

***MULTITRACK DIPLOMACY TRACK 3 DAN 9 AMERIKA SERIKAT DAN
INDIA MELALUI FILM HOLLYWOOD DAN BOLLYWOOD DI
INDONESIA 2010-2015***

(Skripsi)

Oleh

PUTRI TASYA MAHARANI

NPM 1846071009



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

MULTITRACK DIPLOMASI TRACK 3 DAN 9 AMERIKA SERIKAT DAN INDIA MELALUI FILM HOLLYWOOD DAN BOLLYWOOD DI INDONESIA 2010-2015

Oleh

PUTRI TASYA MAHARANI

Film Hollywood dan Bollywood dianalisis menggunakan track 3 dan track 9 menunjukkan bahwa aktor bisnis, perdagangan dan media memainkan peran penting dalam diplomasi. *Multi-track diplomacy* digunakan pada penelitian ini untuk melihat perbandingan diplomasi yang dilakukan oleh Amerika Serikat dan India melalui industri filmnya yaitu Hollywood dan Bollywood di Indonesia. Konsep ini penulis gunakan dikarenakan perfilman merupakan bagian dari kebudayaan yang kemudian digunakan untuk membandingkan tujuan, kepentingan nasional, serta propaganda atau citra yang dibangun oleh Amerika Serikat dan India pada publik Indonesia melalui industri film yang dilakukan. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan dan menganalisis multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data studi literatur, penelusuran dokumen dan referensi berupa jurnal maupun buku. Analisis data dalam studi ini dimulai dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian berdasarkan perbandingan dari film Hollywood dan film Bollywood antara sembilan jalur *multi-track diplomacy track three*, dan *track nine* di mana media, perdagangan, dan bisnis dari India dan Amerika Serikat aktif dalam menyebarkan kebudayaannya. Film Hollywood dan Bollywood dianalisis menggunakan *track three* yaitu film Hollywood dari segi pendapatan film lebih banyak dibandingkan film Bollywood, dan film Hollywood menguasai perfilman di Indonesia hampir 80% dibandingkan film Bollywood. Sedangkan, *track nine* menunjukkan bahwa film Hollywood dan Bollywood telah menggunakan media dan komunikasi sebagai penyebaran nilai-nilai budaya dari kedua film tersebut, dan dalam pemasaran media film Hollywood sangat aktif dibandingkan film Bollywood.

Kata kunci Film Hollywood, Film Bollywood, Multitrack Diplomacy

ABSTRACT

MULTITRACK DIPLOMACY TRACK 3 AND 9 UNITED STATES AND INDIA THROUGH HOLLYWOOD AND BOLLYWOOD FILMS IN INDONESIAN 2010-2015

By

PUTRI TASYA MAHARANI

Hollywood and Bollywood films analyzed using track 3 and 9 show that business, trade and media actors play an important role in diplomacy. Multi-track diplomacy is used in this study to see a comparison of diplomacy carried out by the United States and India through their film industries, namely Hollywood and Bollywood in Indonesia. The study uses multitrack diplomacy concept because film is part of culture which is then used to compare goals, national interests, as well as propaganda or images built by the United States and India for the Indonesian public through the film industry. The purpose of this study is to explain and analyze the multitrack diplomacy of the United States and India on tracks 3 and 9 through Hollywood and Bollywood films in Indonesia 2010-2015.

The research method uses a qualitative approach and techniques for collecting data from literature studies, searching documents and references in the form of journals and books. Data analysis in this study begins with data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study are based on comparisons of Hollywood films and Bollywood films among the nine multi-track diplomacy, track three and track nine where media, commerce and business from India and the United States are active in spreading their culture. In track three, Hollywood films in terms of film revenue are more than Bollywood films, and Hollywood films dominate film production in Indonesia by almost 80% compared to Bollywood films. Meanwhile, track nine shows that Hollywood and Bollywood films have used media and communication to spread the cultural values of the two films, and in media marketing Hollywood films are very active compared to Bollywood films.

Keywords: Bollywood Films, Hollywood Films, Multitrack Diplomacy

**MULTITRACK DIPLOMACY TRACK 3 DAN 9 AMERIKA SERIKAT DAN
INDIA MELALUI FILM HOLLYWOOD DAN BOLLYWOOD DI
INDONESIA 2010-2015**

OLEH

PUTRI TASYA MAHARANI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL**

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **MULTITRACK DIPLOMACY TRACK 3 DAN 9
AMERIKA SERIKAT DAN INDIA MELALUI
FILM HOLLYWOOD DAN BOLLYWOOD DI
INDONESIA 2010-2015**

Nama Mahasiswa : **Putri Tasya Maharani**


No. Pokok Mahasiswa : **1846071009**

Program Studi : **Hubungan Internasional**


Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**




Tety Rachmawati, S.IP., M.A.
NIP. 19920309 201903 2 020


Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A.
NIK. 231801 920926 201

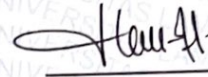
Ketua Jurusan Hubungan Internasional,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.


Dr. Ari Darmastuti, M.A.
NIP. 19600416 198603 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

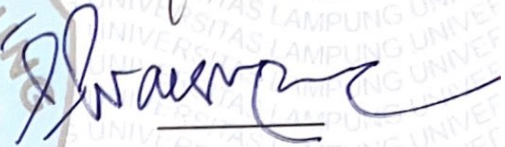
Ketua : **Tety Rachmawati, S.IP., M.A.**



Sekretaris : **Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A.**



Penguji : **Iwan Sulisty, S.Sos., M.A.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19670807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **6 Desember 2022**

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Pondoklampung, 2022



356AKX227145652
PuTri Tasya Iriantarani
1846071009

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandarlampung pada tanggal 13 April 2000 dari pasangan Saipul Burhanuddin dan Elvi Dewi sebagai anak ke dua dari tiga bersaudara. Penulis menempuh Pendidikan formal pertama di SDN 2 Palapa Bandarlampung, kemudian melanjutkan ke tingkat menengah pertama di SMP Negeri 25 Bandarlampung dan lulus pada tahun 2016, dan tingkat menengah atas di SMA Negeri 2 Bandarlampung dan lulus pada tahun 2018 kemudian melanjutkan ke perguruan tinggi Jurusan Hubungan Internasional, Universitas Lampung.

Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi, penulis juga menempuh Program Kerja Lapangan di Kejaksaan Bandar Lampung. Dan magang di perusahaan AIA Indonesia Bandar Lampung. Penulis aktif kepanitiaan selama perkuliahan di Universitas Lampung.

“Be yourself as you want”

Persembahan

Skripsi saya persembahkan:

1. Orangtua dan saudari saya yang telah sabar dan mendukung dan mendoakan selama ini.
2. Kepada dosen-dosen Hubungan Internasional yang telah membimbing saya hingga sekarang.
3. Special thanks untuk Rama yang selalu ada dan teman-teman seperjuangan.

SANWACANA

Syukur kehadiran Allah SWT yang sudah memberi hidayah, rahmat, serta anugerah-Nya sehingga penulis tugas akhir berjudul **“Multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015”** bisa penulis selesaikan sebagai prasyarat menyelesaikan Program Sarjana Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis sadar bahwasanya skripsi ini tidak akan selesai apabila tidak ada bimbingan, bantuan, dukungan, dan nasihat dari banyak pihak. Pada kesempatan ini, ucapan terima kasih setulus-tulusnya penulis sampaikan pada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
3. Dr. Ari Darmastuti, M.A. selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional sekaligus seorang dosen yang senantiasa mendukung Penulis.
4. Hasbi Sidik, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Tety Rachmawati, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Utama yang terus mendukung dan menuntun Penulis dalam setiap proses pengerjaan skripsi ini dan selalu percaya dengan Penulis.
6. Khairunnisa Simbolon, S.IP., M.A. selaku Dosen Pendamping yang senantiasa memberi arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Iwan Sulisty, S.Sos., M.A. selaku dosen Pembahas yang senantiasa memberi masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Jurusan Hubungan Internasional yang tidak bisa satu-persatu Penulis sebutkan yang sudah memberikan ilmu serta pembelajaran berharga untuk Penulis baik dalam keseharian ataupun dalam hal akademik.

7. Terima kasih banyak untuk beliau Fahmi tarumanegara sudah ngasih banyak pengalaman dan arahan yang sangat berarti selama menjadi anak pembimbing beliau.
8. Mama, Papa, Kaka Elsa dan Adek Olla, terima kasih karena selalu mendoakan, mendukung dalam segala hal dan telah mempercayai Penulis dalam setiap prosesnya.
9. Terima kasih juga untuk keluarga besarku Bahirum Syah Arief yang selalu dukung setiap prosesku.
10. Raihan Ramadhan Ahmad Suhada, terimakasih selalu mendoakan, mendukung setiap proses dan menyemangati setiap prosesnya.
11. Siti Zachara, Hemastia Kirana, Chita Ayu, Aqila Baity, Qoonitah Putri, Ailsa Arrafiani, Shaqila Vianta, Safana Salwa Salsabilla dan Liberal gank, terimakasih banyak sudah menemani dari awal perkuliahan sampai sekarang. Makasih banyak temanteman seperjuangan kalian semua teman terbaik guee.
12. Terima kasih banyak juga untuk teman-teman rusak berat selalu mendukung dan mendoakan.
13. Terima kasih juga sudah jadi teman baik Yunisha Dena, Rafida Liris, Selly Nur, Shafa Alana dan Nabila Choirunnisa.
14. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for... for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Bandar Lampung, 2022

Putri Tasya Maharani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR SINGKATAN	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Konseptual	19
2.2.1 <i>Multi-track Diplomacy</i>	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
III. METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Fokus Penelitian	25
3.3 Sumber Data.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	27
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Unsur Budaya Amerika Serikat dan India di Indonesia.....	28
4.1.1 Hollywood.....	30
4.1.2 Bollywood	35
4.2 <i>Multi-track Diplomacy</i> Film Hollywood.....	41
4.2.1 Penerapan <i>Track</i> Tiga	41
4.2.2 Penerapan <i>Track</i> Sembilan.....	43
4.3 <i>Multi-track Diplomacy</i> Film Bollywood.....	45
4.3.1 Penerapan <i>Track</i> Tiga	45
4.3.2 Penerapan <i>Track</i> Sembilan.....	47
4.4 Perbandingan <i>Multitrack Diplomacy Track</i> 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia.....	49
V. SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA 60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Komparasi Penelitian Terdahulu.....	17
4.1 Pendapatan Top Grossing film Hollywood terbesar di Indonesia	42
4.2 Pendapatan Total Film Hollywood	42
4.3 Pendapatan Top Grossing film Bollywood terbesar di Indonesia.....	46
4.4 Pendapatan Total Film Bollywood.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	24

DAFTAR SINGKATAN

ANTV	:	Andalas Televisi
TNI	:	Tentara Nasional Indonesia
MTV	:	Music Television
CNN	:	Cable News Network
ZEEL	:	Zee Entertainment Enterprise Limited
MNC TV	:	Media Nusantara Citra Televisi
TPI	:	Televisi Pendidikan Indonesia

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Sejarah perfilman dunia dimulai pada abad 19, dimana bentuk film hanya berupa gambar bisu dan ilusi. Selain itu juga durasi yang diberikan hanya beberapa menit saja tidak seperti saat ini dan visualisasi gambarnya pun masih hitam putih (Cook & Sklar, 2021). Film pertama dibuat oleh *Lumiere* dan *Thomas Edison*, dengan judul *Roundhay Garden Scene* (1888). Pada tanggal 28 Desember 1895, film komersial pertama di dunia diputar di Paris yaitu di *Grand Cafe*. *Louis* dan *Auguste Lumiere* adalah yang membuat film ini yang mengembangkan *Cinematographe* atau proyektor kamera (History, 2009). Pada tahun 1920-an dunia perfilman mengembangkan teknologi yang bersuara. Seiring kemajuan teknologi, dunia perfilman mulai berkembang dengan berbagai hal-hal baru. Semakin canggihnya teknologi juga termasuk faktor yang membuat industri perfilman berkembang. Amerika Serikat juga merupakan negara film pertama yang sukses karena memiliki kelompok produksi terbesar dan memproduksi banyak jenis film. Pada awal produksi, menggunakan alat sederhana seperti tripod untuk kamera (Cyprus Network, 2021).

