



DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v6i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Strategi Diplomasi Budaya Indonesia Oleh PT Produksi Film Negara (PFN) Terhadap Cina Melalui Indonesia Movie Weekend Festival 2024

Muhammad Pradito¹, Gilang Nur Alam², Affabile Rifawan³, Windy Dermawan⁴

¹Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia, muhammad21209@mail.unpad.ac.id.

²Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia, g.n.alam@unpad.ac.id.

³Universitas Padjajaran Bandung, Indonesia, a.rifawan@unpad.ac.id.

⁴Universitas Padjajaran Bandung, Indonesia, windy.dermawan@unpad.ac.id.

Corresponding Author: muhammad21209@mail.unpad.ac.id¹

Abstract: *This study explores the cultural diplomacy strategy implemented by PT Produksi Film Negara (PFN) through the organization of the Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) 2024 in China. Using a descriptive qualitative approach, the research is analyzed through Patricia Goff's framework of cultural diplomacy, which emphasizes three main dimensions: connection, consistency, and innovation. Although PFN is not a diplomatic institution, as a state-owned film agency, it plays an active role in supporting Indonesia's cultural diplomacy in the absence of a comprehensive national strategy. The findings reveal that PFN's 4C strategy (Connect, Collaborate, Create, and Commerce) effectively translates Goff's theoretical elements into practice. The Connect strategy builds emotional and contextual ties with audiences and partners in China; Collaborate fosters long-term cross-cultural partnerships; while Create and Commerce demonstrate innovation in content formats and diplomatic approaches, including vertical digital cinema and immersive technologies. Nonetheless, significant challenges persist, such as limited interagency coordination within Indonesia and China's protectionist film market. Despite these obstacles, PFN emerges as an adaptive and strategic state actor, leveraging film diplomacy to strengthen Indonesia's global image through sustainable and innovative narrative approaches.*

Keyword: *China, Cultural Diplomacy, Indonesia Movie Weekend Festival, State-Owned Film Agency (PFN)*

Abstrak: Penelitian ini membahas strategi diplomasi budaya yang dijalankan oleh PT Produksi Film Negara (PFN) melalui penyelenggaraan Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) 2024 di Cina. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, studi ini dianalisis melalui kerangka diplomasi budaya Patricia Goff yang mencakup tiga dimensi utama: koneksi, konsistensi, dan inovasi. Meski bukan lembaga diplomatik, PFN—sebagai badan perfilman milik negara—berperan aktif dalam mendukung diplomasi budaya Indonesia di tengah belum adanya strategi nasional yang komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi 4C PFN (*Connect, Collaborate, Create, dan Commerce*) mampu menerjemahkan teori Goff ke

dalam praktik. Strategi Connect membangun keterhubungan emosional dan kontekstual dengan audiens dan mitra di Cina, *Collaborate* menciptakan kemitraan jangka panjang lintas budaya, sedangkan *Create* dan *Commerce* mencerminkan inovasi dalam format dan pendekatan, termasuk sinema digital vertikal dan teknologi imersif. Namun, tantangan tetap ada, seperti minimnya koordinasi antar lembaga dalam negeri dan proteksionisme pasar film Tiongkok. Kendati demikian, PFN tampil sebagai aktor negara yang adaptif dan strategis, menjadikan diplomasi perfilman sebagai sarana memperkuat citra Indonesia di kancah global melalui pendekatan naratif yang berkelanjutan dan inovatif.

Kata Kunci: Cina, Diplomasi Budaya, Indonesia Movie Weekend Festival, Produksi Film Negara

PENDAHULUAN

Diplomasi budaya menjadi instrumen penting dalam hubungan internasional modern. Negara memanfaatkan budaya untuk membangun citra positif, memperkuat jejaring global, serta menciptakan pengaruh tanpa paksaan. Nye (2004) memperkenalkan konsep *soft power*, yaitu kekuatan memengaruhi melalui daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan yang legitimate. Diplomasi budaya merupakan perpanjangan dari *soft power* yang memungkinkan negara memengaruhi opini publik asing melalui aktivitas seni, pertunjukan, hingga industri kreatif. Film sebagai bagian dari industri kreatif memiliki potensi kuat dalam praktik diplomasi budaya. Medium ini mampu menyampaikan narasi identitas, nilai, dan ideologi bangsa secara halus namun efektif. Iordanova (2015) menjelaskan bahwa film dan festival film telah menjadi arena penting dalam diplomasi budaya kontemporer. Festival film menyediakan ruang pertukaran budaya, kerja sama produksi lintas negara, serta distribusi narasi nasional ke kancah global.

Indonesia memiliki kekayaan budaya dan keragaman ekspresi seni yang menjadi modal penting dalam diplomasi budaya. Namun, pemanfaatan kekuatan budaya nasional, khususnya melalui film, belum berjalan optimal. Prayuda dan Surandi (2023) menekankan belum adanya kerangka diplomasi budaya nasional yang komprehensif, sehingga pelaksanaan di lapangan seringkali bersifat sporadis dan tidak berkesinambungan. Dalam konteks tersebut, kehadiran aktor negara seperti PT Produksi Film Negara (PFN) menjadi relevan untuk mengambil peran dalam membangun strategi diplomasi budaya yang lebih terstruktur. PFN sebagai BUMN perfilman telah menunjukkan inisiatif strategis dalam memperkenalkan budaya Indonesia melalui film. Salah satunya melalui pelaksanaan Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) 2024 di Beijing, Cina. Negara tujuan ini dipilih bukan tanpa alasan. Cina merupakan mitra strategis Indonesia dengan posisi sebagai salah satu pasar film terbesar di dunia (Verianto, 2019). Populasi besar, industri film yang berkembang pesat, serta hubungan bilateral yang semakin erat menjadikan Cina panggung yang strategis bagi diplomasi budaya Indonesia.

