
POTENSI KEARIFAN LOCAL SEBAGAI SALAH SATU SUMBER *SOFT POWER* UNTUK Mendukung Pelaksanaan DIPLOMASI INDONESIA¹

Sri Wijayanti, S.IP, M.Si²

Abstrak

Indonesia adalah Negara yang sangat kaya dengan kearifan local. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk menunjang pelaksanaan diplomasi Indonesia. Salah satu kearifan local yang dapat dikembangkan adalah kekayaan perawatan tradisional Indonesia yang biasanya ditawarkan di griya perawatan kecantikan. Griya yang dikelola secara professional ini bukan hanya sekedar menawarkan tentang jasa perawatan namun dapat juga dimaksimalkan untuk mengenalkan dan menunjukkan karakter bangsa Indonesia yang ramah dan tulus. Fasilitas yang menawarkan salah satu bentuk kearifan local ini dapat digunakan sebagai media untuk membentuk citra Indonesia yang baik yang dapat digunakan untuk menjalin dan membina hubungan baik antara Indonesia dengan Negara lain. Terlebih terdapat perubahan pola perilaku manusia yang tidak hanya terjadi secara local namun juga terjadi secara global yaitu perubahan gaya hidup untuk menggunakan bahan-bahan alami. Oleh karena itu, kearifan local ini dapat dijadikan sumber *soft power* yang dapat dimaksimalkan sebagai media komunikasi untuk membangun *image* yang baik dengan public di Negara lain.

Key word : diplomasi, kearifan local, *soft power*

I. Pendahuluan

Citra merupakan sebuah hal yang sangat dibutuhkan oleh satu Negara dalam menjalin hubungan dengan Negara lain. Dalam

¹ Makalah ini dipresentasikan pada seminar Nasional dan call For Paper 'Menggagas Pencitraan berbasis Kearifan Lokal' pada tanggal 26 September 2012

² Dosen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman

pergaulan internasional, citra yang baik akan memudahkan sebuah Negara dalam menjalin kerjasama dengan Negara lain. Sehingga tidak heran, sebuah Negara akan menggali sumber daya yang dimilikinya dan memaksimalkan potensinya untuk membuat citra yang baik bagi negaranya, contohnya Jepang dengan anime, J-pop, J-drama dan Korea dengan K-drama, K-pop, K-star.

Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah memiliki banyak potensi untuk membangun sebuah citra yang baik. Kekayaan alam baik berupa mineral maupun non mineral mudah dijumpai dalam setiap daerah di Indonesia. Kekayaan mineral ini antara lain berupa minyak bumi, batubara dan kekayaan tambang lainnya. Sedangkan kekayaan alam non mineral yaitu kekayaan jenis-jenis flora dan fauna. Jumlah flora yang sangat banyak dan beragam jenisnya antara lain dimanfaatkan sebagai bahan obat-obatan oleh penduduk sekitar. Sedangkan fauna di manfaatkan sebagai sumber makanan penduduk dll. Pada masa kerajaan nusantara, kekayaan flora mulai digunakan untuk perawatan kesehatan. Hal ini ditandai dengan banyaknya resep-resep tradisional yang menggunakan tanaman banyak terdapat dalam buku warisan kerajaan. Kerajaan-kerajaan besar di Indonesia, menggunakan beberapa jenis tumbuhan untuk perawatan kesehatan dan untuk kebugaran. Resep ini sampai saat ini masih digunakan oleh sebagian masyarakat Indonesia untuk melakukan perawatan kesehatan, terutama pencegahan dari penyakit. Sayangnya beragam kekayaan alam non mineral ini belum mampu dioptimalkan dengan baik. Pemerintah selama ini hanya berkisar pada pembuatan *brand* tentang kekayaan alam Indonesia dan memandangnya hanya sebagai bagian dari turunan kegiatan usaha. Pengoptimalan kearifan local yang terdapat didalamnya belum sepenuhnya dilakukan.