Seiring perkembangan ratusan film klasik terus berlanjut pada tahun 1940an (Rickitt, 2000). Pada tahun 1950-1960an televisi mempengaruhi teater-teater Amerika Serikat yang beberapa masih berwarna hitam putih hingga pertengahan tahun 1960an, dikarenakan akhir tahun 1950an televisi yang berkembang dan meluasnya penggunaan televisi sudah sedikit berwarna. akibatnya bioskop memperbarui dengan layar yang lebih besar, proyeksi terpolarisasi, suara stereo diperkenalkan, dan lebih banyak film direkam dalam warna untuk membawa penonton kembali ke bioskop. Dari berbagai negara juga mewarnai sejarah perfilman pada tahun 1960an ada berbagai gaya film

New Wave termasuk *New Hollywood*, *Japanese New Wave*, *Indian New Wave*, dan *French New Wave* (Science Media Museum, 2020). Industri perfilman dengan seiringnya waktu selalu berkembang dan menjadi industri yang penting diberbagai industri.

Seiring dengan proses globalisasi aktor-aktor dalam hubungan internasional juga mengalami penambahan yang meluas dan bukan sebatas mencakup negara (*state actor*) tetapi juga merambah ke aktor non-negara (*non-state actor*) seperti perusahaan multinasional (MNEs) media kelompok kepentingan, organisasi internasional organisasi non-negara (LSM) dan bahkan individu sehingga membawa perubahan dalam praktik hubungan internasional. Dinamika internasional diplomasi yang terus mengalami perubahan sebagai teknik komunikasi juga berkembang dalam konteks keberagaman budaya (Kim, 2017). Terkait hal ini, aspek budaya dimanfaatkan sebagai metode alternatif diplomasi tepatnya sebagai alternatif diplomasi konvensional yang pejabat publik lakukan secara resmi dalam perannya menjadi wakil atas kepentingan suatu negara.

Diplomasi adalah pelaksanaan hubungan internasional dengan cara damai. Selain itu juga, diplomasi adalah pelaksanaan hubungan internasional secara damai oleh agen resmi negara, organisasi internasional, dan aktor internasional lainnya. Diplomasi itu sendiri kebudayaan berperan dalam membentuk citra atau pemikiran antar negara melalui nilai budaya (Diplo, 2021). Negara yang mempergunakan budaya sebagai ujung tombak negara di antaranya yaitu Amerika Serikat dan India. Amerika Serikat memanfaatkan film Hollywood sebagai budaya sementara India yaitu dengan memanfaatkan film Bollywood. Kedua negara ini mempergunakan budaya mereka dalam mencapai kepentingan nasional negara mereka.

Film sendiri merupakan proses budaya atau sejarah suatu masyarakat yang disajikan berbentuk gambar langsung. Film adalah ciptaan manusia yang menyangkut bermacam bidang kehidupan. Fungsi film adalah sebagai media sosial dan juga media informasi, sebab lewat film ini seseorang bisa melihat apa yang sebenarnya terjadi pada suatu masyarakat pada suatu waktu. Film sebagai ciptaan manusia yang berharga dalam upaya pelestariannya sudah

mendapat perhatian besar dari internasional ataupun nasional. Pelestarian film ini tidak cukup sebatas untuk memelihara dan melindungi, namun harus mudah diakses masyarakat luas untuk digunakan menjadi bahan pembelajaran. Suatu film disebut awet apabila masih bisa dikonsultasikan oleh masyarakat dan dijadikan acuan dalam kajian sejarah dan budaya bangsa.

Film apabila dimasukkan dalam kehidupan politik, maka akan bisa dijadikan sebagai alat kampanye politik, alat propaganda, dan debat politik (Rokhmah, 2020). Sedangkan dalam ranah relasi ideologis, film dijadikan senjata agar dapat menjadikan nilai-nilai ideologis kedua belah pihak runtuh. Serta film dalam konteks hubungan masyarakat dalam sistem global menjadi pengenalan di mana khalayak umum mengekspresikan dirinya atau mengevaluasi yang lainnya melalui caranya sendiri, oleh karenanya akan mengarah kepada pemahaman identitas dari masyarakat. Komunitas sinematik terbentuk untuk penonton bioskop masyarakat. Interaksi film sebagai bahasa simbol akhirnya menjadi peristiwa yang berpengaruh.

Kemampuan film untuk membangun citra sosial dan nilai-nilai di dalamnya berasal dari menempatkan film dalam konteks hiburan semata. Padahal film berfungsi lebih jauh dari hal tersebut, meski dalam hal ini alasan hiburan tidak dikesampingkan. Film juga merupakan interpretasi dari realita masyarakat. Selain itu, film dipergunakan pula untuk mendukung pengenalan budaya. Upaya ini tepat, cepat, dan mudah dilakukan. Penjelasan terkait keadaan industri perfilman yang berpengaruh di Indonesia secara ringkas dipaparkan di bawah ini:

1. Film Bollywood

Promosi pariwisata di suatu negara pada zaman sekarang tidak sebatas dilakukan secara normal seperti pertukaran delegasi antar negara. Industri film adalah sarana untuk mempromosikan pariwisata dan budaya di negara. Itu dialami oleh industri film India yang disebut sebagai Bollywood. Melalui film Bollywood, maka tercermin kondisi masyarakat India. Namun sekarang semakin kerap dibicarakan, film-film tersebut sesungguhnya adalah citra yang warga India impikan untuk melupakan realita yang ada serta industri budaya India berkembang sangat pesat lewat

produk musik, tayangan film, dan drama televisi sehingga ini menjadi sebuah fenomena menarik. Bollywood adalah dunia perfilman India yang memiliki keistimewaan budaya India. Adegan di film Bollywood hampir seluruhnya memuat budaya India. Seperti bangunan, nilai-nilai tradisi, aktor atau aktris, riasan, pakaian, tarian, serta sebagainya mengisi setiap panggung di Bollywood. Maka tak heran jika nanti film ini meledak menjadi tahun 20-an (Paul, 2015).

India merupakan negara yang memiliki penduduk dengan populasi terbanyak nomor dua di dunia dan salah satu kekuatan mendorong film-film India yang diproduksi oleh Bollywood. Indonesia sangat tertarik pada Bollywood, seperti banyak saluran televisi, media, berbagai aktor, yang memutuskan untuk meningkatkan peran Bollywood dalam ekspansi budaya India. Tujuannya untuk membantu budaya industri Bollywood di Indonesia, dan untuk mempelajari apa efek Bollywood yang mengetahui penyebaran budaya India Indonesia, dan apa yang dipengaruhi oleh diplomasi. Hasilnya menunjukkan bahwa peran yang sangat krusial untuk mendukung industri Bollywood di Indonesia, namun hal itu mempengaruhi kehidupan budaya sosial rakyat Indonesia, misalnya berpakaian, gaya hidup dan gaya jiwa nasionalisme Indonesia (Diadi, 2019).

Kepopuleran film Bollywood tidak sebatas di Asia saja, tetapi pula perlahan-lahan mulai merambah Amerika dan Eropa. Film Bollywood sudah menyebar ke berbagai negara di seluruh penjuru dunia. Kondisi tersebut tentu telah berkontribusi pada penyebaran budaya India di negara pengimpor film. Hal ini berpengaruh terhadap meningkatnya industri pariwisata India. Misalnya yakni bertambahnya turis asing yang berkunjung ke tanah air untuk mengunjungi langsung set film atau melihat dengan mata kepala sendiri budaya masyarakat negara (Vara, 2020). Film India memiliki karakteristik sendiri konsisten dengan sifat masyarakat Asia maka tidak sulit untuk menggambarkan dan memahami kondisi India. Identitas sinema India sangat unik. Film India berfokus pada cerita unik, nilai hiburan tinggi, keterampilan teknis yang kaya, aksi, musik, dan

romansa. Secara konsisten, film-film India juga menyampaikan suatu pesan sosial, mempromosikan keadilan sosial, perdamaian, harmoni, kesetaraan serta menghadapi isu-isu kontemporer (Irawan, 2018).

Madhaya Prasad, profesor film di Hyderabad mengatakan bahwa aspek film Bollywood ini menimbulkan kontradiksi. Masyarakat dan warga memang terpengaruh dengan film-film Bollywood. Namun, sekaligus film ini memperlihatkan kenyataan bahwa hal tersebut tidak ada kaitannya sama sekali dengan realita kehidupan penontonnya (DW, 2013). Saat ini yang diketahui bahwa India dan Indonesia adalah negara yang saling membangun hubungan diplomatiknya (MEA India, 2011). Terjalannya hubungan diplomatik Indonesia dan India secara geografis mempunyai sumber daya alam sangat besar. Ini didasarkan pada fakta bahwa keduanya untuk berkembang saling membutuhkan. Indonesia sebagaimana yang kita ketahui adalah pasar internasional bagi produk India, sementara India dalam menjual produknya termasuk film juga membutuhkan pasar di Indonesia (Octaviani, 2014).

Era globalisasi saat ini yang ditopang dengan peran industri kreatif dan kemajuan teknologi tentu sangat berpeluang untuk mencapai kepentingan itu sendiri. Lewat koneksi ke Internet ini bisa membantu serta memfasilitasi distribusi film Bollywood ke banyak negara sebagai bagian dari budaya India. Pertumbuhan perfilman di India berdampak besar pada ekonomi India. Perkembangan Bollywood sangatlah populer di dunia film internasional bahkan bisa menyaingi film Hollywood (Christyanti, 2021). Selain itu, industri animasi India termasuk pula sebagai faktor yang mampu menunjang kemajuan ekonomi India, di mana jasa perusahaan animasi India sangat diminati dan layanan lebih murah daripada Amerika Serikat (Thomas & Rayadurgam, 2005). Dengan perubahan ini, India dapat mengurangi masalah sosial, kemiskinan, industri, infrastruktur dan semua masalah yang berkaitan dengan pembangunan ekonomi berkembang.