Festival ini menjadi langkah konkret PFN dalam mendekatkan budaya Indonesia kepada audiens global. Tidak hanya melalui pemutaran film, IMWF juga menghadirkan diskusi, simposium, serta pertemuan bisnis antar pelaku industri kreatif. Strategi ini selaras dengan pendekatan diplomasi budaya yang dikemukakan Goff (2006), yaitu pentingnya membangun koneksi emosional (*connection*), menjaga konsistensi narasi (*consistency*), dan mengedepankan inovasi dalam metode penyampaian pesan (*innovation*). PFN melalui kerangka kerja 4C—*Connect, Collaborate, Create, Commerce*—berupaya mengintegrasikan fungsi diplomasi budaya dengan agenda penguatan ekonomi kreatif nasional. Kajian ilmiah terkait diplomasi budaya Indonesia melalui film sebagian besar masih terbatas pada aspek representasi film sebagai bentuk komunikasi budaya (Christina & Yudhi, 2017; Suryanto & Amri, 2018). Penelitian yang menelaah peran institusi negara dalam membentuk dan

menjalankan strategi diplomasi budaya melalui film belum banyak dilakukan. Celah inilah yang menjadi dasar penting bagi penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh PT Produksi Film Negara (PFN) terhadap Cina melalui penyelenggaraan Indonesia Movie Weekend Festival 2024. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan teori diplomasi budaya Patricia Goff untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi strategis yang terlibat dalam praktik diplomasi budaya PFN. Artikel ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik mengenai diplomasi budaya Indonesia, serta memberikan rekomendasi praktis bagi penguatan peran negara dalam ranah ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh PT Produksi Film Negara (PFN) terhadap Cina melalui penyelenggaraan Indonesia Movie Weekend Festival tahun 2024. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian bukan pada pengukuran numerik, melainkan pada pemahaman mendalam terhadap konteks, makna, dan proses di balik strategi diplomasi budaya lintas negara. Sebagaimana dijelaskan oleh Christopher Lamont (2015), metode kualitatif memungkinkan peneliti menyoroti dinamika dan makna suatu fenomena melalui pengumpulan dan analisis data non-numerik. Oleh karena itu, pendekatan ini dinilai paling tepat untuk menelusuri interaksi dan strategi PFN dalam mempromosikan budaya Indonesia di Cina.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui berbagai teknik, seperti wawancara semi-terstruktur, riset berbasis internet, dan analisis dokumen. Narasumber utama yang direncanakan adalah Direktur Utama PT PFN periode 2021–2024, Bapak Dwi Heriyanto B, dan *Head of B2B Marketing*, Bapak Ihsan Chairdiansyah. Wawancara ini dilengkapi dengan analisis berbagai sumber daring, termasuk artikel jurnal, berita resmi, dan dokumen terkait. Selain itu, peneliti menyusun data set yang membagi sumber dan teknik pengumpulan data berdasarkan tema, seperti landasan diplomasi budaya Indonesia-Cina, serta tiga strategi utama PFN—koneksi, konsistensi, dan inovasi—yang dijalankan melalui festival film tersebut.

Setelah data dikumpulkan, peneliti menggunakan teknik analisis konten untuk mengolah dan memahami informasi. Proses analisis ini melibatkan penyaringan data, pengelompokan berdasarkan tema, identifikasi kata kunci, serta penyusunan kesimpulan berdasarkan pola-pola yang ditemukan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena, tetapi juga mengungkap makna mendalam dari strategi diplomasi budaya yang diterapkan PFN.

Untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas hasil, penelitian ini menerapkan validitas data melalui metode triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber seperti wawancara, dokumen resmi, berita, dan artikel ilmiah, guna menghindari bias subjektif. Selain itu, kedua pembimbing penelitian turut dilibatkan sebagai mitra validasi internal, yang membantu mengevaluasi dan memverifikasi data, serta memperkuat objektivitas dalam interpretasi hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PFN dan Indonesia Movie Weekend Festival dalam Konteks Diplomasi Budaya

PT Produksi Film Negara (PFN) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki mandat strategis dalam pengembangan industri perfilman nasional. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1950 dan berlokasi di kawasan Jakarta Timur, tepatnya di Jl. Otto Iskandardinata No.125-127. Lokasi ini berada dalam jangkauan pusat pemerintahan serta institusi media nasional, menjadikan posisi PFN sangat strategis secara geografis. Sejak awal berdirinya, PFN telah memainkan peran penting dalam membentuk narasi kebangsaan pascakemerdekaan, terutama melalui produksi film dokumenter dan edukatif yang bersifat ideologis. Pada masa Orde Baru, perusahaan ini dikenal luas sebagai produsen utama film-film

propaganda seperti Penumpasan Pengkhianatan G30S/PKI. Memasuki era reformasi, posisi PFN meredup akibat ketidakmampuan beradaptasi dengan kreativitas dan teknologi perfilman modern. Kondisi ini sempat membuat PFN dipandang stagnan dan kehilangan arah dalam ekosistem perfilman nasional.