Padahal seiring dengan berkembangnya era modernisasi, banyak produk-produk kesehatan, yang dihasilkan oleh pabrik farmasi. Pada masa ini, orang-orang meninggalkan produk tradisional. Namun tren ini menurun seiring kesadaran manusia untuk melakukan perawatan secara tradisional. Berjamurnya klinik-klinik kebugaran dan metode kebugaran dari beberapa Negara asing

sangat mudah dijumpai di suatu Negara. Mereka menawarkan perawatan dan suasana negaranya. Paper ini akan membahas tentang potensi peran yang dapat dioptimalkan oleh produsen jasa perawatan tradisional sebagai salah satu turunan kearifan lokal sebagai agen *soft power* yang akan memberikan manfaat dalam pencitraan Negara yang akan mendukung diplomasi Indonesia. Hal ini didasari asumsi bahwa gerai-gerai perawatan tradisional yang didirikan di luar negeri, bukan hanya menawarkan berbagai perawatan tradisional Indonesia, metode maupun bahannya namun juga menunjukkan karakter bangsa yaitu oleh ketulusan, kehangatan dan keramahan.

II. Pembahasan

II. 1. *Soft power*

Power dipahami sebagai sebuah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menggerakkan orang lain agar bertindak sesuai dengan kemauannya. Sehingga jika A menyuruh B untuk melakukan sesuatu menurut kehendak A, maka B akan bertindak sesuai dengan kemauan A. Bentuk *power* ada 2 yaitu *soft power* dan *hard power*. Dalam bukunya *Soft power : The means to success in world politics*, Joseph S. Nye menyebutkan bahwa *hard power* adalah kemampuan untuk mengontrol pihak lain secara pikiran maupun tindakan dengan menggunakan paksaan daripada kerjasama, biasanya berkaitan dengan penggunaan kekuatan militer, sedangkan *soft power* lebih cenderung menggunakan *power* untuk menarik pihak lain dengan nilai atau merupakan kemampuan untuk mempengaruhi agenda pilihan politik yang membuat pihak lain tertarik. Sehingga *soft power* lebih pada *co-opt* daripada *coersive*. *Soft power* tidak sama dengan pengaruh (*influence*), lebih dari sekedar bujukan (*persuasion*) namun *soft power* adalah kemampuan untuk menarik pihak lain melakukan sesuatu tanpa mereka menyadari bahwa mereka ditarik untuk mengikuti kehendak yang dimaksud. Sumber-sumber *soft power* adalah sesuatu yang bisa menimbulkan daya tarik (*attraction*). (Nye, 2004. h.7,8). Berikut adalah table tentang *soft power* dan *hard power*.

Gambar 1. *Hard- and soft- power resources*

	Hard Power	Soft power
Spectrum of behaviors	Coercion inducement ← Command	Agenda attraction setting → co-opt
Most likely resources	Force payment Sanction bribes	Institution values Culture policies

Sumber : Joseph S Nye, *Soft Power : The Means to Success in World Politics*, h 8

Berdasarkan gambar diatas, sumber *soft power* untuk menunjukka daya tariknya (*attraction*) memiliki yaitu budaya (untuk menarik pihak lain), nilai-nilai politik (yang dimiliki oleh bangsa) dan kebijakan luar negeri. Daya tarik inilah yang akan mempengaruhi orang lain untuk melakukan apa yang dikehendaki oleh pemilik *soft power*.

Agen *soft power* bukan hanya didominasi oleh pemerintah, namun juga dapat dilakukan oleh non pemerintah. (Quirk, http://www.lagrange.edu/resources/pdf/citations/2010/22quirk_politicalscience.pdf) Pemerintah biasanya melakukan hal-hal yang berkaitan dengan *publi diplomacy*, *bradcasting*, program pertukaran pelajar, bantuan pembangunan, penanganan bencana dan kerjasama militer untuk melakukan dan mempererat hubungan dengan Negara lain. (Quirk, http://www.lagrange.edu/resources/pdf/citations/2010/22quirk_politicalscience.pdf) Sedangkan agen non pemerintah melakukan pembuatan film, pembuatan music, penciptaan trendsetter dalam fashion maupun gaya hidup ataupun tulisan-tulisan individu yang mengekspresikan nilai-nilai dan budaya yang dimiliki oleh pengarang. Sehingga actor non pemerintah adalah terdiri dari lembaga ataupun individu.

