



***Multitrack Diplomacy Track 3 dan 9 Amerika Serikat dan
India Melalui Film Hollywood dan Bollywood di
Indonesia 2010-2015***

Putri Tasya Maharani^{1*}, Tety Rachmawati², Khairunnisa Simbolon.³

¹The Student of International Relations Study, ^{2,3}Lecturer of International Relations Study

*Corresponding author: International Relations Study Program, University of Lampung.

Phone: +62895365896137. Email: putritasya775@gmail.com

ABSTRAK

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

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

PENDAHULUAN

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 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 menyebarluaskan 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.

Film Bollywood dan Film Hollywood menggunakan budaya melalui perfilman India dan Amerika Serikat untuk mengubah cara berpikir dunia serta khususnya Indonesia. Dimana film Bollywood dan film Hollywood di Indonesia menciptakan citra positif untuk masyarakat yang ada di Indonesia. Dampaknya, tentunya dapat mencapai manfaat yang diharapkan India

dan Amerika Serikat di Indonesia, misalnya manfaat di bidang teknologi dan pariwisata. Serta kepentingan Amerika Serikat dan untuk menguatkan posisinya di forum internasional serta khususnya di Indonesia. Untuk melakukan ini, dengan cara menganalisis aktor-aktor yang terkait dengan pelaksanaan India dan Amerika Serikat secara langsung, dikenal adanya konsep multitrack diplomasi.

Sebelum penelitian penulis, terdapat beberapa penelitian dengan topik penelitian yang bersinggungan dengan penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan sehingga dijadikan sebagai rujukan untuk jurnal ini sebagai berikut:

Pertama, penelitian 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. 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.

Kedua, penelitian berjudul “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 diplomatic. 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.

Ketiga, penelitian berjudul “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. 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.

Keempat, penelitian berjudul “Film Bollywood sebagai diplomasi kebudayaan India ke Indonesia” karya Nabila Pavita, Zidny Ilmayah dan lain-lain, membahas tentang India menggunakan industri Bollywood sebagai alat diplomasi untuk meningkatkan hubungan bilateralnya yang telah berlangsung seabad dengan Indonesia. 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.

Kelima, penelitian berjudul “Promosi Amerika Budaya melalui Hollywood Film untuk Dunia” oleh Wanwarang Maisuwong 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. 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.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan penggunaan teknik deskriptif analisis. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder atau data yang sudah diolah pihak lain sebelumnya seperti website resmi dari world cinema history, box office mojo, maps of india, dan mea.gov.in. Sementara, teknik pengumpulan data berupa studi dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek (McMillan & Sumacher, 2001). Sementara penulis menggunakan teknik analisis data, yaitu mengacu pada proses mengkategorikan seperti kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Unsur Budaya Amerika Serikat dan India di Indonesia

Terkait masalah Film Bollywood dan Film Hollywood, bisa dilihat bahwa India dan Amerika Serikat mempergunakan budaya serta aktor non-pemerintah dan pemerintah untuk menjalankan diplomasi mereka. Ini ditunjukkan dari tidak sedikit aktor tersebut yang langsung terjun dalam menjalankan diplomasi tersebut. Sementara itu, di Indonesia sendiri juga bisa dilihat bahwa aktor-aktor Film Hollywood dan Film Bollywood memiliki banyak penggemar. Bintang Hollywood, misalnya Arnold Schwarzenegger juga adalah aktor diplomasi dari Film Hollywood yang terkenal serta memiliki penggemar yang banyak di

Indonesia. Sementara dari India, tidak sedikit penggemar musik dan tari India, misalnya tari Odissi. Tarian ini adalah aktor non-pemerintah dalam menjalankan kebudayaan dari India. Selain itu, tarian ini juga adalah jenis tarian India yang khas yang telah banyak dikenal masyarakat Indonesia sebab tarian ini digunakan dalam setiap film.

Beberapa budaya Amerika Serikat yang dibawa ke dalam Film Bollywood menjadikan positifnya citra Amerika Serikat di kalangan khalayak umum di Indonesia. Tidak sedikit penggemar dari Indonesia yang meniru gaya berbicara, gaya berpakaian, serta mempergunakan teknologi seperti yang dipergunakan, diperankan, dan dilakukan dalam Film Hollywood. Tari Odissi juga sama halnya seperti Amerika Serikat yang turut membawa nilai-nilai budaya India. India dalam hal ini menyelipkan teknologi, pariwisata, dan budaya dalam Film Hollywood. Pengaruh dari hal ini yaitu menjadikan India memiliki citra sebagai negara yang teknologinya maju dan indah pariwisatanya. Tari Odissi di masyarakat Indonesia sendiri tentunya merubah perspektif masyarakat Indonesia mengenai teknologi, pariwisata, dan budaya India. Masyarakat Indonesia mulai tertarik membeli barang-barang dari India dan mencoba pergi berwisata di India.

