

**DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI
INTRODUCING INDONESIA: A HYBRID FASHION EVENT
DI TURKI TAHUN 2021**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun Oleh:

SILVANY RIZQITA

07041381823168

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Diplomasi Budaya Indonesia Melalui *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki Tahun 2021

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Hubungan Internasional

Oleh :

Silvany Rizqita

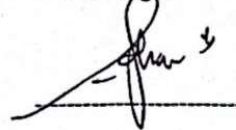
07041381823168

Pembimbing I

1. Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M.

NIP. 196504271989031003

Tanda Tangan



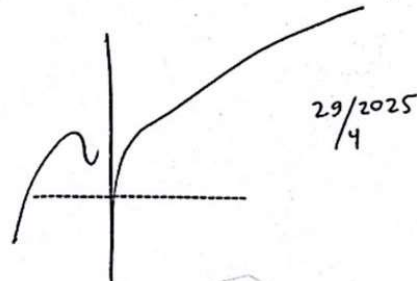
Tanggal

5/5 - 2025

Pembimbing II

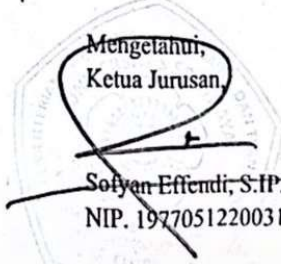
2. Abdul Halim, S.IP., M.A.

NIP. 199310082020121020



29/2025
4

Mengetahui,
Ketua Jurusan,



Sohyun Effendi, S.IP., M.Si.
NIP. 197705122003121003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Diplomasi Budaya Indonesia Melalui *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki Tahun 2021

Skripsi

Oleh :

Silvany Rizqita
07041381823168

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 14 Mei 2025

Pembimbing :

1. Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., L.L.M.
NIP. 196504271989031003

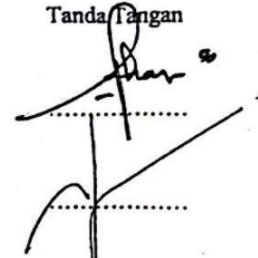
2. Abdul Halim, S.IP., M.A.
NIP. 199310082020121020

Penguji :

1. Sofyan Effendi, S.IP., M.Si.
NIP. 197705122003121003

2. Maudy Noor Fadhlia, S. Hub. Int., M.A.
NIP. 199408152023212040

Tanda Tangan

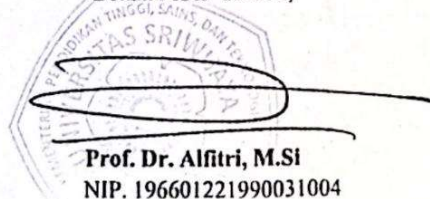


Tanda Tangan



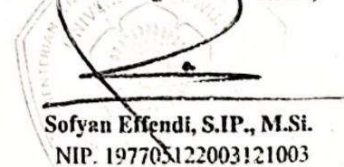
Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan
Ilmu Hubungan Internasional,



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si.
NIP. 197705122003121003

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silvany Rizqita
NIM : 07041381823168
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 11 Agustus 2000
Program Studi/Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Diplomasi Budaya Indonesia Melalui *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki Tahun 2021

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 7 Mei 2025
Yang membuat pernyataan,


Silvany Rizqita
NIM. 07041381823168

HALAMAN PERSEMBAHAN

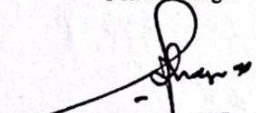
“Skripsi ini penulis persembahkan sepenuhnya kepada kedua orang yang sangat penulis sayangi yaitu orang tua penulis, Papa dan Mama yang selalu memberikan semangat dan percaya bahwa penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini sebagai bentuk dedikasi penulis sebagai seorang anak yang ingin membanggakan kedua orang tuanya. Terima kasih atas segala doa, saran dan semangat yang selalu diberikan oleh kedua orang tua penulis.”