2. Film Hollywood

Hollywood termasuk industri hiburan dan film dunia Amerika Serikat yang sangat besar (AntoRij, 2022). Film-film Hollywood telah digunakan sebagai sarana budaya oleh Amerika Serikat. Untuk membentuk persepsi publik sesuai dengan apa yang diinginkan oleh Amerika Serikat. Distribusi film-film Hollywood telah menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Film-film Hollywood dianggap mempengaruhi budaya Indonesia. Film Hollywood di Indonesia terpengaruh pengaruhnya langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan kebudayaan di Indonesia. Film Hollywood mengandung nilai-nilai masyarakat AS di dalamnya. Nilai-nilai budaya berkontribusi pada Hollywood terjadi perubahan nilai-nilai budaya Indonesia. Perubahan yang terjadi meliputi sikap, nilai, gaya hidup, bahasa, hingga ideologi. Untuk orang-orang Indonesia, perubahan ini tidak terjadi dengan cepat, tetapi perlahan, selangkah demi selangkah.

Entertainment salah satu cara untuk menyebarkan pengaruh budaya Amerika Serikat dan cara berpikir untuk kepentingan nasional. Media massa yakni sarana komunikasi yang paling kuat dan efektif untuk mengubah cara orang berpikir tentang sesuatu. Dalam konteks ini, media hiburan menjadi alat bagi Amerika Serikat untuk memperluas hegemoninya ke negara lainnya.

Media Amerika Serikat dalam kehadirannya yang terkenal di berbagai negara, misalnya: *Music Television* (MTV), Hollywood, dan *Cable News Network* (CNN) digunakan sebagai dorongan yang sesuai untuk komunikasi diplomatik Amerika Serikat yang menyembunyikan serta pelan-pelan menggerakkan media budaya, nilai budaya barat (*Westernisasi*) dan budaya lokal. Media jenis ini dipergunakan oleh diplomasi Amerika Serikat sebagai alat untuk mencapai kepentingan nasionalnya di bermacam bidang, termasuk ekonomi. Media hiburan berpengaruh sangat ampuh untuk merubah opini (propaganda) masyarakat dan selanjutnya menguasai dan mempengaruhi pikiran sekelompok orang.

Industri film Amerika Serikat juga telah benar-benar menunjukkan bagaimana Hollywood memang membuat langkah yang sangat penting. Film telah menjelma sebagai industri baru di dunia bisnis yang memberikan untung berjumlah besar. Tidak keliru apabila menganggap Hollywood atau Amerika Serikat adalah pasar film di dunia. Distribusi film Amerika Serikat di hampir wilayah di dunia memengaruhi negara-negara yang dikunjungi oleh film Hollywood. Situasi itu membuat Amerika semakin sukses di industri film karena dengan pengaruh film-filmnya telah merambah ke negara lainnya, membawa keuntungan besar untuk Amerika Serikat. Selain itu, benar memang bahwa kondisi bioskop nasional atau lokal umumnya tidak begitu menarik untuk penonton. Mereka lebih suka dengan film buatan Hollywood, jadi wajar saja jika akhirnya mati. (Kompas, 2021).

Selain itu, yang termasuk faktor utama yang menyebabkan film Hollywood bisa mendominasi dunia perfilman adalah sebab ideologi yang kuat yang tertanam dalam film-film produksi Amerika Serikat tersebut (Nartari, 2015). Padahal berbagai bentuk film pasti mengandung ideologi, bedanya terletak pada apakah bisa berpengaruhnya suatu ideologi. Hollywood dengan ideologi yang pengaruhnya cukup kuat, selanjutnya diadopsi dan ditiru oleh negara lainnya dengan harapan bisa memperoleh untung besar. Semakin mengadopsi atau mengadaptasi ideologi film Amerika Serikat, maka semakin menjadikan Hollywood memberikan dunia film kepada negara lainnya. Tidak bisa disangkal bahwa pada akhirnya akan memusnahkan industri film nasional sebab secara bertahap munculnya ideologi film Hollywood dapat mengubah ideologi film nasional. Kondisi tersebut menunjukkan ideologi perfilman nasional yang lemah dan terdapatnya persyaratan komersial yang menyebabkan produser menerima film Hollywood dengan mengorbankan film nasional atau lokal yang ada di tiap negara (Landau, 2003).

Pertumbuhan film Hollywood di Indonesia, terutama di kota besar pastilah tahu mengenai Amerika Serikat dan sebagian budaya sudah disebarakan tanpa kita sadari selama bertahun-tahun. Masyarakat Indonesia

merasa perang sudah selesai, dan tidak lagi ada perang seperti sebelumnya, di mana banyak penembakan terjadi, pengeboman serta korban. Tanpa masyarakat Indonesia sadari bahwa yang dihadapi saat ini yaitu perang antar berupa gaya hidup dan budaya, dan pada perang ini yang menjadi korbannya rakyat dan juga negara-negara berkembang. Terdapat berbagai hal semacam perilaku dan kebiasaan dalam keseharian yang dilakukan seperti apa yang dimakan, apa yang dilakukan, semuanya menunjukkan tanda bahwa masyarakat Indonesia bertingkah laku layaknya orang lain atau juga orang-orang barat spesifiknya seperti Amerika Serikat (Maisuwong, 2012).

Budaya Indonesia yang asli telah tersisih dari masyarakatnya sendiri, terutama masyarakat perkotaan. Terdapat beberapa budaya yang hampir menghilang dari seperti hiburan populer dan gaya hidup sehari-hari. Baik muda ataupun tua telah terbiasa dengan gaya hidup barat, khususnya bagi anak kecil (Heryanto, 2008). Esensi *konsumerisme* mulai menyebar ke semua kalangan, buruknya dimaksudkan untuk semua kalangan, benar-benar seluruh orang baik miskin atau kaya, muda atau tua, perkotaan ataupun pedesaan. Sekarang orang menjalankan balapan untuk mendapatkan produk terbaru. Dari sudut pandang masyarakat Indonesia tentang pengaruh terhadap budaya barat, tidak sedikit remaja Indonesia yang tidak mengetahui permainan tradisional daerah, tidak hafal lagu pahlawan, dan tidak hapal lagu-lagu tradisional. Masyarakat Indonesia dengan mudah memahami apa yang terjadi di dunia barat, khususnya di dunia perfilman, mode dan musik. Serta hal paling buruk dari pengaruh budaya barat yakni remaja tersebut akan menganggap didiskriminasi oleh masyarakat atau kelompok lain jika mereka tidak mengikuti tren barat, terutama yang berasal dari Amerika Serikat (UPMK, 2020).

Tentu saja industri film Hollywood merupakan komunikator yang berperan penting untuk membentuk pesan yang perlu disampaikan pada media massa. Hollywood yang merupakan penyelenggara pesan tentu saja akan memperlihatkan ilustrasi dan diagram indah dari dalam filmnya guna menggambarkan tentang serangan teroris oleh wilayah muslim. Meskipun

hal tersebut tidak adil untuk umat islam, namun ini adalah politik media. Beberapa negara semacam Amerika Serikat yang maju dan berkembang pesat di bidang teknologi komunikasi dan media, tentu akan mempergunakan kekeliruan dalam memperlihatkan bahwa dirinya merupakan yang maju dan super kuat dalam berbagai bidang. Pada saat yang sama target media Hollywood yakni masyarakat internasional. Alasan Hollywood merupakan industri film yang memiliki pangsa pasar yaitu masyarakat di berbagai penjuru dunia. Maka dari hal tersebut, objek media di sini juga dapat dipahami sebagai pangsa pasar dari film itu sendiri.

Dengan peralatan militer dan sifatnya yang canggih, Amerika Serikat secara langsung atau tidak langsung berusaha menjelaskan kepada masyarakat internasional bahwa kita memiliki peralatan militer yang sangat canggih dan kita hanya memilikinya. Ini sangat strategis dalam kontak visual karena pengaturan teater militer yang dibungkus dengan film Hollywood kemungkinan besar akan membuatnya terlihat seperti jika “Anda melawan kami, kami siap dengan kecanggihannya militer kami”. Kolaborasi antara militer Amerika Serikat serta perfilman Hollywood patut diapresiasi, sebab sangat sedikit negara yang bersedia mengganti perlengkapan militer hanya demi satu film. Fakta di Indonesia sendiri sedikit film aksi yang menggunakan peralatan TNI (Tentara Nasional Indonesia) dalam membantu produksi film. Selain itu, pihak yang dapat menggunakan peralatan militer, tentu dikenai biaya relatif mahal, karena militer Indonesia tidak terbiasa beraksi di depan kamera (Hakim, 2015).

Film Hollywood dan Bollywood dalam perkembangannya di era globalisasi kini erat kaitannya dengan peran bermacam media *mainstream*. Bagaimana fitur Amerika Serikat dan India saat ini mendominasi media elektronik di Indonesia melalui acara televisi, dari film Indonesia bahkan acara musik. Film Hollywood dan Bollywood dalam penyebarannya lewat jejaring sosial semacam *Facebook*, *Twitter* dan *Youtube* juga cukup berhasil memberi hasil yang menggiurkan untuk artis Hollywood itu sendiri. Wujud yang ternyata di antaranya yakni keberadaan televisi

transformasi Indonesia (Trans TV) Cinema, sebuah saluran televisi yang didedikasikan untuk film-film Hollywood seperti film andalas televisi (ANTV), televisi Pendidikan Indonesia (TPI) dan rajawali citra televisi Indonesia (RCTI). Dari sini terlihat bahwa media yang dimanfaatkan India dan Amerika Serikat untuk menyebarkan film-filmnya Indonesia dan di dunia yaitu lewat media cetak dan elektronik semacam Televisi, dimana tentunya berdampak besar bagi mereka menonton.

Terdapat pula media sosial di internet semacam *Youtube*, *Facebook* dan *Twitter* yang menjadi media yang banyak dipergunakan masyarakat Indonesia saat ini. Para penggemar Film Hollywood di Indonesia bisa menyaksikan film yang disukainya tersebut di Youtube sebab video musik banyak yang diupload di Youtube. Saat ini film dan musik berperan begitu besar dalam penyebaran kebudayaannya Amerika di Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa Amerika Serikat dan India memang memanfaatkan media yang sangat populer sekarang ketika mereka menyebarkan kebudayaan ke seluruh dunia. Dapat dilihat bahwa dalam menyebarkan kebudayaan Amerika Serikat dan India telah mencapai keberhasilan yang besar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada pemaparan sebelumnya, maka bisa dirumuskan permasalahan, yaitu: **“Bagaimana perbandingan multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu perumusan permasalahan sebelumnya, maka dipaparkan tujuan penelitian, yakni untuk:

1. Menjelaskan multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.

2. Menganalisis multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat, di antaranya:

1) Secara Teoritis

Mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan khasanah ilmu pengetahuan, khususnya terkait multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. Dan juga bisa menambah wawasan baru untuk pembaca secara umum dan para akademisi multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia.