Jejak historis PFN berakar sejak masa kolonial, bermula dari berdirinya *Java Pacific Film* (JPF) oleh Albert Balink pada tahun 1934. Perusahaan ini kemudian bertransformasi menjadi ANIF (*Algemeen Nederlandsch Indisch Filmsyndicaat*) pada 1936 dan menghasilkan karya legendaris seperti *Pareh* dan *Terang Boelan*. Film-film tersebut memperoleh pengakuan internasional dan menjadi tonggak awal eksistensi sinema Indonesia di kancah global. Pada masa pendudukan Jepang tahun 1943, ANIF diambil alih oleh militer Jepang dan diubah menjadi Nippon Eiga Sha, dengan Raen Mas Soetarto sebagai pemimpin lokal yang mengelola produksi konten propaganda. Setelah proklamasi kemerdekaan, lembaga ini berubah menjadi Berita Film Indonesia (BFI) pada 6 Oktober 1945 dan menjadi bagian dari Kementerian Penerangan Republik Indonesia, menandai awal film nasional sebagai media informasi perjuangan.

Transformasi lembaga ini terus berlanjut hingga tahun 1950 ketika BFI resmi menjadi Perusahaan Film Negara (PFN). Perusahaan ini mengalami perubahan struktur menjadi Pusat Produksi Film Negara di bawah Direktorat Jenderal Radio, Televisi, dan Film. Status kelembagaan PFN kemudian ditingkatkan melalui Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 1988, menjadikannya sebagai Perusahaan Umum (Perum) yang berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perubahan ini memberikan otonomi yang lebih luas bagi PFN dalam menyelenggarakan aktivitas perfilman. Perkembangan terakhir terjadi pada 12 Oktober 2023 melalui Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2023, di mana PFN kembali bertransformasi menjadi PT Produksi Film Negara (Persero). Perubahan ini menjadikan PFN berstatus badan hukum privat dengan fleksibilitas pengelolaan lebih tinggi, orientasi keuntungan yang jelas, serta akses pendanaan yang terbuka dari sektor swasta. Tujuan korporasi juga berubah dari sekadar pelayanan publik menjadi entitas profit yang tetap menjunjung nilai strategis kebudayaan nasional.

PFN saat ini menjalankan peran yang lebih komprehensif, tidak hanya dalam produksi film tetapi juga sebagai agregator rumah produksi, kurator konten, fasilitator pembiayaan, serta pengembang talenta perfilman nasional. Perusahaan ini membentuk ekosistem sinema berbasis kerangka 4C: *Connect*, *Collaborate*, *Create*, dan *Commerce*. Konsep *Connect* menjadikan PFN sebagai penghubung antar pemangku kepentingan seperti pemerintah, swasta, komunitas kreatif, hingga lembaga internasional. Dalam dimensi *Collaborate*, PFN menginisiasi kemitraan lintas sektor melalui program-program strategis seperti *Indonesia Film Financing* (IFF), *Indonesia Film & Content Academy* (IFCA), dan *Indonesia Film Facilitation* (IFFa). Pada aspek *Create*, PFN mendukung pra-produksi, produksi, distribusi, dan pengelolaan hak kekayaan intelektual (HKI) dari karya-karya film. Sementara dalam dimensi *Commerce*, PFN mengarahkan pengembangan nilai ekonomi melalui jalur distribusi layar lebar, OTT, hingga televisi *free-to-air*, serta proyek komersial seperti pengembangan Otista Space.

PFN berhasil membangun program-program kunci seperti IFCA yang berfungsi sebagai pusat pelatihan dan inovasi, IFFa yang menyediakan layanan pencarian lokasi syuting secara digital, serta IFF yang menyediakan skema pembiayaan untuk rumah produksi lokal. Seluruh inisiatif ini menjadi bagian dari strategi diplomasi budaya yang dijalankan PFN. Dalam konteks hubungan Indonesia-Cina, partisipasi aktif PFN dalam ajang Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) di Beijing menunjukkan implementasi nyata dari penggunaan sinema sebagai instrumen *soft power*. Konsep ini sejalan dengan pemikiran Joseph Nye (2004) yang menyatakan bahwa *soft power* adalah kemampuan memengaruhi tanpa paksaan atau imbalan, melainkan melalui daya tarik.

Aktivitas diplomasi budaya PFN di Cina mencerminkan peluang strategis sekaligus tantangan institusional. Cina sebagai negara dengan populasi lebih dari 1,4 miliar jiwa serta kebijakan luar negeri yang terstruktur, memberikan peluang besar bagi PFN untuk menjangkau audiens luas dan menjalin hubungan diplomatik berbasis budaya (Fajarsyah, 2025). Kegiatan seperti IMWF dimaknai PFN sebagai investasi budaya jangka panjang untuk membangun persepsi positif tentang Indonesia. Komunikasi yang dibangun mencakup hubungan dengan komunitas lokal, pelaku bisnis, serta birokrat Cina. Kepada komunitas, PFN memperkenalkan narasi kebudayaan Indonesia; kepada sektor bisnis, PFN menawarkan skema *co-production*; kepada pemerintah daerah, PFN membuka peluang kolaborasi dalam ekosistem produksi film tropis (Heriyanto, 2025).