Abstrak

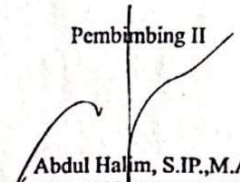
Perkembangan fesyen muslim saat ini sangat berkembang pesat. Hal tersebut dikarenakan tren busana muslim dan hijab yang semakin kreatif, serta sering diadakannya peragaan dan bazar busana muslim. Bahkan penggunaan hijab saat ini tidak hanya digunakan oleh wanita dewasa, namun juga anak-anak hingga remaja. Indonesia merupakan salah satu negara yang dapat memanfaatkan tren busana muslim. Peragaan busana yang menampilkan hasil karya perancang busana asal Indonesia sudah dilakukan di berbagai negara. Salah satunya diadakan di Turki pada tahun 2021. Penelitian ini menjelaskan bahwa Indonesia melakukan diplomasi budaya melalui acara *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di tahun 2021. Acara ini diadakan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Turki dengan berbagai penampilan yang mempromosikan keragaman budaya dan kesenian Indonesia. Pada acara ini menampilkan busana muslim hasil karya beberapa perancang busana Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi budaya dengan melakukan strategi *news management*, *strategic communication*, dan *relationship building*.

Kata kunci: Diplomasi Budaya, Indonesia, Turki, Fesyen Muslim, *Introducing Indonesia A Hybrid Fashion Event*

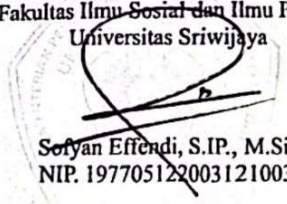
Pembimbing I


Dr. H. Azhar, SH, M.Sc., LL.M.
NIP. 196504271989031003

Pembimbing II


Abdul Halim, S.IP., M.A.
NIP. 199310082020121020

Palembang, 11 Mei 2025
Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya


Sofyan Effendi, S.IP., M.Si.
NIP. 197705122003121003

Abstract

The development of Muslim fashion is currently growing rapidly. This is due to the increasingly creative trend of Muslim fashion and hijab, as well as the frequent holding of Muslim fashion shows and bazaars. In fact, the use of hijab is currently not only used by adult women, but also children and teenagers. Indonesia is one of the countries that can take advantage of the Muslim fashion trend. Fashion shows featuring the work of Indonesian fashion designers have been held in various countries. One of them was held in Turkey in 2021. This study explains that Indonesia is carrying out cultural diplomacy through the Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event in 2021. This event was held by the Embassy of the Republic of Indonesia in Turkey with various performances that promote the diversity of Indonesian culture and art. This event featured Muslim fashion created by several Indonesian fashion designers. This study uses the concept of cultural diplomacy by implementing a strategy of news management, strategic communication, and relationship building.

Key words: *Cultural Diplomacy, Indonesia, Turki, Muslim Fashion, Introducing Indonesia A Hybrid Fashion Event*

Advisor I

Dr. H. Azhar, S.N., M.Sc., LL.M.
NIP. 196504271989031003

Advisor II

Abdul Hafim, S.IP., M.A.
NIP. 199310082020121020

Palembang, 22 Mei 2025
Head of International Relations
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University

Sofyan Bendi, S.IP., M.Si.
NIP. 197705122003121003

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala berkat, rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Diplomasi Budaya Indonesia Melalui *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki Tahun 2021.” Penulis menyadari penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik jika tidak ada bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, arahan, serta kritik dan saran yang diberikan selama penyusunan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat, nikmat, berkat dan karunia-Nya dalam hidup penulis dan selama penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya dan Selaku Dosen Penguji I penulis yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., L.LM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, semangat dan doa kepada penulis dari awal hingga tersusunnya skripsi ini.
6. Bapak Abdul Halim, S.IP., M.A. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan, bimbingan, saran dan doa kepada penulis dari awal hingga tersusunnya skripsi ini.