Dalam relasi antar Negara yang disebut diplomasi, dikenal actor-aktor yang melakukan fungsi untuk diplomasi yang dikenal dengan Multi-track dalam bukunya Dr. Louise Diamond dan Ambassador John IcDonald yang berjudul *Multi-Track Diplomacy : A Sistem Approach to Peace*¹ disebutkan ada sembilan *Track*. *Track One* dilakukan oleh pemerintah dan organ-organ pemerintah. *Track Two* yaitu nongovernmental professional. *Track Three (Business dipolomacy)* yang bergerak pada kesempatan ekonomi dan komunikasi sedangkan untuk individu ada di *Track Four*. Penelitian, pelatihan dan edukasi atau pembelajaran menegani *peacemaking* ada di *Track Five*. *Track Six* adalah para aktivis dan advokat yang menangani *peacemaking*. Namun kedua kategori agen ini memiliki *Track seven* adalah komunitas keagamaan. *Track Eight* adalah para filantropi, yayasan sebagai penyandang dana suatu kegiatan dan *Track Nine* adalah media. (Diamond, 1996,h. 4)

Agen-agen inilah yang akan mengenalkan tentang *soft power* yang dimiliki oleh Negara untuk mengubah pandangan warga Negara lain tentang Negara tersebut. Sehingga dalam kaitan ini maka *soft power* diharapkan potensinya untuk mempengaruhi cara pandang warga di suatu Negara terhadap Negara lain.

II.2. Potensi kearifan local sebagai salah satu sumber *soft power*

Salah satu sumber *soft power* seperti disebutkan diatas adalah budaya. Budaya dapat menjadi mediator untuk membangun saling pengertian dan kepercayaan diantara kedua Negara yang sedang menjalin hubungan kerjasama. Dengan terbangunnya kepercayaan diantara keduanya, maka hubungan kedua Negara tersebut akan berlangsung lancar. Dengan budaya, maka interaksi antara kedua bangsa juga berjalan lancar karena *image* yang terbentuk dari Negara tersebut diterima sebagai sesuatu yang baik. Contoh Negara yang berhasil menggunakan budaya untuk memperbaiki *imagenya* dan menciptakan pencitraan yang baik adalah Jepang. Jepang menggunakan anime, J-pop, harujuku style untuk menggambarkan kondisi Jepang pada saat ini yang bebas, dinamis dan modern. Pada masa dulu, Jepang

adalah satu Negara yang memiliki peran besar dalam pecahnya Perang Dunia ke II. Namun sekarang, Jepang lebih dikenal sebagai bangsa yang memiliki peradaban modern, disiplin kaya dan memiliki semangat bekerja yang tinggi. Pencitraan yang baik ini membuat bangsa yang pernah dijajah oleh Jepang melihat Jepang sebagai sebuah Negara baru dan 'lupa' terhadap perilaku Jepang pada masa itu.

Permasalahan *image* juga dialami oleh Indonesia walaupun *image* yang dialami oleh kedua Negara ini berbeda. Indonesia pernah mengalami kejadian karena serangan terrorist. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang jaminan keselamatan beberapa warga asing untuk berada di Indonesia. Bahkan beberapa Negara menerapkan *travel warning* selama beberapa waktu agar warganya tidak mengunjungi Indonesia. Sifat bangsa kita yang ramah dan murah senyum berganti dengan rasa waspada setelah terjadi peristiwa yang memilukan tersebut.

Nilai-nilai kearifan local yang kita miliki dapat dijadikan salah satu modal untuk memperbaiki pencitraan negara. Budaya ramah tamah, ketulusan dan kehangatan merupakan salah satu dari sekian banyak kearifan local yang kita miliki. Begitu juga dengan keterbukaan dan perhatian kita terhadap orang lain, yang merupakan bentuk kehangatan kita dan penghormatan kita terhadap manusia. Nilai-nilai budaya kita inilah yang dapat kita tunjukkan kepada warga dari Negara lain.

Pada dasarnya, tujuan *soft power* adalah untuk membangun opini public yang ada di Negara tersebut dan memiliki sasaran yaitu komunitas yang ada di Negara tersebut. Berdasarkan hal ini, maka interaksi antara para pelaku agen *soft power* sangat penting. Interaksi ini akan membawa perubahan cara pandang warga asing terhadap suatu Negara. Dalam interaksi antara dua warga dari Negara yang berbeda, terdapat proses hubungan transfer nilai-nilai budaya mereka. Hal ini lah yang dapat dikembangkan untuk menjadi media bagi para agen *soft power* untuk menunjukkan dan mengenalkan karakter bangsa yang ramah, sopan, hangat, dan terbuka untuk orang lain.

II.3. Peran gerai perawatan tradisional dalam mendukung diplomasi Indonesia

Salah satu media yang dapat dikembangkan untuk mendukung diplomasi Indonesia adalah melalui tempat-tempat (gerai) perawatan tradisional yang dikelola secara profesional oleh swasta. Tempat ini menawarkan suasana tradisional dan jasa perawatan tubuh yang menggunakan bahan-bahan alami yang berasal dari resep turun temurun. Suasana yang dibangun dalam gerai ini sangat tradisional dan menggambarkan warisan budaya bangsa yang merupakan kekhasan bangsa Indonesia.