Platform digital IFFa menjadi wujud konkret dari diplomasi budaya digital, dengan menawarkan layanan *One-Stop Solution* dalam produksi film, mulai dari penyediaan lokasi hingga manajemen talenta. Teknologi ini menjadi alat negosiasi budaya dan ekonomi yang strategis, terutama dalam konteks kerja sama lintas negara seperti dengan Cina. Respons positif terhadap film-film Indonesia, seperti *Gadis Kretek*, memperkuat posisi PFN dalam memasarkan narasi budaya Indonesia ke audiens luar negeri, termasuk diaspora Indonesia di Cina. Meskipun demikian, PFN masih menghadapi berbagai limitasi dalam menjalankan diplomasi budaya. Koordinasi antar lembaga dinilai belum optimal secara fungsional. Inisiatif PFN di IMWF sebagian besar masih bersifat insidental dan mandiri, tanpa dukungan strategis penuh dari KBRI. Kendala lain muncul dari terbatasnya anggaran dan sumber daya manusia, yang menyebabkan strategi promosi digital seperti podcast dan seminar daring dijadikan alternatif adaptif. Selain itu, akses pasar film di Cina sangat kompetitif dan dilindungi oleh regulasi ketat, termasuk kuota film asing. Situasi ini membuat penetrasi film Indonesia menjadi sulit tanpa skema kolaborasi resmi melalui jalur distribusi bersama atau *co-production*. PFN kini berada pada posisi strategis sebagai aktor diplomasi budaya yang adaptif terhadap perubahan global. Transformasi struktural, digitalisasi, dan keterlibatan internasional menjadikan PFN tidak sekadar sebagai produsen film, melainkan sebagai instrumen negara dalam membangun narasi, memperkuat identitas, dan menjalin relasi antarbangsa melalui kekuatan sinema.

Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) 2024 diselenggarakan oleh KBRI Beijing sebagai upaya memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia melalui film, sekaligus mempromosikan Indonesia sebagai lokasi syuting kepada pelaku industri film Tiongkok. Festival ini menjadi bagian dari strategi diplomasi budaya yang memanfaatkan film sebagai media komunikasi lintas budaya (Goff, 2013). IMWF menghadirkan simposium film yang mempertemukan pelaku industri dari Indonesia dan Tiongkok, serta menayangkan empat film nasional pilihan. Acara ini memfasilitasi pertukaran pengetahuan, promosi destinasi syuting seperti Bali dan Yogyakarta, serta peluncuran platform Indonesia Film Facilitation oleh PFN sebagai sistem layanan satu pintu bagi produksi asing (Heriyanto, 2025). IMWF bukan sekadar acara seremonial, tetapi alat diplomasi budaya strategis yang memperkuat persepsi positif terhadap Indonesia di mata internasional.

IMWF memiliki tiga tujuan utama: (1) mempromosikan film Indonesia ke publik Tiongkok, (2) memperkenalkan Indonesia sebagai destinasi syuting internasional, dan (3) mendorong kolaborasi budaya dan bisnis antarnegara (Chairdiansyah, 2025). Festival ini memperluas jejaring diplomatik Indonesia melalui pendekatan berbasis nilai budaya, bukan semata kepentingan politik. PFN memanfaatkan forum ini untuk menunjukkan kesiapan ekosistem perfilman nasional dalam menjalin kerja sama global. Film digunakan sebagai alat diplomasi budaya yang efektif membangun pemahaman lintas budaya dan memperkuat hubungan bilateral (Goff, 2013).

Strategi Diplomasi Budaya PT Produksi Film Negara melalui Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF)

Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) 2024 di Beijing menjadi instrumen konkret diplomasi budaya Indonesia di Cina. PFN memanfaatkan sinema sebagai medium strategis untuk membangun persepsi positif terhadap budaya Indonesia dan membuka jalur kerja sama perfilman. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan Indonesia melalui ekspresi visual yang mampu menjangkau emosi dan nilai budaya penonton lintas negara (Goff, 2013). Festival ini menyajikan empat film Indonesia yang dikurasi berdasarkan narasi budaya, sosial, dan ekonomi yang relevan bagi audiens Cina. Film menjadi sarana representasi Indonesia sebagai negara multikultural, toleran, dan terbuka terhadap kerja sama internasional. Keragaman tema mulai dari perjuangan kemerdekaan, nilai keluarga, tradisi lokal, hingga tantangan ekonomi kontemporer menunjukkan kompleksitas wajah Indonesia.

Cina menempati posisi strategis sebagai pasar dan mitra potensial perfilman global. Aturan SARFT No. 31 Tahun 2004 memberikan kerangka hukum kerja sama produksi dengan pihak asing, tetapi dengan selektivitas tinggi. IMWF membuka ruang dialog antara pelaku industri Indonesia dan Cina, termasuk peluang co-production, distribusi, dan diplomasi budaya lintas pemerintah daerah. Rangkaian acara seperti simposium dan pemutaran film memperkuat posisi PFN sebagai institusi profesional. Dialog dengan pemerintah provinsi Beijing dan Hainan menghasilkan peluang konkret seperti kolaborasi film "Assalamualaikum Beijing 2" serta undangan resmi ke festival di Hainan. PFN juga meluncurkan platform Indonesia Film Facilitation (IFFa) sebagai sistem layanan satu pintu untuk produksi asing di Indonesia (Heriyanto, 2025).

