi_Budaya_a_Indonesia_Di_Amerika_Serikat) [Diakses Pada Tanggal 1 Oktober 2023]

Mey H: Lewat Batik Theraphy, Mempromosikan Budaya & Produk Indonesia di Amerika Serikat.<https://indonesiaproud.wordpress.com/2010/11/01/mey-hasibuan-lewat-batik-theraphy-mempromosikan-budaya-produk-indonesia-di-amerika/> [Diakses Pada Tanggal 6 Otober 2023]

- Mey Hasibuan. 31 Oktober 2010. *Batik Therapy: Membatik di Amerika*. <http://www.indonesiaberprestasi.web.id/beritadariseberang/batik-therapy-membatik-di-amerika/> [Diakses pada 7 Agustus 2023]
- Regina Ayu Maharani (2022) Using Batik As An Icon Of Indonesian Culture For Soft Diplomacy (Menggunakan Batik Sebagai Ikon Kebudayaan Indonesia Untuk Soft Diplomasi) ://C:/Users/ER/Downloads/ReginaAyuMaharani\_20210510327\_UK1PengantarDiplomasi%20(1). [Diakses Pada Tanggal 5 Otober]
- Red-Istana. 23 Agustus 2012. *Salah Satu Budaya Indonesia Yang Mendunia*. Kamis, 29 September 2011. <https://industri.kontan.co.id/news/krisis-global-ekspor-batik-bakal-merosot-1> [Diakses pada 4 Oktober 2023]  
<http://newsistana.com/salah-satu-budaya-indonesia-yang-mendunia> [Diakses pada tanggal 4 Mei 2023]
- Sinta Saraswanti. Pertumbuhan Ekspor Batik Indonesia Meningkat. Tersedia di: <[http://bravaradio.com/todays-highlight/1131-pertumbuhan-ekspor-batikindonesia meningkat padat](http://bravaradio.com/todays-highlight/1131-pertumbuhan-ekspor-batikindonesia-meningkat-padat)> [Diakses pada 6 april 2023]
- Siti N.D. *AS Dominasi Tujuan Ekspor Batik Indonesia*. <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/544586-as-dominasi-tujuan-ekspor-batik-indonesia> [Diakses pada 24 Agustus 2023]
- Stylemax.co. 16 Mei 2010. *About us*. <http://www.evenseye.com/fairs-f-stylemax-15566-1.html> [Diakses pada tanggal 6 Mei 2023]
- Wuri Kartiasih. 17 November 2013. *Batik Indonesia Dengan Spirit Amerika*. <http://demo.jurnas.com/halaman/17/2013-11-17/274541> [Diakses pada tanggal 4 Mei 2023]
- Yogi Gustaman. 31 Oktober 2013. *Dino Ptti Djalal Lestarikan Batik Di Amerika Serikat*. <http://www.tribunnews.com/internasional/2013/10/31/dino-patti-djalal-budayakan-batik-di-amerika-serikat> [Diakses pada tanggal 6 Mei 2023]