7. Ibu Maudy Noor Fadhlia, S. Hub. Int., M.A. Selaku Dosen Penguji II penulis yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada Mba Anty, Admin Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Palembang yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi kampus selama masa perkuliahan.
9. Seluruh Jajaran Dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Staff dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
10. Kepada kedua orang tua tercinta penulis, Indra Gunawan, S.E. dan Yessi Nopriani, S.E., M.M. yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi dan dukungan baik secara rohani maupun materi tiada hentinya kepada penulis.
11. Adik tercinta penulis, Rasyiqah Zhafira yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan semangat, motivasi, serta mendoakan penulis sampai selesainya pengerjaan skripsi ini.
12. Sahabat penulis, Salwa Adelia Costangen dan Adellya Zahra Chairani yang selalu memberikan semangat, saran, dukungan, serta doa kepada penulis.
13. Teman-teman Ilmu Hubungan Internasional Kelas B Angkatan 2018 yang telah berjuang bersama selama masa perkuliahan.
14. *Last but not least, I wanna thank me. Thank me for not giving up and for doing all this hard work. I wanna thank me for just being me at all times.*

Akhir kata, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis menerima berbagai kritik dan saran demi menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna di masa yang akan datang.

Palembang, 21 Mei 2025

Silvany Rizqita
07041381823168

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kerangka Konseptual.....	24
2.2.1 Diplomasi	24
2.2.2 Diplomasi Budaya	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Argumen Utama.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Definisi Konsep	32
3.3 Fokus Penelitian.....	33

3.4 Unit Analisis	35
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5.1 Jenis Data	36
3.5.2 Sumber Data.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Keabsahan Data	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV GAMBARAN UMUM	39
4.1 Hubungan Bilateral Indonesia dan Turki.....	39
4.2 Hubungan Dagang Indonesia dan Turki	41
4.3 <i>Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event</i>	43
BAB V PEMBAHASAN.....	48
5.1 <i>News Management Acara Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event</i> di Turki Tahun 2021	48
5.2 <i>Strategic Media Communication</i> pada Acara <i>Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event</i> di Turki	67
5.3 <i>Relationship Building</i> pada Acara <i>Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event</i> di Turki.....	76
BAB VI PENUTUP.....	85
6.1 Kesimpulan	85
6.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Nilai Ekspor Produk <i>Fashion</i> Muslim di Indonesia	2
Gambar 4.3.1	Brosur Online Acara <i>Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event</i> di Turki.....	46
Gambar 5.1.1	Unggahan Pertama @introducingindonesia	50
Gambar 5.1.2	Unggahan Terkait <i>Brand Fashion</i> Muslim Indonesia yang Berpartisipasi ..	52
Gambar 5.1.3	Poster <i>Brand-Brand</i> yang Terlibat dalam <i>Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event</i>	53
Gambar 5.1.4	Penggunaan <i>YouTube</i>	55
Gambar 5.1.4	Ibu Negara Turki dan Poster Kehadirannya	60
Gambar 5.1.5	Model Indonesia dan Turki dalam Acara <i>Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event</i>	58
Gambar 5.1.7	Poster Penampilan Khusus Angklung	62
Gambar 5.1.8	Unggahan Peningat Acara	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	12
Tabel 2. Fokus Penelitian.....	34