Pemilihan empat film—Kadet 1947, Tulang Belulang Tulang, Glenn Fredly: The Movie, dan Gampang Cuan—mencerminkan diplomasi budaya berbasis nilai bersama. Tema kemerdekaan, identitas budaya, toleransi, dan ekonomi keluarga beresonansi dengan pengalaman masyarakat Cina, menciptakan jembatan emosional yang memfasilitasi pengenalan budaya Indonesia secara afektif dan dialogis (Chairdiansyah & Heriyanto, 2025). Festival ini menegaskan film sebagai alat diplomasi budaya yang efektif, memperkuat people-to-people contact, serta mempromosikan Indonesia sebagai mitra kreatif dan destinasi produksi film Asia Tenggara. Diplomasi budaya dalam konteks ini bersifat transaksional dan simbolik, bukan sekadar promosi satu arah, melainkan ruang negosiasi makna dan identitas bersama (Goff, 2013).

Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) 2024 yang diselenggarakan oleh Produksi Film Negara (PFN) menjadi instrumen diplomasi budaya non-tradisional Indonesia di Cina. PFN, sebagai entitas perfilman milik negara, menjalankan fungsi diplomatik melalui media sinema, dengan menyoroti pembentukan persepsi positif dan jembatan emosional antara dua bangsa. Strategi ini relevan dengan pandangan Goff (2013), yang menempatkan diplomasi budaya sebagai proses komunikasi lintas batas yang mengandalkan koneksi, konsistensi, dan inovasi dalam menyampaikan identitas nasional. IMWF menampilkan film-film yang sarat dengan nilai-nilai lokal seperti sejarah perjuangan (Kadet 1947), narasi budaya marginal (Tulang Belulang Tulang), pluralisme dan toleransi (Glenn Fredly: The Movie), serta dinamika ekonomi keluarga urban (Gampang Cuan). Repertoar tersebut dirancang untuk membangun hubungan emosional dengan audiens internasional melalui pendekatan artistik yang bersifat universal. Pemilihan Beijing sebagai lokasi festival mencerminkan signifikansi Cina dalam peta diplomasi Indonesia, mengingat posisinya sebagai salah satu pasar perfilman terbesar dunia.

Keberhasilan festival ini turut dipengaruhi oleh kemampuan PFN membangun hubungan dengan pemangku kepentingan lokal di Cina, termasuk pemerintah, pelaku industri, dan komunitas budaya. Dukungan struktural dari regulasi SARFT No. 31 Tahun 2004 menjadi peluang sekaligus tantangan. Cina mewajibkan film asing melalui proses sensor dan perizinan

yang ketat, sehingga sinema sebagai medium diplomasi memerlukan pendekatan strategis dan adaptif. PFN menerjemahkan tantangan tersebut menjadi langkah kolaboratif, termasuk peluncuran platform *Indonesia Film Facilitation* (IFFa) untuk mendukung produksi bersama dan distribusi lintas negara. IMWF merepresentasikan model diplomasi budaya yang tidak hanya simbolik, tetapi juga institusional dan komersial. Peran PFN dalam konteks ini memperlihatkan bagaimana aktor non-diplomatik negara dapat memainkan peran signifikan dalam membentuk citra nasional di mata dunia, sekaligus menjawab kekosongan kebijakan diplomasi budaya Indonesia yang terstruktur. Pendekatan ini selaras dengan konsep *soft power* yang menekankan pengaruh melalui ketertarikan budaya, bukan paksaan politik (Nye, 2004). Dengan demikian, IMWF menjadi manifestasi dari diplomasi berbasis narasi yang mengedepankan keterhubungan emosional, kontinuitas budaya, dan inovasi sinematik sebagai landasan utama dalam membangun kehadiran Indonesia di panggung global.

PT Produksi Film Negara (PFN) memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan budaya antara Indonesia dan Tiongkok melalui diplomasi budaya berbasis film. Pelaksanaan Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) 2024 di Beijing menjadi bukti konkret keterlibatan PFN sebagai aktor negara non-tradisional dalam menjembatani hubungan lintas budaya. Kegiatan ini tidak hanya menyajikan film-film Indonesia, tetapi juga forum diskusi, pertemuan bisnis, dan promosi destinasi budaya yang memperkaya relasi bilateral dalam kerangka *people-to-people connection*. PFN memanfaatkan strategi 4C—*Connect, Collaborate, Create, dan Commerce*—yang selaras dengan prinsip connection, consistency, dan innovation dalam diplomasi budaya (Goff, 2013). Melalui *Connect*, PFN membangun hubungan emosional dan kontekstual dengan diaspora dan pelaku industri di Cina. Melalui *Collaborate*, PFN menjalin kerja sama dengan perusahaan seperti Alibaba Pictures dan rumah produksi lokal, termasuk penajakan proyek Assalamualaikum Beijing 2. Inisiatif ini membuka peluang distribusi film dan produksi bersama, yang memperkuat kesinambungan interaksi budaya antarnegara.