2) Secara Praktis

Bisa dipergunakan sebagai bahan informasi publik untuk berbagai pihak terkait, baik dari pengajar maupun mahasiswa hubungan internasional, untuk menambah referensi dan pemahaman secara lebih dalam kajian multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. Selain itu melalui informasi yang dipaparkan, diharapkan mampu menarik masyarakat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Literatur review yakni peninjauan kembali tulisan terdahulu atau pustaka-pustaka yang menyangkut masalah yang diteliti. Pelaksanaan *literatur review* dimaksudkan guna memperoleh pemahaman mengenai minat masyarakat multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. Penulis melakukan penghimpunan data terdahulu yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti yang bersumber dari berita-berita resmi, skripsi, press release, laporan penelitian, jurnal ilmiah, serta buku-buku ilmiah. Beberapa literatur yang berhubungan dengan topik yang dibahas dipaparkan di bawah ini:

Dalam jurnal berjudul “Ekspansi Bollywood melalui tayangan pada Televisi di Indonesia” yang dimoderatori oleh Dwi Susanti, kajian tersebut membahas industri Bollywood yang mengubah industri dan budaya tempat proses komodifikasi budaya terjadi. Industri media yang berkembang berdampak pada produsen kecil lokal, dan konsekuensi dari perpindahan ini berdampak pada kehidupan masyarakat. Tayangan Bollywood lewat andalas televisi (ANTV) berekspansi ke Indonesia dengan tayangan yang memuat konten budaya India. Bollywood diterima di negara ini oleh mereka yang merasa dekat dengan apa yang disiarkan melalui serial besar. Produksi massal dan distribusi budaya melalui media penyiaran yang dapat disebarluaskan secara cepat dan efisien (Susanti, 2018). Penelitian ini akan penulis gunakan untuk melihat bagaimana sejarah perkembangan perfilman Bollywood di Indonesia. Kemudian, yang berbeda dari penelitian ini dengan yang akan dilaksanakan oleh peneliti yakni penelitian ini menekankan kepada penyebaran industri perfilman Bollywood dari India di televisi Indonesia sebagai bentuk penyebaran industri dalam globalisasi budaya, sedangkan

penelitian saya berfokus pada multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia untuk membangun kerjasama dengan Indonesia.

Dalam jurnal 2018 bertajuk “Film Sebagai Aset dalam Diplomasi Budaya” yang dibawakan oleh Hari Suyanto dan Mariani Amri, kajian tersebut membahas diplomasi budaya lewat film sebagai strategi membentuk karakter bangsa dan supaya lebih harmonis. Film sebagai aset diplomatik, khususnya film yang berkaitan dengan budaya dan seni Indonesia dari masa perjuangan hingga saat ini melalui kekuatan *soft power* diplomatik dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Diplomasi budaya lewat film merupakan strategi konstruksi, hubungan internasional lebih harmonis.

- 2) Film bisa menjadi media budaya yang meningkatkan karakter suatu bangsa melalui penggalian nilai-nilai leluhurnya dalam arus informasi asing. Untuk itu, dukungan aktif dari kementerian terkait dapat disarankan untuk pengembangan sinema yang lebih baik dengan mendidik dunia dan menggunakan sinema sebagai media diplomasi budaya. Ada banyak cara untuk membangun sebuah negara, setidaknya melalui film dapat memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan negara dan membangun hubungan yang lebih baik dengan dunia internasional (Suryanto & Amri, 2018). Nantinya penelitian ini dipergunakan oleh penulis untuk referensi dalam melihat bagaimana sebuah film dapat digunakan menjadi alat dalam melakukan *soft-diplomacy* suatu Negara. Kemudian, hal yang membedakan penelitian ini yakni fokus penelitian ini kepada bentuk diplomasi budaya yang dapat dijalankan dengan media film secara umum, sedangkan secara khusus penelitian ini membahas multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia.

Dalam jurnal tahun 2013 dengan judul “Diplomasi budaya Amerika Serikat terhadap Indonesia melalui film Hollywood”, yang dimoderatori oleh Achmad Reza Putra, penelitian tersebut membahas film-film Hollywood sebagai sarana diplomasi budaya Amerika Serikat terhadap

Indonesia. Film-film Hollywood telah digunakan oleh Amerika Serikat sebagai sarana diplomasi budaya dan untuk membentuk persepsi publik sesuai dengan kehendak Amerika Serikat. Film-film Hollywood tersebar di seluruh dunia termasuk Indonesia. Film-film Hollywood diyakini telah mempengaruhi budaya Indonesia. Sumber data penelitian ini yaitu buku, jurnal, kertas kerja, berita valid dari website dan surat kabar. Film-film Hollywood Indonesia dipengaruhi oleh perkembangan budaya Indonesia secara langsung atau tidak langsung. Nilai-nilai masyarakat Amerika tertanam dalam film-film Hollywood. Nilai-nilai budaya berkontribusi pada Hollywood terjadi perubahan nilai-nilai budaya Indonesia. Bentuk perubahan ini mencakup ideologi, bahasa, gaya hidup, nilai, dan sikap. Untuk orang-orang Indonesia, perubahan tersebut terjadi dengan perlahan dan tidak dengan cepat, selangkah demi selangkah (Putra, 2013). Penelitian ini penulis pergunakan menjadi salah satu referensi untuk melihat diplomasi kebudayaan di Amerika Serikat. Hal yang membedakannya dengan penelitian ini yaitu fokus penelitian ini tidak hanya pada film Hollywood saja namun juga film Bollywood untuk melihat multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia.

Dalam penelitian ini, jurnal berjudul “Film Bollywood sebagai diplomasi kebudayaan India ke Indonesia” karya Nabila Pavita, Zidny Ilimyah dan lain-lain, membahas tentang India menggunakan industri Bollywood sebagai alat diplomasi untuk meningkatkan hubungan bilateralnya yang telah berlangsung seabad dengan Indonesia. Diplomasi budaya ini digunakan untuk melestarikan pengaruh budaya India di Indonesia setelah banyaknya pesaing dari negara lain, khususnya Asia Timur. India berhasil menerapkan konsep diplomasi budaya dan diplomasi gastro yang mampu mengintegrasikan dan menyebarluaskan nilai, norma, dan budaya India melalui industri film Bollywood, khususnya di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan selesainya beberapa proyek kerjasama baru antara Indonesia dan India di bidang sosial budaya, termasuk pelaksanaan berbagai kegiatan budaya, bahkan kerjasama di

bidang perfilman, seperti pembuatan sinetron dengan aktor India dan Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis bagaimana industri film Bollywood mempengaruhi hubungan sosial budaya di Indonesia yang melahirkan gastrodiplomasi. Film dengan kekuatan sinematografi, audiovisual dan kemampuan mengkonstruksi pemikiran, film terbukti sangat efektif dalam menambah sentuhan berbeda yang mampu membuka cara pandang dan pemikiran baru. Penelitian ini akan penulis gunakan sebagai referensi untuk melihat bagaimana India menerapkan diplomasi kebudayaan di Indonesia melalui film Bollywood. Kemudian, yang membedakannya adalah penelitian ini akan membahas mengenai multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. (Pavita, Nurfardzan, & Banjar, 2022).

Dalam jurnal yang dilakukan oleh Wanwarang Maisuwong yang berjudul “Promosi Amerika Budaya melalui Hollywood Film untuk Dunia” membahas tentang penggunaan media, karena jangkauan media jumlah khalayak dan pesan yang disampaikan melalui media sangat jelas. Film dipandang sebagai media global yang mencapai jumlah yang sangat besar penonton dengan pesan yang sama saat film industri memainkan peran utama dalam media global sistem. Penonton menerima pesan dalam memfilmkan pada waktu yang hampir sama, tetapi berbeda interpretasi tergantung pada persepsi pribadi dan lingkungan luar. Film memiliki tinggi kemampuan dalam menangkap imajinasi, membentuk, dan mengarahkan pengertian tentang apa yang nyata, benar, dan lebih disukai, karena film mengandung kedua gerak gambar dan suara. Promosi budaya Amerika melalui film-film Hollywood dapat membuat sisanya dunia untuk memutuskan apakah akan takut atau mendukung janji Amerikanisasi. Ini dapat memfasilitasi sebuah muncul dari budaya global sambil menginvasi kedaulatan nasional dan identitas bangsa lain negara bagian. Di masa depan, budaya Amerika akan terus berlanjut menjadi kekuatan utama dalam komunitas global. Amerika dipandang sebagai satu-satunya kekuatan super di dunia dunia, keputusannya untuk mempromosikan Amerikanya budaya kepada masyarakat internasional dapat mempengaruhi

hubungan dengan negara bangsa lain. Promosi dari Budaya Amerika melalui film-film Hollywood adalah representasi imperialisme budaya. Hollywood film adalah produk budaya yang dicoba oleh Amerika untuk imperialize dunia sekali lagi dengan menggunakan lembut alat. Budaya Amerika adalah ekspor utama AS, Amerika mencoba menjual budayanya kepada yang lain negara di seluruh dunia. Imperialisme Budaya adalah dominasi budaya yang lebih dikenal atas budaya lain, itu adalah rata-rata kolonisasi lunak. Menurut Yohanes Tomlinson, imperialisme budaya adalah penyebaran modernitas, itu bukan proses budayaekspansi, tetapi itu adalah proses hilangnya budaya. Itu berarti bahwa imperialisme budaya adalah proses untuk menghilangkan budaya kelompok minoritas atau kolot budaya. Imperialisme budaya menjadikan mereka local budaya menghilang dari waktu ke waktu. Selanjutnya menganalisis film tentang apa nilai-nilai budaya kritis dan pesan politik dalam setiap film yang dipilih itu Amerika mencoba berkomunikasi dengan dunia penonton di bawah basis, kebebasan berekspresi, nasionalisme, seks, Bahasa, gaya hidup, nilai, dan ideologi. Dan apa yang bisa diharapkan dampak budaya kepada khalayak mengenai: Bahasa, gaya hidup, nilai, dan ideologi. saya pasti percaya bahwa setiap film mengandung beberapa atau semua aspek budaya ini. Saya terutama berfokus pada tujuh perspektif yang berbeda dari budaya yang tampaknya budaya yang paling jelas muncul di Hollywood film. Penelitian ini akan penulis gunakan sebagai referensi untuk melihat bagaimana film Hollywood digunakan oleh Amerika Serikat dalam memperoleh kekuasaan. Perbedaannya dengan yang penulis tulis adalah nantinya akan berfokus pada multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. (Maisuwong, 2012).