BAB I

PENDAHULUAN

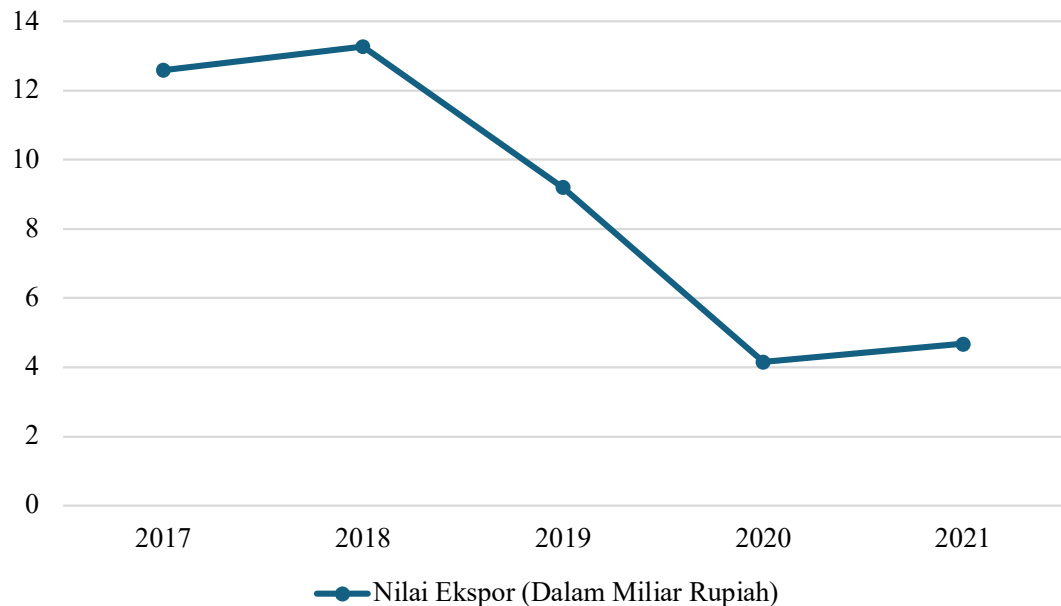
1.1 Latar Belakang

Perkembangan *fashion* muslim pada saat ini terlihat semakin terkenal. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya transformasi *fashion* muslim yang tidak hanya memiliki fungsi sebagai penutup aurat dengan ketentuan Islam, namun dapat juga dijadikan modis seiring berjalannya modernisasi. Adapun berbagai faktor yang dapat menjadikan semakin berkembangnya *fashion* muslim. Mulai dari banyaknya komunitas seperti *Hijabers Community*, hingga sering diselenggarakan peragaan dan bazar busana muslim. Pada saat ini penggunaan hijab pun tidak hanya digunakan oleh wanita dewasa, namun juga para wanita muda dari anak-anak hingga remaja wanita (Bachdar, 2018).

Penggunaan hijab saat ini menjadi kreatif, lebih modis dan bervariasi. Pemakaian hijab dan busana muslim sekarang tidak hanya untuk menutupi bagian tubuh, namun para wanita muslim dapat mengembangkan kreativitasnya dengan beragam model busana dan hijab yang kini semakin berkembang. Pada saat ini pun penggunaan hijab tidak hanya dipandang pakaian yang tertutup dan mencerminkan kesan tradisional dan monoton. Bahkan kini penggunaan hijab dan busana muslim terkesan modis karena semakin banyaknya kreasi busana yang dimodifikasi dengan model pakaian, warna, hingga aksesoris lainnya yang membuat busana muslim semakin banyak digemari (Sagiyanto, 2017).

Fashion muslim di Indonesia menjadi salah satu sektor yang diperhatikan dan terus dikembangkan. Adapun perkembangannya dapat dilihat dari semakin banyaknya perancang busana yang sering melakukan peragaan busana muslim di dalam negeri bahkan sampai di beberapa negara lainnya. Banyak negara yang sudah cukup mengenal

fashion muslim dari Indonesia. Hal ini tercermin dari nilai ekspor *fashion* muslim yang dilakukan oleh Indonesia, yang mana dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Gambar 1.1
Nilai Ekspor Produk *Fashion* Muslim di Indonesia
(Sumber: Kementerian Perdagangan RI 2022)

Data di atas menunjukkan adanya dinamika dengan kecenderungan penurunan signifikan terkait nilai ekspor *fashion* muslim sejak tahun 2018-2020. Namun, sejak tahun 2021, angka ekspor *fashion* muslim tampak mulai mengalami sedikit peningkatan. Penurunan signifikan tersebut berkaitan erat dengan terganggunya aktivitas ekspor impor karena pandemi Covid-19. Sebagaimana dijelaskan oleh Nadia dalam Isnaini (2021), bahwa seluruh dunia mengalami kesulitan ekspor impor selama pandemi Covid-19 berlangsung. Adapun pandemi Covid-19 mulai heboh pada akhir tahun 2019 dan meluas sejak awal tahun 2020. Sejalan dengan Putri et al. (2021) yang menguraikan bahwa kegiatan ekspor di Indonesia telah dibatasi sejak Februari 2020. Hal tersebut dilakukan untuk mencegah penyebaran virus.