Pada aspek *Create*, PFN mengembangkan narasi budaya Indonesia dengan mengadaptasi teknologi terkini seperti virtual production dan sinema vertikal. Narasi-narasi ini diposisikan bukan hanya sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai medium diplomatik yang membawa nilai-nilai lokal ke ruang global. IMWF juga menjadi sarana promosi *platform* IFFa sebagai infrastruktur digital untuk kerja sama perfilman. Dalam pilar *Commerce*, PFN mengupayakan diplomasi budaya yang menghasilkan nilai ekonomi, seperti ketertarikan Provinsi Hainan terhadap proyek film dan pariwisata budaya Indonesia. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana diplomasi budaya dapat mendorong peluang bisnis dan investasi lintas negara secara konkret. PFN tidak hanya memosisikan film sebagai alat ekspresi budaya, tetapi juga sebagai instrumen diplomasi yang strategis. Melalui pendekatan holistik dan berbasis kerja sama, PFN menunjukkan bahwa diplomasi budaya yang dilakukan oleh institusi non-diplomatik tetap dapat berdampak nyata dalam memperkuat relasi antarnegara.

Pelaksanaan strategi diplomasi budaya oleh PT Produksi Film Negara (PFN) melalui Indonesia Movie Weekend Festival (IMWF) 2024 tidak terlepas dari sejumlah tantangan struktural dan institusional, baik dari dalam negeri maupun konteks hubungan internasional Indonesia–Tiongkok. Tantangan ini mencerminkan kompleksitas diplomasi budaya yang dijalankan oleh aktor non-diplomatik negara dalam kondisi minimnya koordinasi lintas lembaga dan belum adanya kerangka strategi nasional yang solid. PFN menghadapi kesenjangan koordinasi antara kementerian dan lembaga terkait, seperti Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta Badan Ekonomi Kreatif. Ketidaksinkronan agenda kebijakan budaya luar negeri menghambat konsistensi dan kontinuitas program jangka panjang. Ketiadaan road map diplomasi budaya menyebabkan inisiatif seperti IMWF berjalan secara sporadis dan bergantung pada dorongan institusional PFN sendiri, bukan sebagai bagian dari ekosistem diplomasi budaya nasional yang terintegrasi.

Di tingkat eksternal, PFN dihadapkan pada kebijakan proteksionis industri perfilman Cina yang ketat. Pembatasan terhadap film asing, regulasi subtitel, serta sensor ketat dari National Radio and Television Administration (NRTA) membatasi ruang distribusi dan eksposur film Indonesia di pasar Tiongkok. Hal ini menyulitkan proses penetrasi budaya secara lebih luas melalui media audio-visual. Upaya kerja sama produksi bersama pun menghadapi hambatan birokrasi dan persyaratan administratif yang kompleks. PFN juga menghadapi keterbatasan sumber daya dalam hal kapasitas produksi, pendanaan, dan promosi global yang kompetitif. Meskipun memiliki potensi dan kapasitas teknologi seperti virtual production, belum semua inovasi tersebut mampu bersaing dalam skala produksi internasional. Ketimpangan daya saing dengan industri film besar seperti Cina dan Korea Selatan menuntut adanya penguatan infrastruktur dan dukungan kebijakan dari negara. Namun demikian, tantangan ini menjadi ruang pembelajaran strategis bagi PFN sebagai aktor diplomasi budaya. Dengan membaca dinamika regulasi Tiongkok, membangun jejaring lintas lembaga, dan memperkuat positioning-nya sebagai penghubung antara kebijakan budaya dan kepentingan diplomatik Indonesia, PFN berpotensi menjadi model institusi yang tangguh dan adaptif dalam menghadapi realitas geopolitik budaya kontemporer.

KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa PFN—sebagai aktor non-diplomatik negara—mampu menerjemahkan konsep tersebut melalui pendekatan 4C: *Connect*, *Collaborate*, *Create*, dan *Commerce*. Strategi *Connect* digunakan untuk membangun kedekatan emosional dan kontekstual dengan pemangku kepentingan di Cina, sementara *Collaborate* diwujudkan melalui produksi bersama dan kemitraan strategis. Pilar *Create* dan *Commerce* menampilkan inovasi dalam format dan pendekatan, termasuk sinema vertikal dan teknologi imersif. Meskipun demikian, pelaksanaan strategi ini masih bersifat parsial karena belum didukung kerangka kebijakan nasional yang terstruktur. PFN menghadapi tantangan berupa minimnya koordinasi lintas institusi, keterbatasan sumber daya, serta regulasi proteksionis pasar film Cina. Oleh sebab itu, strategi PFN perlu dipahami sebagai upaya adaptif yang sedang berkembang, bukan kebijakan diplomasi budaya yang telah matang. Peneliti juga mempertanyakan sejauh mana PFN secara sadar memaknai tindakannya sebagai bagian dari diplomasi budaya, atau sekadar agenda promosi film yang ditafsirkan sebagai diplomasi melalui lensa teoretis.

Secara praktis, disarankan agar pemerintah menyusun strategi nasional diplomasi budaya yang terintegrasi dengan kebijakan luar negeri, mendukung diplomasi berbasis data, memperluas kolaborasi lintas aktor, serta memperkuat kapasitas kelembagaan PFN. Sementara itu, secara teoretis, pendekatan Goff dapat diperkaya dengan perspektif relasional Zaharna dan perluasan makna inovasi dan konsistensi dalam konteks institusionalisasi dan keberlanjutan strategi budaya negara.