Tabel 2.1 Komparasi Penelitian Terdahulu

Indikator	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2	Penelitian Terdahulu 3	Penelitian Terdahulu 4	Penelitian Terdahulu 5
Judul Penelitian	<i>"Ekspansi Bollywood melalui tayangan pada televisi di Indonesia"</i>	<i>"Film Sebagai Aset dalam Diplomasi Budaya"</i>	<i>"Diplomasi budaya Amerika Serikat terhadap Indonesia melalui film Hollywood"</i>	<i>"Film Bollywood sebagai diplomasi kebudayaan India ke Indonesia"</i>	<i>"Promosi Amerika Budaya melalui Hollywood Film untuk Dunia"</i>
Teori/ Konsep	Globalisasi budaya	Soft diplomacy dan Diplomasi kebudayaan	Soft power dan diplomasi kebudayaan	Diplomasi budaya dan diplomasi gastro	Diplomasi budaya
Metodologi	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sesuai pembahasan yang dijelaskan ini, komodifikasi budaya melihat media sebagai industri budaya, industri yang memodifikasi budaya, atau industri yang mengalami proses komodifikasi budaya Bollywood melalui ANTV berekspansi ke Indonesia dengan tayangan yang memuat konten budaya India. Bollywood diterima di negara ini oleh orang-orang yang merasa "lebih dekat" dengan apa yang disiarkan melalui serial besar.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sebagai aset diplomasi khususnya film yang berkaitan dengan budaya dan seni Indonesia dari masa perjuangan hingga saat ini, melalui kekuatan <i>soft power</i> diplomasi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Diplomasi budaya melalui film merupakan strategi konstruksi. Hubungan internasional lebih harmonis; 2) Film dapat menjadi media budaya yang memperkuat karakter bangsa dengan menggali nilai-nilai leluhurnya dalam arus informasi asing hubungan yang lebih baik dengan dunia internasional.	Distribusi film Hollywood ke seluruh dunia adalah sebuah kesalahan Kampanye propaganda untuk menyebarkan niat baik terhadap Amerika Serikat Salah satu negara tujuan rilis film Hollywood adalah Indonesia sebagai negara yang memiliki hubungan diplomatik dengan Amerika Serikat	Hasil penelitian menunjukkan Menggunakan Diplomasi budaya dan diplomasi gastro Film Bollywood adalah salah satu bentuk diplomasi yang digunakan India dengan Indonesia bahkan dunia. India menggunakan strategi ini dengan sangat efektif. Muncul berbagai macam restoran India yang menyajikan berbagai makanan khas India, mulai dari roti maryam, nasi biryani, samosa, dan lain-lain. tersebut	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Amerika menggunakan industri untuk mengomunikasikan politiknya Film dibuat untuk kepentingan politik, terutama untuk menunjukkan siapa Amerika sebenarnya dan memperoleh keuntungan materi.

Indikator	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2	Penelitian Terdahulu 3	Penelitian Terdahulu 4	Penelitian Terdahulu 5
Perbedaan	<p>Penelitian ini berfokus pada penyebaran industry perfilman Bollywood dari India di televisi Indonesia sebagai bentuk penyebaran industry dalam globalisasi budaya, sedangkan penelitian saya berfokus pada perbandingan multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. untuk membangun kerjasama dengan Indonesia.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada bentuk diplomasi budaya yang dapat dilakukan dengan media film secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus membahas mengenai multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada Amerika Serikat yang melakukan diplomasi kebudayaan melalui film Hollywood untuk membentuk persepsi publik sesuai dengan kehendak Amerika Serikat, sedangkan penelitian ini berfokus tidak hanya pada film Hollywood saja namun juga film Bollywood untuk melihat multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.</p>	<p>Penelitian ini penulis menggunakan menjadi salah satu referensi untuk melihat diplomasi kebudayaan di Amerika Serikat. Hal yang membedakannya dengan penelitian ini yaitu fokus penelitian ini tidak hanya pada film Hollywood saja namun juga film Bollywood untuk melihat multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.</p>	<p>Penelitian ini akan penulis gunakan sebagai referensi untuk melihat bagaimana film Hollywood digunakan oleh Amerika Serikat dalam memperoleh kekuasaan. Perbedaannya dengan yang penulis tulis adalah nantinya akan berfokus pada multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.</p>

Berdasarkan lima penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, terdapat beberapa kesamaan yang terlihat yaitu aktor dan isu yang digunakan, yakni amerika serikat dan india, dan perfilman. Kemudian beberapa penelitian menggunakan perfilman untuk menyebarkan budaya. Namun penelitian ini ditulis untuk memperbaharui penelitian-penelitian sebelumnya yaitu penelitian dalam rumpun ilmu Hubungan Internasional yang berfokus kepada multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.

2.2 Landasan Konseptual

2.2.1 *Multi-track Diplomacy*

Diplomasi kini identik pula dengan paradigma *multitrack diplomacy* dimana adalah keberlanjutan dari *first track diplomacy* dan *second track diplomacy* seiring aktor non-negara yang muncul dalam hubungan internasional. *Louis Diamond* memberikan pemaparan bahwa “*multi-track diplomacy* yakni hubungan diplomasi antar negara yang bisa dikelompokkan dengan diplomasi publik atau diplomasi masyarakat yang mana adalah sistem dari unsur-unsur proses dari tindak diplomasi tertentu” (Diamond & Mc Donald, 1996). Hubungan antara tren dan aktivitas membantu untuk memahami peran aktivitas diplomatik suatu negara dalam mengekspresikan nilai-nilai dalam pendekatan budaya atau politik serta bidang yang lain, yang ditunjukkan melalui citra suatu negara.

Multitrack diplomacy yakni kerangka konseptual yang memandang proses pencapaian perdamaian internasional sebagai sistem yang hidup serta mencerminkan berbagai kegiatan yang dilaksanakan guna mempromosikan proses *peacebuilding* dan *peacemaking* di arena internasional. Seluruh unsur saling berhubungan, di antaranya model jaring laba-laba, dimulai dari aktivitas, individu, komunitas, dan institusi kemudian bekerjasama guna mencapai dunia yang damai (Diamond & Mc Donald, 1996).

Multitrack diplomacy menjadikan diplomasi tidak sebatas tugas diplomat profesional atau pemerintah pada umumnya, tetapi sebagai upaya merangkul dan menarik masyarakat negara-negara ke dalam hubungan yang harmonis dalam rangka mencapai persahabatan negara-negara yang mengarah ke perdamaian dunia. Ditambah lagi di era globalisasi yang kian mudah menjalin hubungan antar negara menggunakan kompleksitas komunikasi (Internet) dan teknologi transportasi. Pemerintah Amerika Serikat dan India juga menyadari tumbuhnya peran aktor non-negara dalam hubungan internasional,

dengan demikian terkait pelaksanaan kebudayaan India dan Amerika Serikat, aktor non-negara dan aktor negara bekerjasama untuk saling mendukung meluaskan jaringan India dan Amerika Serikat ke berbagai negara lewat upaya mengembangkan film Bollywood dan Hollywood guna menunjang peningkatan citra bangsa dalam mengejar kepentingan nasional mereka.

Antara sembilan jalur *multi-track diplomacy track three dan track nine* merupakan aktor yang turut serta dalam kebudayaan India dan Amerika Serikat. Di mana media, perdagangan, dan bisnis dari India dan Amerika Serikat aktif dalam menyebarkan kebudayaan.

Track ketiga, Bisnis atau realisasi perdamaian melalui perdagangan. Terkait hal ini, bisnis bisa berperan potensial dan aktual dalam menciptakan perdamaian yaitu lewat saluran komunikasi informal, persahabatan dan pemahaman internasional, aspek ekonomi, serta menunjang aktivitas perwujudan perdamaian. Kerja sama ekonomi dari berbagai negara dapat mencegah timbulnya suatu konflik. Keuntungannya adalah industri komersial pasti akan tumbuh. Kelemahannya adalah terdapatnya peluang guna memanfaatkan kemitraan bisnis sebagai media untuk menuai kepentingan pribadi tanpa mempertimbangkan alasan yang mendasari kemitraan tersebut. *Track* ketiga berhubungan dengan hubungan diplomasi yang berhubungan dengan bisnis. Hubungan ini terlihat dalam penerapan diplomasi untuk mencapai perdamaian melalui perdagangan. Sebagaimana pemaparan dari *Diamond dan McDonald* (1996), diplomasi ini dalam pelaksanaannya mempergunakan soft power serta pada diplomasi ini melibatkan suatu kelompok bisnis yakni kelompok bisnis dengan kesadaran sosial dan komunitas bisnis utama. Perdagangan internasional ini terkait dengan konsolidasi dan pemulihan perdamaian. Akan tetapi, sebagai bagian dari perdagangan internasional, juga mempunyai efek yang dapat ditinjau dari dua sisi, baik negatif ataupun positif. Efek positif yang timbul adalah kebahagiaan komersial bagi masyarakat dan kebebasan finansial. Sedangkan dampaknya negatifnya adalah sifat

memanfaatkan masyarakat untuk kepentingan pribadi dan keserakahan terhadap kekuasaan yang ada (Seta, 2016).

Komunikasi dan media sebagai wujud perdamaian melalui informasi merupakan *track* kesembilan. Seluruh individu memiliki hak untuk mengutarakan opini lewat seni, sistem elektronik, film, radio, bahkan media cetak. Media bisa dijadikan wahana pendidikan, untuk menganalisis suatu isu dan dapat mengubah situasi setelah opini publik terbentuk. Keuntungannya adalah masyarakat dapat dengan cepat mengakses informasi dan bisa menunjang bermacam kegiatan atau upaya yang berfokus pada perdamaian dimana saja lewat media yang ada. Sisi sebaliknya selalu penyalahgunaan, di mana sebagian orang bisa menyebarkan informasi yang tidak akurat serta memengaruhi persepsi masyarakat untuk menjadi negatif tentang sebuah masalah, bahkan jika informasi itu bertentangan dengan fakta yang ada. Justru pemberontakan bisa muncul karena akses media dan komunikasi yang begitu mudah, dan menjadi lebih mudah dalam mengumpulkan massa bersama dan melawan sesuatu, juga mengarah kepada tindakan radikal atau tidak baik (Seta, 2016).

Terakhir, *track* sembilan diterangkan *Diamond & McDonald* (1996) yaitu menyangkut komunikasi dan diplomasi media. Diskusi ini tentang membangun perdamaian lewat suatu informasi. Dan diplomasi ini juga menyangkut opini publik serta menerima dukungan dan liputan dari media. Selain itu, terdapat tiga landasan yang diambil dalam pembahasan komunikasi ini yakni, media elektronik, media pendidikan, serta surat kabar, televisi, radio, dan majalah. Media dapat menciptakan opini publik yang disebarluaskan dan diakses dengan mudah oleh masyarakat, dan juga mempengaruhi pemerintah sebagai pengambil keputusan.