Gerai yang dibangun dan dikonsepsi secara tradisional dan profesional akan menambah kesan kuat terhadap bangsa kita. Konsep bangunan dan fasilitas akan menggambarkan kepiawaiannya nenek moyang kita terhadap penciptaan ragam arsitektur Indonesia. Berbagai filosofi tentang keluhuran budaya bangsa juga akan tercermin dalam setiap detail dalam bangunan tersebut. Ragam corak pahatan dan ukiran menggambarkan bahwa nenek moyang kita memiliki cita rasa tinggi dalam berkesenian.

Selain dari tampilan fisik bangunan, keramahan, kehangatan dan perhatian di tunjukkan oleh para pelaku di bidang ini. Senyuman dalam menyambut dan melakukan pekerjaan dengan tulus ditampilkan untuk membuat para pengunjung agar merasa nyaman dan betah untuk berada di gerai ini. Dalam proses ini ada interaksi langsung antara pengunjung dan pelaku usaha yang bergerak di bidang ini.

Tren untuk melakukan perawatan kesehatan dengan menggunakan bahan-bahan tradisional mulai meningkat. Beberapa dari produsen kosmetika Indonesia mulai mengembangkan bisnisnya dengan membuka cabang di luar negeri. (<http://www.traveltextonline.com/business/martina-berto-perkuat-pasar-luar-negeri>) Hal ini menunjukkan bahwa tren masyarakat terhadap perawatan tradisional mulai meningkat.

III. Penutup

Perkembangan perawatan kesehatan dengan menggunakan cara-cara tradisional mulai diminati oleh masyarakat, tak terkecuali dengan warga asing. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk menunjukkan karakter bangsa yang dibawakan oleh para pelaku di bidang ini yang menggambarkan dengan nilai-nilai kearifan lokal sehingga mampu mengubah persepsi warga asing terhadap Indonesia. Salah satu caranya dengan menunjukkan sikap seperti ketulusan, keramahan, kehalusan dan penghargaan terhadap seni budaya nenek moyang yang merupakan kearifan local bangsa. Persepsi tentang bangsa Indonesia yang ramah, hangat dan sopan akan menimbulkan kesan yang kuat bagi warganegara lain. Hal ini akan menumbuhkan sikap mau bekerjasama tanpa merasa curiga dan nyama untuk melakukan hubungan dengan bangsa Indonesia. Ketika persepsi yang baik sudah terbentuk, maka *image* Negara akan terbentuk pula. Sehingga kesempatan untuk melakukan hubungan dan kerjasama dengan Negara lain akan semakin mudah untuk dilakukan.

Daftar Pustaka

- Bahri, Mossadeq M, 2005. *Japan's International Cultural Relations :Learn From The West*, Manabu Vol No. 1, August
- Dewi, Putri Adam. 2007. *Manga sebagai Budaya Populer Dalam Masyarakat Jepang*, Maabu Vol.2 No.1, June
- Diamond, Louise dan Ambassador John IcDonald 1996. *Multi-Track Diplomacy : A Sistem Approach to Peace*, Kumarian press,
- Kuniawati, Erna & Chryyina Rochayanti, September-Desember 2007. *Soft power : Urgensi Optimalisasi Public Diplomacy dengan Public Relations Sebagai Sarana Diplomasi Dalam Politi Luar Negeri AS Pasca Peristiwa WTC*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 5, Nomor 3, , UPN 'Veteran' Jogjakarta
- Nye, Joseph S. 2004. *Soft power : The Means to Succes in World Politics*, Public Affairs,

Tures, *Soft power, Hard Power, and Our Image Abroad*.
http://www.lagrange.edu/resources/pdf/citations/2010/22quirk_politicalscience.pdf. diakses tanggal 25 Juli 2012

Wijayanti, Sri. 2010. *Soft power : People-to-People exchange as a means of Japan Public Diplomacy*, seminar internasional FISIP-UNSOED, *Cultural Diplomacy between Indonesia-Japan : Effort to Maximize Soft power as a main Base of Diplomacy*

<http://www.traveltextonline.com/business/martina-berto-perkuat-pasar-luar-negeri>. diakses tanggal 25 Juli 2012