REFERENSI

- Ang, I., Isar, Y. R., & Mar, P. (2015). *Cultural diplomacy: Beyond the national interest?* International Journal of Cultural Policy, 21(4), 365–381. <https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1042474>
- Angela, I. (2023). Manajemen Diplomasi Budaya dalam Festival Film Europe on Screen. https://digilib.isi.ac.id/14377/2/Ika%20Angela_2023_BAB%20I.pdf
- Barker, Thomas. (2019). Indonesian Cinema after the New Order: Going Mainstream. Hong Kong University Press.
- Barratt, J. (1985). South African Diplomacy at the UN. In: Berridge, G.R., Jennings, A. (eds) Diplomacy at the UN. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1007/978-1-349-17792-9_12

- Banerjee, S. (2024). Film Festivals and Cultural Diplomacy: The Role of International Cinema in Global Relations. *Shodh Sagar Journal of Language, Art, Culture and Film*, 1(1), 36-41. DOI: <https://doi.org/10.36676/jlacf.v1.i1.7>
- Berridge, G. R. (2022). *Diplomacy: Theory and Practice*. Palgrave Macmillan.
- Bull, H. (1977). *The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics*. Springer.
- Chadiansyah, I. (2024). Interview: Head of sekt PFN.
- Christina, A.M. (2018). Diplomasi Publik Indonesia Melalui Bidang Perfilman (Festival Film dan Film) di Australia Bagi Keeratan Hubungan Kedua Negara. <https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/6460/Cover%20-%20Bab1%20-%203314025sc-p.pdf?sequence=5>
- Christina & Yudhi, L. (2017) Representasi Film sebagai Diplomasi Budaya (Analisis Semiotika Barthes Film Me VS Mami Sebagai Diplomasi Budaya Padang). *Semiotika: Jurnal Komunikasi*. 11(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.30813/s:j.k.v11i1.949>
- Clarita, R.N. (2017). Diplomasi Budaya Indonesia ke Korea Selatan Melalui Festival Film Indonesia di Cultural, Great and Visual Seoul Pada Tahun 2013. <https://repository.unpad.ac.id/items/0e3b57a7-f150-4531-996a-b80e6343eb8a>
- Cummings, M.C. (2003). *Cultural Diplomacy and The United States Government: A Survey for Arts and Culture*. Washington, DC: Center for Arts and Culture.
- Cull, N. J. (2008). *Public Diplomacy: Taxonomies and Histories*. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31–54.
- Djadjaputri, S. (2020). Representasi Film Laskar Pelangi Sebagai Diplomasi Kebudayaan dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Communicate*: 6 (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.31479/jc.v6i1.201>
- Fajarsyah, R. (2025). Sinema sebagai Alat Diplomasi: Peran Strategis Produksi Film Negara (PFN) dalam Membangun Soft Power Indonesia. *Presentasi Internal PT. PFN*.
- Goff, P.M. (2013). Cultural diplomacy. Dalam: A.F. Cooper, J. Heine and R. Thakur (Eds.), *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.
- Habibullah, A., Purnama, C., & Rezasyah, T. (2023). Balinale Public Diplomacy Through Bali Internasional Film Festival Towards Foreign Tourists. In | *Global Mind* (Vol. 4, Issue 2). <https://doi.org/10.53675/jgm.v4i2.474>
- Heriyanto, D. (2025). Penyelenggaraan IMWF dan strategi diplomasi budaya Indonesia di Cina. *Interview Session: Dwi Heriyanto* (Direktur Utama PT Produksi Film Negara tahun 2021-2024). Jakarta, 19 Juni 2025.
- Iordonova, D. (2011). *Film Festivals and Their Audience: A Study in Cultural Capital*. St. Andrews Film Studies.
- Ishmael, O. (2013). *Consistency in Diplomacy*. Odeen Ishmael – Reflections on Diplomacy. <https://odeenishmaeldiplomacy.wordpress.com/2013/12/01/50-consistency-in-diplomacy/>
- KBRI Beijing. (2024). *Indonesia Movie Weekend Festival 2024 sukses memperkenalkan Indonesia sebagai destinasi syuting film*. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/beijing/berita/indonesia-movie-weekend-festival-2024-sukses-memperkenalkan-indonesia-sebagai-destinasi-syuting-film-type=publication>
- KBRI Beijing. (2024). *Indonesia Movie Weekend Festival 2024 sukses memperkenalkan Indonesia sebagai destinasi syuting film*. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/beijing/berita/indonesia-movie-weekend-festival-2024>
- Keane, M. (2016). *The Chinese Television Industry*. British Film Institute.
- Kissinger, H. (2012). *Diplomacy (3rd ed)*. [Simon & Schuster UK](https://www.simonandschuster.co.uk/Books/Henry-Kissinger/Diplomacy).