Film Bollywood dan Film Hollywood menggunakan budaya melalui perfilman India dan Amerika Serikat untuk mengubah cara berpikir dunia serta khususnya Indonesia. Dimana film Bollywood dan film Hollywood di Indonesia menciptakan citra positif untuk masyarakat yang ada di Indonesia. Dampaknya, tentunya dapat mencapai manfaat yang diharapkan India dan Amerika Serikat di Indonesia, misalnya manfaat di bidang teknologi dan pariwisata. Serta kepentingan Amerika Serikat dan untuk menguatkan posisinya di forum internasional serta khususnya di Indonesia. Untuk melakukan ini, dengan cara menganalisis aktor-aktor yang terkait dengan pelaksanaan India dan Amerika Serikat secara langsung, dikenal adanya konsep multitrack diplomasi.

Konsep multitrack diplomasi digunakan pada penelitian ini untuk melihat perbandingan track 3 dan 9 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.

Multi-track Diplomacy Film Hollywood

1. Penerapan *Track Tiga*

Bisnis atau perwujudan perdamaian melalui perdagangan merupakan *track* ketiga. Sepanjang tahunnya terjadi peningkatan pendapatan yang media Hollywood dapatkan. Ini seperti halnya yang dipublikasikan dalam data di Box Office Mojo (Box Office Mojo, 2022).

Tabel 1. Pendapatan *Top Grossing* film Hollywood Terbesar di Indonesia

<i>Release Year</i>	<i>Total Worldwide Box Office</i>	<i>Top-Grossing Movie</i>
2010	\$ 1,067 Miliar	Toy Story 3
2011	\$ 1,341 Miliar	Harry Potter and the Deathly Hallows: Part II
2012	\$ 1,518 Miliar	The Avengers
2013	\$ 1,276 Miliar	Frozen
2014	\$ 1,104.1 Miliar	Transformers: Age of
2015	\$ 2,068 Miliar	Star Wars Ep. VII: The Force Awakens

Sumber: Box Office Mojo

Berdasarkan tabel Top Grossing Movie, jangka tahun 2010 hingga 2015, sempat mengalami penurunan pada tahun 2014 dengan pendapatan sebesar \$1,104.1 Miliar. Akan tetapi, setiap tahun pendapatan Hollywood meningkat seperti tahun 2015 pendapatan tertinggi dalam jangka 5 tahun dengan judul film Star Wars Ep. VII: The force Awakens sebesar \$ 2,068 Miliar. Dari setiap tahun mengalami dinamika, yang dimana adanya penurunan dan peningkatan akan tetapi cenderung meningkat.

Tabel 2. Pendapatan Total Film Hollywood

Release Year	Total Produced Movies	Average Production Budget	Total Box Office
2015	1.144	\$ 29.594.841,00	\$ 27.009.655.678,00
2014	930	\$ 35.019.748,00	\$ 25.840.232.575,00
2013	811	\$ 41.905.915,00	\$ 25.986.091.811,00
2012	675	\$ 39.469.760,00	\$ 25.995.330.289,00
2011	573	\$ 39.716.827,00	\$ 24.021.181.823,00
2010	465	\$ 41.265.000,00	\$ 22.839.520.182,00
	4.598	\$ 226.972.091,00	\$ 151.692.012.358,00

Sumber: The Numbers

Berdasarkan tabel di atas, ditahun 2010 termasuk pendapatan terendah jangka tahun 2010-2015 sebesar \$22.839.520.182,00. Sedangkan pendapatan tertinggi pada tahun 2015 dimana ada 1.144 film yang diproduksi dengan pendapatan sebesar \$27.009.655.78,00. Setiap tahun pendapatan film hollywood mengalami dinamika akan tetapi cenderung meningkat. Pada tahun 2010-2015 sudah memproduksi film sebanyak 4.598 dengan total pendapatan keseluruhan sebesar \$151.692.012.358,00.