Pemerintah Amerika Serikat dan India juga menyadari tumbuhnya peran aktor non-negara dalam hubungan internasional, dengan demikian terkait pelaksanaan budaya India dan Amerika Serikat, aktor non-negara dan aktor negara bekerjasama untuk saling mendukung meluaskan

jaringan India dan Amerika Serikat ke berbagai negara lewat upaya mengembangkan film Bollywood dan Hollywood guna menunjang peningkatan citra bangsa dalam mengejar kepentingan nasional mereka.

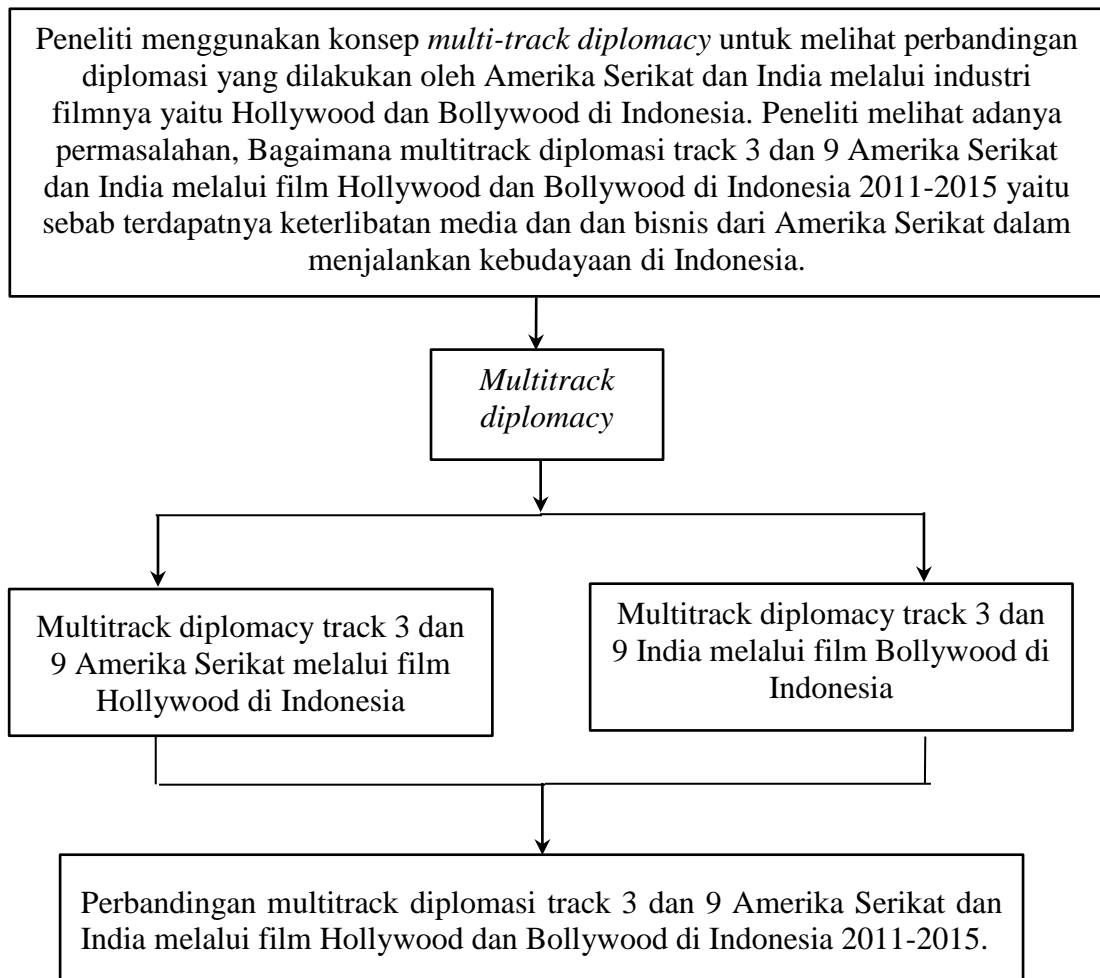
Komunikasi mencakup tiga jenis, yakni media komunikasi elektronik, media edukasi, serta laporan berita. Informasi kini murah dan mudah diakses dalam berbagai cara berkat teknologi yang maju. Press dalam hal ini adalah aktor vital karena peran yang dijalankannya untuk perubahan global. Misalnya, CNN (*Cable News Network*) yakni pelopor perubahan antara komunitas diplomasi internasional dengan press, sebab lokasi kantor CNN ada di seluruh dunia dengan 24 jam pelaporan, oleh karenanya menjadikan CNN sebagai sumber berita internasional. menjadikannya sumber informasi, berita internasional utama. Kerugian dari jalur ini adalah kebenaran informasi dapat dikontrol dan keuntungannya adalah kondisi atau masalah tertentu dapat dipahami oleh publik. Informasi yang disampaikan dalam diplomasi lebih difokuskan pada ketepatan waktu dan kecepatan penyebaran informasi. Melalui komunikasi juga tidak lagi ada jarak dan lebih memudahkan manusia di dunia. Akan tetapi, dengan diplomasi ini ada yang tidak seimbang, yakni tindakan yang tidak proporsional oleh para wartawan (pencari informasi).

Konsep mengenai *multi-track diplomacy*, dimana kini tiap negara berkompetisi untuk melakukan *multi-track diplomacy* atau yang dinamakan diplomasi total. Hampir semua kementerian luar negeri di dunia kian berperan penting dalam diplomasi. Semua track dari konsep *multitrack diplomacy* ini tidak sebatas perspektif individual atas tiap-tiap bidang, tetapi saling bergantung. Oleh sebabnya *multitrack diplomacy* harus dilihat sebagai sistem yang lengkap. Serta untuk keefektifan pemakaiannya juga tergantung kepada masalah dan situasi yang dihadapi, dengan demikian pemecahan masalah dengan metode alternatif bisa dilaksanakan walaupun sebatas mempergunakan track-track yang dirasa cocok untuk mengatasi masalah tadi.

Oleh karena itu, konsep *multi-track diplomacy* khususnya *track three* dan *nine* digunakan dalam penelitian ini untuk secara khusus dapat menganalisis perbandingan yang dilakukan baik dalam lingkup bisnis dan perdagangan serta media. Konsep *multitrack diplomacy* dimulai dengan mempertimbangkan kondisi dunia nyata di mana pemerintah mungkin tidak dapat menangani kompleksitas masalah dalam segala aspeknya. Memberikan kesempatan kepada pihak non-pemerintah untuk berpartisipasi dalam mencapai dan membangun perdamaian melalui berbagai jalur alternatif selain dari jalur politik antar pemerintah, tetapi juga dapat dilakukan dengan jalur bisnis dan juga media yaitu industri perfilman.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yakni bagan yang nantinya membantu penulis untuk membentuk alur berfikir untuk menjelaskan multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. Guna mempermudah dalam menerangkan masalah yang terjadi, maka konsep *Multi-track Diplomacy* dipergunakan oleh penulis pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti melihat adanya permasalahan, Bagaimana multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015 yaitu sebab terdapatnya keterlibatan media dan perdagangan dan bisnis dari Amerika Serikat dalam menyebarkan kebudayaan di Indonesia.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah oleh peneliti untuk kepentingan penelitian

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang hasilnya adalah penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi, dimana penelitian ini bersifat deskriptif dan lebih menggunakan analisis dengan pendekatan induktif dan dalam penelitian ini proses dan makna lebih ditonjolkan (Murdiyanto, 2020). Selain itu juga menurut *Bogdan* dan *Taylor*, penggunaan metode kualitatif juga membantu untuk memahami dan membangun pengetahuan baru di balik data yang tersedia, termasuk kebenaran empiris logis dan sensorik. Sebagaimana pemaparan *Lexy J. Moleong* (2012: 3) bahwa metode kualitatif yakni prosedur penelitian dengan hasil data deskriptif berwujud bahasa tulisan atau lisan atas perilaku dan orang yang diamati.

Di dalam penelitian ini akan mendeskripsikan dan multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. Penelitian ini dalam prosedurnya akan menyajikan data dalam bentuk kata-kata yang memuat informasi yang berfokus pada bagaimana perbandingan multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. Data-data tersebut akan dianalisis menggunakan konsep Multitrack Diplomacy untuk mendapatkan penjelasan mengenai perbandingan melalui track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India di Indonesia.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah melihat multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. Penelitian ini juga berfokus melihat film Hollywood

dan film Bollywood antar keterlibatan aktor diplomatik dari media, perdagangan, dan bisnis Amerika Serikat dan India. Untuk menghindari meluasnya pembahasan, maka ruang lingkup penulisan ini dibatasi sebatas pada tahun 2010 hingga 2015.

3.3 Sumber Data

Metode pengumpulan data kualitatif sekunder dipergunakan penulis dalam penulisan skripsi ini dengan mengadakan penelitian kepustakaan dari bermacam buku yang menjadi rujukan utama, jurnal, artikel, berita dan website utama yang menjadi rujukan. Serta berbagai sumber lain yang menyangkut hal yang dinilai relevan. Penulis akan mengumpulkan data-data dari sumber-sumber tersebut yang berkaitan dengan penelitian ini. Untuk data yang memaparkan pendapatan dan top grossing film Hollywood dan Bollywood di Indonesia peneliti menggunakan data yang diterbitkan oleh *box office* mojo. Kemudian untuk data-data seperti mengenai sejarah perfilman dunia akan menggunakan data dari website world cinema history. dan mencari data mengenai Bollywood dari website resmi maps of india, dan mea.gov.in. Lalu penulis menggunakan data dari website 21Cineplex, dan lain-lain.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Ada empat jenis teknik pengumpulan data, yakni observasi, dokumen dan audiovisual. Melalui dokumentasi dan audiovisual, teknik yang dipilih penulis adalah untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Penulis akan mencari dokumen yang tersedia untuk analisis dan relevansi dengan diskusi penelitian. Dokumen dapat berbentuk tulisan seperti buku, jurnal, laporan, dll, atau dalam bentuk visual seperti video promosi website resmi. Melalui teknik literature review, penulis mengkaji dan menganalisis permasalahan dengan melakukan penelitian mendalam terhadap berbagai literatur seperti buku atau jurnal yang relatif relevan dengan multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015.