- Kineringan, E. U. (2024). *Film sebagai Media Ekspresi Budaya Identitas*. <https://www.kompasiana.com/egideusulungkineringan2821/672cd7bbc925c44e654dc532/film-sebagai-media-ekspresi-budaya-dan-identitas>
- Kompas. (2020, August 19). *Indonesia's Diplomacy: Consistent and Adaptive*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/english/2020/08/19/indonesias-diplomacy-consistent-and-adaptive>
- Kredell, B., & Valck, M. (2016). *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*. Routledge.
- Lamont, C. (2015). *Research Methods in Politics and International Relations*.
- Lumban, G. T. (2021). Kebijakan Belt and Road Initiative Sebagai Alat Soft Power Cina dalam Membangun Hegemoni di Kawasan Asia Tenggara: Studi Kasus: Investasi Cina di Indonesia. *Jurnal Soshum Insentif*, 4(1), 89–97. <https://doi.org/10.36787/jsi.v4i1.437>
- Mulki, H., Saeed, A. R., & Hasrat, M. H. (2024). The Contrast Between Traditional and Modern Diplomacy. *International Journal for Multidisciplinary Research*. 6(3), 1-7. DOI: <https://www.ijfmr.com/papers/2024/3/20868.pdf>
- Nanyang Bridge Media. (2024). *Beijing Weekend Movie Festival – Proposal & Rundown*. Indonesia Embassy in Beijing.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Nye, J. S. (2021). Soft power: the evolution of a concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196–208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
- PFN. (2024a). *Indonesia Film Facilitation (IFFa)*. PT Produksi Film Negara (Persero). Retrieved from: <https://pfn.co.id/ifca>
- PFN. (2024b). PFN dan V2 Indonesia Perkenalkan Inovasi Menuju Pelaminan Lewat Teknologi Virtual Production. Retrieved from <https://pfn.co.id/ifca/pfn-dan-v2-indonesia-perkenalkan-inovasi-menuju-pelaminan-lewat-teknologi-virtual-production/>
- PFN. (2024c). PFN dan Svara Innovation Jajaki Peluang Kolaborasi di Industri Kreatif. Retrieved from <https://pfn.co.id/kunjungan/pfn-dan-svara-innovation-jajaki-peluang-kolaborasi-di-industri-kreatif/>
- PFN. (2024d). PFN dan Todak Nusantara Group Jalin Kerja Sama untuk Dorong Inovasi di Industri Kreatif. Retrieved from <https://pfn.co.id/internal/pfn-dan-todak-nusantara-group-jalin-kerja-sama-untuk-dorong-inovasi-di-industri-kreatif/>
- Peter, R., & Simatupang, M. S. (2022). Keberagaman Bahasa dan Budaya Sebagai Kekayaan Bangsa Indonesia. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 9(1), 96–105. <https://doi.org/10.33541/dia.v9i1.4028>
- Prayuda, R., & Surandi, R. (2023). Diplomasi dan Power: Sebuah Kajian Analisis. *Journal of Diplomacy and International Studies*, 80–93.
- Putri, S. Y., & Ma'arif, D. (2019). Dinamika Hubungan Kerja Sama Indonesia-Cina di Era Pemerintahan Joko Widodo. In *Jurnal Kajian Lemhannas RI*. www.matamatapolitik.com
- Putri, D.S.K., & Khoiriaty, S.D. (2024). Japanese Film Festival (JFF) sebagai Media Diplomasi Budaya Jepang di Indonesia oleh Japan Foundation. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/240476>
- Qawam, S. A. (2005). From Diplomacy Modern to Diplomacy Media. *Fazlnameh Law and Law*, 7(17), 7-19. Retrieved from <http://enasani.ir/fa/article/4816/>
- Rahmawati, I.Y., Iswatiningsih, D., Darihastining, S., Pujiati, A., dan Pratiwi, D.R., (2024). Diplomasi Program BIPA Melalui Media Film Kartini. *Lingua Rina: Jurnal*

- Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. 13(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.31000/lgrm.v13i2.12050>
- Rana, K. (2018). Bilateral Diplomacy. In *The Encyclopedia of Diplomacy* (pp. 1–11). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118885154.dipl0023>
- Saebani, A., & Triadi, I. (2023). Peran Diplomasi Budaya Dalam Menanggapi Tantangan Globalisasi Dan Perbedaan Budaya Untuk Meningkatkan Pertahanan Nasional Di Indonesia. *Doktrin: Jurnal Dunia Ilmu Hukum Dan Politik*, 1, 200–207. <https://doi.org/10.59581/Doktrin-widyakarya.v1i4.1548>
- Sarah, S. (2009). *Transnational European Cinema: Fragmentation and Connectivity*. Palgrave Macmillan.
- Suryanto, H., & Amri, M. (2018). Film as Cultural Diplomation Assets. *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, 9(2). DOI: <https://doi.org/10.33153/capture.v9i2.2089>
- Trisni, S., & Putri, A. (2023). Diplomasi Publik dan Soft Power: Sama atau Berbeda? *Andalas Journal of International Studies (AJIS)*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.25077/ajis.12.1.1-12.2023>
- Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam University Press.
- Verianto, J. R. K. (2019). Kebangkitan Cina melalui Belt and Road Initiative dan (Re)konstruksi Hubungan Internasional dalam Sistem Westphalia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 8(1). <https://doi.org/10.18196/hi.81141>
- Zaharna, R. S. (2008). *Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives*. In *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*.
- Zaharna, R. S. (2009). Mapping out a spectrum of public diplomacy initiatives: Information and relational communication frameworks. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 86–100). Routledge.
- Zaman, A.N., Effendi, C., Ridwan, W., dan Pahlevi, R. (2023). Diplomasi Budaya Indonesia ke Thailand. *KAIS: Kajian Ilmu Sosial*, 4(1): 1-11. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/kais/article/view/15020>