Kemudian perfilman Hollywood menguasai grup 21 hingga 80% bioskop di Indonesia yaitu dari 620 bioskop. Pemerintah akhirnya pada tahun 2011 memberikan pengumuman bahwa pihaknya segera memberlakukan peraturan yang lama sudah diabaikan dimana mewajibkan royalti film-film impor untuk dibayarkan di muka sebagai tambahan pajak pabean yang telah menjadikan importir terbebani 0,43 sen permeter seluloid (Kompas, 2011). Tujuan dari

pemberlakuan pajak loyalty oleh Pemerintah Indonesia yaitu untuk memacu industri film lokal, namun pemimpin kelompok sinema meyakini bahwa hal tersebut adalah respons sebab kewajiban pajak yang tidak dipenuhi oleh para importir. (Schonhardt, 2011).

2. (Penerapan Track Sembilan)

Komunikasi dan media sebagai wujud perdamaian melalui informasi merupakan *track* kesembilan. Dapat diketahui bahwa media yang Amerika Serikat pergunakan untuk menyebarkan Film Hollywood di berbagai negara yaitu lewat media cetak dan elektronik semacam televisi yang tentunya memberi pengaruh sangat besar pada orang yang melihatnya. Film Amerika Serikat sudah banyak tayang di Indonesia pada beberapa stasiun televisi.

Serta juga terdapat media sosial di internet semacam twitter, facebook, dan youtube di mana ini adalah media yang kerap masyarakat Indonesia pergunakan sekarang. Berbagai video musik dan film yang diunggah di youtube sehingga penggemar Film Hollywood di Indonesia dapat menyaksikannya dengan mudah.

Multi-track Diplomacy Film Bollywood

1. Penerapan Track Tiga

Bisnis atau perwujudan perdamaian melalui perdagangan atau *track* ketiga. Para bintang Bollywood banyak melakukan track ketiga dalam Film Bollywood bersama pelaku bisnis industri film Bollywood yang menjadi icon pelaksanaan oleh India yang mempermudah dalam pengembangan budaya India ke berbagai negara di dunia lewat hubungan bisnis sehingga bisa menunjang peningkatan nation branding maupun citra India. Selebriti dalam hal ini juga berperan krusial dimana terlihat dari para selebriti yang sangat populer di masyarakat.

Tabel 3. Pendapatan *Top Grossing* film Bollywood Terbesar di Indonesia

<i>Release Year</i>	<i>Total Worldwide Box Office</i>	<i>Top-Grossing Movie</i>
2010	\$47,017,018	Dabangg
2011	\$51,119,758	Bodyguard
2012	\$62,347,774	Ek Tha Tiger
2013	\$78,879,578	The Attacks of 26/11
2014	\$95,616,104	P.K.
2015	\$121,778,347	Bajrangi Bhaijaan

Sumber: The Numbers

Berdasarkan tabel Top Grossing Movie, jangka tahun 2010 hingga 2015 selalu mengingkat tiap tahunnya. Pada tahun 2010 adalah pendapatan paling sedikit sebesar \$47,017,018. Akan tetapi, setiap tahun pendapatan Bollywood meningkat seperti tahun 2015 pendapatan tertinggi dalam jangka 5 tahun dengan judul film Bajrangi Bhaijaan sebesar \$121,778,347. Dari setiap tahun mengalami dinamika, yang dimana adanya penurunan dan peningkatan akan tetapi cenderung meningkat.

Tabel 4. Pendapatan Total Film Bollywood

Release Year	Total Produced Movies	Average Production Budget	Total Box Office
2015	116	\$ 17.600.000,00	\$ 374.002.334,00
2014	57	\$ 1.700.000,00	\$ 177.928.570,00
2013	46	\$ 11.400.000,00	\$ 363.444.656,00
2012	46	\$ 16.100.000,00	\$ 549.640.331,00
2011	53	\$ 5.200.000,00	\$ 466.819.883,00
2010	33	\$ 9.256.667,00	\$ 404.632.148,00
	351	\$ 61.256.667,00	\$ 2.336.467.922,00

Sumber: The Numbers

Berdasarkan tabel di atas, ditahun 2011 termasuk pendapatan terendah jangka tahun 2010-2015 sebesar \$177.928.570,00. Sedangkan pendapatan tertinggi pada tahun 2012 dimana ada 46 film yang diproduksi dengan pendapatan sebesar \$549.640.331,00. Setiap tahun pendapatan film bollywood mengalami dinamika, dimana adanya peningkatan dan penurunan. Pada tahun 2010-2015 sudah memproduksi film sebanyak 351 dengan total pendapatan keseluruhan sebesar \$2.336.467.922,00.