3.5 Teknik Analisis Data

Adanya proses analisis data dapat dijadikan sebagai jalan untuk memperoleh jawaban atas berbagai hal yang terdapat dalam rumusan pertanyaan dan penelitian. Penulis mencari dan melihat fakta empiris yang ada yang memerlukan penelitian lebih mendalam dan pengembangan hipotesis. Teknik analisis data dapat dilakukan dalam tiga tahap, menurut *Miles dan Huberman* (2014), berikut di antaranya:

- a) Kondensasi data dilakukan setelah proses pengumpulan data, meliputi proses pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, pengabstraksian, dan pengubahan data menjadi hal-hal yang pokok. Tujuannya adalah untuk memudahkan peneliti dalam tahap penyajian dan analisis data. juga membantu Memberikan gambar yang lebih spesifik yang relevan dengan informasi dan meningkatkan penggunaan data yang diperlukan (Miles & Huberman, 2014).
- b) Penyajian data terjadi setelah proses kondensasi data, dimana data disajikan dalam berbagai bentuk seperti matriks, grafik, bagan, dan lain-lain. Namun penyajian data penelitian ini dilakukan berbentuk tabel dan teks naratif guna mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data yang diperoleh, dan penyajian data memiliki arti yang sama dengan menyusun informasi ke dalam struktur data yang mudah diakses dan mudah diakses. dipahami, sehingga dapat ditarik kesimpulan hanya dengan melihat data. hasil penyajian data (Miles & Huberman, 2014).
- c) Penarikan kesimpulan menjadi tahapan terakhir dalam proses analisa data di mana dalam hal ini penarikan kesimpulan bertujuan untuk memperoleh kesimpulan dari hasil penyajian data yang dilakukan sebelumnya berdasarkan pola hubungan dan alur sebab-akibat yang terdapat pada saat proses penyajian data (Miles & Huberman, 2014).

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Film Bollywood dan film Hollywood, antara sembilan jalur *multi-track diplomacy track three* dan *track nine* Di mana media, perdagangan, dan bisnis dari India dan Amerika Serikat aktif dalam menyebarkan kebudayaan. Film Hollywood dan Bollywood dianalisis menggunakan *track nine* dan *track three* menunjukkan bahwa aktor bisnis dan perdagangan memainkan peran penting dalam diplomasi. Hal tersebut terlihat dari Amerika Serikat dan India sungguh-sungguh mempergunakan media yang saat ini populer untuk menyebarkan kebudayaannya di dunia.

Kolaborasi antara *track three*, dan *track nine* merupakan kunci dari Film Hollywood dibandingkan Film Bollywood di Indonesia. Di Film Hollywood itu sendiri, aktor-aktor yang paling berperan aktif adalah pemerintah, non pemerintah, dan media. Dimana para aktor-aktor non pemerintah Amerika Serikat seperti artis-artis Hollywood, para pelaku bisnis di dunia musik dan perfilman, memanfaatkan media-media sosial, elektronik, dan media cetak dalam menyebarkan Film Hollywood ke Indonesia. Para aktor-aktor Film Hollywood tidak bisa terkenal di Indonesia tanpa bantuan media-media yang ada. Untuk mendukung ketenaran itu, pemerintah Amerika Serikat sangat mendukung dan bahkan memberikan bantuan dana kepada aktor-aktor non pemerintah.

Amerika Serikat memanfaatkan bentuk-bentuk Film Hollywood yaitu musik dan teknologi dalam menyebarkan budayanya ke Indonesia. Dalam menyebarkannya, Film Hollywood membutuhkan media. Media bertugas untuk menyebarkan bentuk-bentuk Film Hollywood ke Indonesia. Media yang digunakan adalah media elektronik, cetak, dan media sosial. Pemerintah Amerika Serikat pun berperan aktif disini. Dimana pemerintah Amerika

Serikat memfasilitasi media-media yang ada seperti memperkencang koneksi internet di Amerika Serikat sehingga penyebaran Film Hollywood bisa berjalan dengan cepat ke Indonesia. Dan bahkan pemerintah Amerika Serikat memberikan kemudahan kepada bentuk-bentuk Film Hollywood seperti memberikan kerjasama militer dalam pembuatan film-film Hollywood. Hal ini memperlihatkan bagaimana kolaborasi antar pemerintah, non pemerintah, dan media sangat baik sehingga penyebaran Film Hollywood sangat sukses di Indonesia.

Kemudian aktor diplomasi India dalam penyebaran Film Bollywood sebenarnya hampir sama dengan Amerika Serikat. Hanya kelemahan India sendiri adalah bentuk-bentuk Film Bollywood itu sendiri. India sudah mulai menghadirkan bentuk baru Film Bollywood yaitu lewat serial drama televisi India dimana saat ini sudah bisa terbilang sukses dalam membantu menyebarkan Film Bollywood di Indonesia. Film Bollywood juga membutuhkan aktor-aktor atau bentuk-bentuk yang lebih banyak lagi sehingga masyarakat Indonesia tertarik untuk melihat Film Bollywood di Indonesia. Untuk menyamai kepopuleran Film Hollywood, aktor-aktor non pemerintah harus lebih sering membantu penyebaran Film Bollywood di Indonesia. Pemerintah India juga harus meningkatkan fasilitas penyebaran Film Bollywood di Indonesia dan dunia. Film Bollywood membutuhkan sesuatu bentuk dan aktor-aktor yang baru dan banyak sehingga penyebaran budaya India di Indonesia bisa sukses seperti Amerika Serikat.

5.2 Saran

Sesuai penelitian yang sudah dilaksanakan terkait multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-2015. terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan, di antaranya yang pertama, peneliti selanjutnya berkeinginan meneliti topik yang serupa dengan penelitian ini dengan mempergunakan konsep yang berbeda agar dapat lebih luas mengenai multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2010-

2015. Kedua, peneliti selanjutnya dapat meneliti ini dengan membahas multitrack diplomasi track 3 dan 9 Amerika Serikat dan India melalui film Hollywood dan Bollywood di Indonesia 2011-2015 ditahun yang berbeda seperti dari tahun 2017 hingga 2021. Ketiga, peneliti selanjutnya dapat menambahkan atau lebih mengeksplorasi terkait diplomasi publik di antar kedua negara.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- 21cineplex. (2014, September 4). *Kerjasama Perfilman Indonesia dan Amerika Serikat lewat LAIFF*. Dipetik 2022, dari <https://21cineplex.com/slowmotion/kerjasama-perfilman-indonesia-dan-amerika-serikat-lewat-laiff,5128.htm>
- Anita K. Wardhani. (2014, Februari 1). *Pecinta Bollywood Bisa Menonton 24 Jam di Channel Ini*. Dipetik 2022, dari Tribun: <https://m.tribunnews.com/amp/seleb/2014/02/01/pecinta-bollywood-bisa-menonton-24-jam-di-channel-ini>
- Anita. (2021, Februari 11). *10+ Film Terlaris Sepanjang Masa yang Paling Populer*. Dipetik 2022, dari Daftar Informasi: daftarinformasi.com/film-terlaris-sepanjang-masa/
- AntoRij. (2022). *Gudang Film di Amerika Serikat*. Dipetik Januari 25, 2022, dari <https://www.antorij.com/229/38/27/gudang-film-di-amerika-serikat.htm>
- Bacaterus. (2019). *10 Film India Bertema Sekolah, dari yang Lucu Sampai Sedih*. Dipetik 2022, dari <https://bacaterus.com/film-india-bertema-sekolah/>
- Bakker SJ, J. (1984). *FILSAFAT KEBUDAYAAN SEBUAH PENGANTAR*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Bintang. (2016, Juni 22). *Alasan Tidak Dirilisnya Data Penonton Film Hollywood di Indonesia*. Dipetik 2022, dari <https://www.loveindonesia.com/movie/id/review/detail/2633/alasan-tidak-dirilisnya-data-penonton-film-hollywood-di-indonesia>
- Box Office Mojo. (2022, Agustus 7). *Domestic Yearly Box Office*. Dipetik 2022, dari <https://www.boxofficemojo.com/year/>
- Christyanti, D. (2021). Dampak Industri Film Bollywood dalam Hubungan India dan Indonesia di Bidang Sosial dan Budaya tahun 2012-2016.
- Cook, D. A., & Sklar, R. (2021, Februari 16). *history of film*. Dipetik Desember 11, 2021, dari Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture>

- Cyprus Network. (2021). *World Cinema History*. Dipetik Desember 10, 2021, dari Cyprus Cinema: <https://www.cypruscinema.com/article/world-cinema-history.html>
- Dahlan, H., & Mirsawati. (1995). Terjemahan Diplomasi. Dalam R. S.L., *Diplomacy* (hal. 5). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- D'Anjou, D. (2022). *A guide to visual effects in movies*. Dipetik 202, dari Adobe: <https://www.adobe.com/creativecloud/video/discover/a-guide-to-visual-effects-in-movies.html>
- Diadi, A. A. (2019). *PERAN SOFT DIPLOMASI INDUSTRI BOLLYWOOD DALAM MENYEBARKAN BUDAYA INDIA DI INDONESIA*. Universitas Pasudan.
- Diamond, L., & Mc Donald, J. (1996). *Multi-Track Diplomacy: A Systems Approach to Peace*. New York: Kumarian Press.
- Diplo. (2021). *What is diplomacy?* Dipetik 2022, dari Diplo: <https://www.diplomacy.edu/ufaq/what-is-diplomacy/>
- DW. (2013, April 22). *Bollywood: Cermin Kehidupan Atau Dunia Impian?* Dipetik Januari 24, 2022, dari <https://www.dw.com/id/bollywood-cermin-kehidupan-atau-dunia-impian/a-16757436>
- Embassy of India in Jakarta. (2013, September 27). *Celebrating the Centenary of Indian Cinema in Indonesia*. Dipetik 2022, dari Ministry of External Affairs Government of India: http://www.mea.gov.in/Portal/CountryNews/1386_Press_Release_-_Centenary_Year_of_Indian_Cinema_-_English-latest.pdf
- Encyclopedia Britannica. (2021). *Hollywood*. Dipetik 2022, dari Britannica: <https://www.britannica.com/place/Hollywood-California>
- Fauziah, M. (2015). *Industri Film Hollywood Sebagai Soft Power Amerika Serikat*.
- Film Indonesia. (2011, Februari 21). *Pajak Film Hollywood Membantu Film Nasional?* Diambil kembali dari <http://filmindonesia.or.id/article/pajak-film-hollywood-membantu-film-nasional#.YzRecXZBzIV>
- Global One Education. (2021). *Budaya di Amerika*. Retrieved 2022, from <https://globaloneworld.com/budaya-di-amerika/>
- Hakim, A. B. (2015, Mei 17). *Propaganda Terrorisme Amerika Serikat Melalui Film-Film Hollywood*. Diambil kembali dari <https://www.kompasiana.com/www.burhanhernandez.com/5558c3807397>

73226c33ff23/propaganda-terrorisme-amerika-serikat-melalui-filmfilm-hollywood

- Hapsari, D. (2012). Peran Film Hollywood Sebagai Instrumen Diplomasi Pemerintah AS Dalam Kebijakan War On Terrorism Pada Era Kepemimpinan George W. Bush(2001-2008).
- Harahap, S. W. (2021, Oktober 24). *Sinema India Mendunia Dikenal Sebagai Film Bollywood*. Dipetik 2022, dari Tagar.id: <https://www.tagar.id/sinema-india-mendunia-dikenal-sebagai-film-bollywood>
- HC Indonesia. (2022, Mei 27). *Kebudayaan Amerika*. Dipetik 2022, dari Hot Course Indonesia: <https://www.hotcourses.co.id/study-in-usa/essentials/culture/>
- Heryanto, A. (2008). *Popular Culture in Indonesia: Fluid identities in post-authoritarian politics*. New York: Routledge.
- History. (2009, November 24). *First commercial movie screened*. Dipetik Desember 16, 2021, dari HISTORY: <https://www.history.com/this-day-in-history/first-commercial-movie-screened>
- Holsti, K. (1978). *International politics: A frame work for analysis*. New Delhi: Prentice Hail of India.
- Irawan, D. (2018, November 26). *Pengaruh Budaya Barat di Indonesia*. Diambil kembali dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/amp/dodi70053/5fbfdd62aebe134460db473/pengaruh-budaya-barat-di-indonesia>
- Kaukab, M. E., & Hidayah, A. (2020). Strategi Komunikasi Politik Amerika Serikat dalam Memanfaatkan Hollywood sebagai Media untuk Memperkuat Dominasi Global: Tinjauan Film Black Panther. *Resolusi Jurnal Sosial Politik*.
- Kawilarang, R. R. (2021, Oktober 31). *Dubes Singh: Indonesia-India Punya Hubungan Peradaban yang Kuat*. Dipetik 2022, dari Viva: <https://www.viva.co.id/berita/dunia/363720-dubes-singh-indonesia-india-punya-hubungan-peradaban-yang-kuat>
- Kemendikbud. (2019, Mei 15). *Pedoman Diplomasi Budaya*. Dipetik 2022, dari <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/pedoman-diplomasi-budaya/>
- Kemlu RI. (2021, Oktober 8). *Diskusi Daring Diplomasi Budaya sebagai Instrumen Penyama Frekuensi*. Diambil kembali dari Kementerian Luar Negeri RI: <https://kemlu.go.id/wellington/id/news/16916/diskusi-daring-diplomasi-budaya-sebagai-instrumen-penyama-frekuensi>

- Kim, H. (2017). Bridging the Theoretical Gap between Public Diplomacy and Cultural Diplomacy. *The Korean Journal of International Studies* 15-2, 293-326.
- Koentjaraningrat. (1982). *Persepsi Tentang Kebudayaan Nasional*. Jakarta: Lembaga Riset Kebudayaan Nasional dan Lembaga Ilmu Pengetahuan.
- Kompas. (2011, Februari 24). *Pajak Film dan Masalah Nasional*. Diambil kembali dari Edukasi Kompas: <https://edukasi.kompas.com/read/2011/02/24/14283479/pajak.film.dan.malah.nasional?page=all#:~:text=Beberapa%20media%20massa%20pada%2011%20Januari%202011%20memberitakan,mengemukakan%20bahwa%20pajak%20impor%20dikenakan%20secara%20merata%20%28flat%29>.
- Kompas. (2021, Juli 14). *Sejarah Perfilman di Indonesia*. Dipetik Februari 22, 2022, dari <https://www.kompas.com/stori/read/2021/07/14/150000979/sejarah-perfilman-di-indonesia?page=all>
- Kompasiana. (2015, Juni 25). *The Power of Soft Diplomacy*. Dipetik 2022, dari <https://www.kompasiana.com/antoniusmario/55115bfe8133116c45bc5fc5/the-power-of-soft-diplomacy>
- kompasiana. (2018, Juli 17). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Baru dalam Usaha Kuliner*. Dipetik 2022, dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/putrynadiasafira3957/5b4df89f6ddcae2eb669c112/media-sosial-sebagai-media-promosi-baru-dalam-usaha-kuliner?page=all#sectionall>
- kompasiana. (2018, November 25). *Peran Media Massa terhadap Budaya Lokal dan Budaya Media*. Diambil kembali dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/selawati/5bf99c4bab12ae55cb1bcf72/peran-media-massa-terhadap-budaya-lokal-dan-budaya-media>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kuntjaraningrat. (1979). *Pengantar Antropologi Budaya*. Jakarta: Aksara Baru.
- Landau, S. (2003, Agustus 1). *The Film Industry, Business and Ideology*. Dipetik Februari 22, 2022, dari Counter Punch: <https://www.counterpunch.org/2003/08/01/the-film-industry-business-and-ideology/>
- Louise Diamond, d. J. (1996). *Louise Diamond, dan John McDonald, Multi-track diplomacy: A system approach to peace*. New York.
- Maack, M. N. (2001). Books and Libraries as Instruments of Cultural Diplomacy in Francophone Africa during the Cold War. *Libraries & Culture* 36, No. 1 (Winter).

- Maisuwong, W. (2012). The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World. *International Journal of Engineering Research & Technology*, Vol. 1 Issue 4.
- MEA India. (2011, Januari 25). *Joint Statement: Vision for the India-Indonesia New Strategic Partnership over the coming decade*. Diambil kembali dari Ministry of External Affairs Media Center: <https://mea.gov.in/bilateral-documents.htm?dtl/3143/Joint+Statement+Vision+for+the+IndiaIndonesia+New+Strategic+Partnership+over+the+coming+decade>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. New Work: SAGE Publication.
- Mojib, I. (2013, Oktober 28). *Timeless uniqueness of Indian cinema*. Dipetik 2022, dari Ministry of External Affairs Government of India: <https://www.mea.gov.in/Speeches-Statements.htm?dtl/22400/Timeless+uniqueness+of+Indian+cinema>
- msn. (2021, September 9). Diambil kembali dari Ditjen Pajak Sudah Raup Rp 3,5 T dari PPN Produk Digital Tahun Ini: <https://www.msn.com/id-id/ekonomi/ekonomi/ditjen-pajak-sudah-raup-rp-3-5-t-dari-ppn-produk-digital-tahun-ini/ar-AA11DkdU>
- Mujiono, D. I., & Alexandra, F. (2019). *Multi Track Diplomacy: Teori dan Studi Kasus*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Nartari, T. N. (2015). *Sejarah Hollywood*. Diambil kembali dari PDF Coffee: <https://pdfcoffee.com/sejarah-hollywood-pdf-free.html>
- NowRunning. (2013, September 21). *Indian cinema's 100 years: Celebrations in Jakarta too*. Dipetik 2022, dari <https://www.nowrunning.com/indian-cinemas-100-years-celebrations-in-jakarta-too/80102/story.htm>
- Nye, Jr., J. S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, No. 80, *Twentieth Anniversary*, pp. 153-171, 154.
- Octaviani, I. (2014). Hubungan Kerjasama Perdagangan Internasional Antara RI-India Dalam Impor Cpo Asal Indonesia 2006-2009 . *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Paul, S. (2015, April 9). *History of Indian Cinema*. Diambil kembali dari MyIndia: <https://www.mapsofindia.com/my-india/history/history-of-indian-cinema>
- Pavita, N., Nurfarzan, Z. I., & Banjar, R. F. (2022). Film Bollywood sebagai Diplomasi Budaya Kebudayaan India ke Indonesia. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.

- Putra, A. R. (2013). DIPLOMASI BUDAYA AMERIKA SERIKAT TERHADAP INDONESIA MELALUI HOLLYWOOD MOVIES.
- Rayendra, P. (2014, Desember 23). *Mengapa Hanya ANTV yang Sukses Menayangkan Serial India?* Dipetik 2022, dari tabloidbintang: <https://www.tabloidbintang.com/extra/lensa/read/16295/mengapa-hanya-antv-yang-sukses-menayangkan-serial-india>
- Resen, P. T., & Pradipta, A. D. (2020). PENERIMAAN NILAI – NILAI SOFT POWER MELALUI SERIAL DRAMA INDIA OLEH KHALAYAK INDONESIA. *JURNAL ILMIAH WIDYA SOSIOPOLITIKA*.
- Rickitt, R. (2000). *Special Effects: The History and Technique*. Billboard Books.
- Rokhmah, Y. A. (2020). *Bantuan Amerika Serikat Kepada Industri Film Hollywood: Perspektif Ekonomi Politik*. Jember: Universitas Jember.
- Roy, S. (1995). *Roy, S. Diplomasi Jakarta: PT raja grafindo persada*.
- Schonhardt, S. (2011, Juni 10). *Film Asing Tak Diputar di Indonesia, Warga Nonton Film di Singapura*. Dipetik 2022, dari Voa: <https://www.voaindonesia.com/a/film-asing-tak-diputar-di-indonesia-warga-nonton-di-singapura-123641654/94238.html>
- Science Media Museum. (2020, Juni 18). *A VERY SHORT HISTORY OF CINEMA*. Dipetik Desember 16, 2021, dari <https://www.scienceandmediamuseum.org.uk/objects-and-stories/very-short-history-of-cinema>
- Seta, M. A. (2016, Maret 25). *Multi-track Diplomasi*. Dipetik 2022, dari Negosiasi dan Diplomasi Universita Airlangga: http://mochamad-arya-seta-fisip14.web.unair.ac.id/artikel_detail-155925-SOH203%20Negosiasi%20dan%20Diplomasi-Multitrack%20Diplomasi.html
- Siregar, A. P. (2017, Februari 9). *Ini Dia Film Bollywood Jadul yang Masih Laris Manis dan Sukses Bikin Mewek Penontonnya*. Dipetik 2022, dari <https://bangka.tribunnews.com/2017/02/09/ini-dia-film-bollywood-jadul-yang-masih-laris-manis-dan-sukses-bikin-mewek-penontonnya?page=3>
- SK, R. M. (2018). *Multi-Track Diplomacy: Jalur-jalur Alternatif dalam Berdiplomasi*.
- Smiers, J. (2009). *Art under Pressure*. Yogyakarta: Insist Press.
- Strinati, D. (1995). *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.

- Suryanto, H., & Amri, M. (2018). FILM SEBAGAI ASET DIPLOMASI BUDAYA. *Capture Jurnal Seni Media Rekam* 9(2):47.
- Susanti, D. (2018). EKSPANSI BOLLYWOOD MELALUI TAYANGAN PADA TELEVISI DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, VOL 2, No 01 (2018): LENTERA*.
- Thomas, J. J., & Rayadurgam, I. (2005). INDIA'S NEXT ECONOMIC WAVE: ANIMATION AND INTERACTIVE MEDIA INDUSTRY. *ISAS Insights No. 9*.
- U.S. Department of State. (t.thn.). *United States Department of State, Advisory Committee on Cultural Diplomacy*. Diambil kembali dari Diplomacy Report of the Advisory Committee on Cultural Diplomacy.
- UPMK. (2020). *Pengaruh Kebudayaan Barat di Indonesia*. Diambil kembali dari <http://news.upmk.ac.id/home/post/pengaruh.kebudayaan.barat.di.indonesia.html>
- Vara, A. Z. (2020). The Impact of the Film Industry on Tourism.
- Waller, J. M. (2009). *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*. Washington DC: Institute of World Politic Press.
- Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang, Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.
- Zimmermann, K. A., & McKelvie, C. (2021, Desember 21). *American Culture: Traditions and Customs of the United States*. Dipetik 2022, dari Live Science: <https://www.livescience.com/28945-american-culture.html>