2. Penerapan *Track Sembilan*

Track kesembilan yaitu media dan komunikasi sebagai bentuk perdamaian melalui informasi. Seluruh individu memiliki hak untuk bersuara lewat seni, media elektronik, cetak, film, ataupun radio. Media ini bisa dimanfaatkan dalam menganalisis suatu isu, menjadi sarana edukasi, dan dapat merubah kondisi pada saat sudah terbentuknya opini publik (Diamond & Mc Donald, 1996).

Film Bollywood dalam perkembangannya erat kaitannya dengan peran *mainstream* media. Bagaimana media elektronik saat ini di Indonesia, lewat tayangan yang ada di televisi kini cenderung didominasi tayangan India, baik acara musik ataupun serial drama di Indonesia. Sangat intensnya media cetak ataupun media elektronik di Indonesia dalam menyajikan rubrik Bollywood, dimana ini mempermudah penggemar Bollywood dalam mengakses artis idola dan Film Bollywood. Awalnya, kita cenderung mengenali televisi pendidikan Indonesia (TPI) atau kini menjadi media nusantara citra televisi (MNCTV) yang cenderung menayangkan program serial drama India.

Bollywood dalam penyebarannya lewat jejaring sosial *facebook*, *twitter*, dan *youtube* tergolong memberi keuntungan tidak sebatas pada popularitas artis-artis Bollywood saja, namun menjadikan budaya dan produk India menjadi dikenal luas di tingkat internasional. Bahkan *facebook* dan *youtube* secara khusus sudah membentuk saluran khusus untuk mengakses Bollywood sesudah mengetahui budaya India yang tengah populer, sehingga hal ini bisa mempermudah untuk menyebarluaskan budaya ataupun produk India.

Bollywood dalam penyebarannya dimudahkan dengan ditunjang kecanggihan alat komunikasi melalui pemanfaatan jaringan internet berupa unggahan video-video promosi dalam facebook, twitter, hingga youtube menjadi peluang dalam mengenalkan budaya India dan mempromosikan Film Bollywood hingga berbagai negara di dunia. Banyaknya penduduk Indonesia juga dikenal merupakan pengguna sosial media terbesar, sehingga dengan adanya internet tersebut mereka cenderung lebih mengetahui perkembangan Bollywood.

Perbandingan *Multitrack Diplomacy Track 3* dan *9* Amerika Serikat dan India melalui Film Hollywood dan Bollywood di Indonesia

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 kebudayaanya di dunia.

Film Hollywood dan Bollywood mengandung nilai-nilai masyarakat Amerika Serikat dan India di dalamnya. Nilai-nilai budaya berkontribusi pada Hollywood dan Bollywood 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. Hasil yang didapatkan dapat diketahui bahwa Amerika Serikat dan India sukses besar dalam menjalankan mencapai kepentingan.

Setelah melihat *track* tiga dan *track* sembilan dalam Film Hollywood dan Film Bollywood di Indonesia, maka dapat diketahui perbedaan maupun kesamaan di antara Amerika Serikat dan India dalam mempergunakan budayanya sebagai pelaksanaan dalam mencapai kepentingan dari masing-masing negara. Berdasarkan perbandingan dari Film Bollywood dan Film Hollywood, maka dapat diketahui bahwa aktor diplomasi dari Film Hollywood masing-masingnya sangat memiliki peran aktif terkait proses menyebarkan kebudayaan Amerika Serikat dan India di Indonesia. Film Hollywood yang tenar di Indonesia adalah bentuk kesuksesan Amerika Serikat. 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 kebudayaanya di dunia.

KESIMPULAN

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.

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.

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 Pasundan.
- 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 filmindonesia: <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/5558c380739773226c33ff23/propaganda-terrorisme-amerika-serikat-melalui-film-film-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 Hall of India.
- Irawan, D. (2018, November 26). *Pengaruh Budaya Barat di Indonesia*. Diambil kembali dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/amp/dodi70053/5bfbdd62aebe134460db473/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.masalah.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/antoni-usmario/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/putryn-adiasafira3957/5b4df89f6ddcae2eb669c112/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+India+Indonesia+New+Strategic+Partnership+over+the+coming+decade>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. New York: 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., Nurfardzan, 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 Universitas 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/pe ngaruh.kebudayaan.barat.di.indonesi a.html](http://news.upmk.ac.id/home/post/pe-ngaruh.kebudayaan.barat.di.indonesi a.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 Politics 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>