Nilai ekspor *fashion* muslim perlahan mulai mengalami peningkatan pada tahun 2021. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), nilai ekspor pakaian muslim

Indonesia pada tahun 2021 mencapai USD 4,68 miliar, mengalami peningkatan sebesar 12,49% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun sebelumnya, yaitu USD 4,16 miliar. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2017-2021), tren pertumbuhan ekspor pakaian muslim menunjukkan penurunan rata-rata sebesar -2,93%. Di sisi lain, pada periode Januari hingga Mei 2022, nilai ekspor pakaian muslim Indonesia tercatat sebesar USD 2,35 miliar, mengalami lonjakan signifikan sebesar 41,42% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2020, yang hanya mencapai USD 1,66 miliar. Secara global, Indonesia menempati peringkat ke-13 sebagai negara pengeksport pakaian muslim, dengan pangsa pasar sebesar 2,02% dari total ekspor dunia di sektor tersebut (Kementerian Perdagangan RI, 2022b).

Peragaan busana muslim telah dilakukan di beberapa negara, seperti Amerika Serikat tepatnya di kota New York pada acara *May Afternoon Tea Fashion Show* pada tahun 2017 (Fajriana, 2017), kota San Fransisco pada acara *Contemporary Muslim Fashions Exhibition* pada tahun 2018 (Sarosa, 2018), lalu pada tahun 2019 di Jeddah, Arab Saudi pada acara *Wonderful Indonesia Week* yang dihadiri oleh para korps diplomatik dan pengusaha *fashion* muslim Saudi (Batam Times, 2019), dan acara yang cukup baru tepatnya pada tahun 2021 yakni di negara Turki pada acara *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event*, serta masih banyak lagi berbagai peragaan busana lainnya di banyak negara yang diikuti oleh perancang busana muslim Indonesia.

Indonesia yang sudah beberapa kali menyelenggarakan pagelaran busana di banyak negara dan terus melakukan kegiatan tersebut. Adapun target Indonesia yang ingin menjadi kiblat *fashion* muslim dunia diikuti pula oleh semakin banyaknya perancang busana muslim lokal yang semakin mengembangkan hasil rancangannya dengan cara mengadakan kegiatan *fashion show* dan ikut serta dalam pagelaran busana muslim yang diadakan di luar negeri. Indonesia menyelenggarakan peragaan busana

muslim di Turki pada tahun 2021. Adapun hal tersebut dijadikan Indonesia sebagai jalan untuk melakukan diplomasi dengan memperkuat hubungan kerjasama dengan Turki.

Acara *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki sukses diselenggarakan, hal ini sesuai dengan klaim dari *Liputan 6* yang mempublikasikan berita bertajuk “KBRI Ankara Sukses Jalani *Fashion Show* Pertama di Masa Pandemi Covid-19” (*Liputan 6*, 2021). Selain suksesnya penyelenggaraan acara tersebut, tujuan utama dari penyelenggaraan acara juga sukses diraih, yakni diplomasi budaya. Dilansir dari *Antara News*, hal ini dikarenakan usai acara berlangsung, terjadi pertemuan bisnis antara perusahaan inkubator dan perusahaan *fashion* Turki. Melalui pertemuan tersebut, peluang untuk Indonesia memasuki pasar *fashion muslim* Turki semakin meningkat (*Antara News*, 2021).

Suksesnya penyelenggaraan acara tersebut juga ditandai dengan peningkatan ekspor *fashion muslim*. Sejak 2022, tren ekspor pakaian muslim menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan global terhadap *fashion muslim*. Kementerian Perindustrian Indonesia melihat potensi besar di pasar negara-negara mayoritas berpenduduk Muslim seperti Iran, Turki, Arab Saudi, Pakistan, dan Mesir sebagai tujuan ekspor utama. Pertumbuhan sektor *fashion muslim* diperkirakan akan terus melaju pesat, didukung oleh proyeksi konsumsi barang-barang halal yang diperkirakan mencapai 3,1 triliun dolar AS pada tahun 2027, dengan *fashion muslim* menempati posisi kedua setelah makanan. Indonesia, dengan potensi konsumsi pakaian jadi yang besar, berfokus pada penguatan daya saing industri *fashion muslim* domestik untuk memanfaatkan peluang ekspor ini, dengan mendorong pengembangan produk lokal dan kolaborasi antar pelaku usaha (Kemenperin, 2025).

Jalanan kerjasama tersebut mencerminkan bahwa antara Indonesia dan Turki memiliki kepentingan nasional masing-masing di dalam hubungan internasional, setiap

negara memiliki kepentingan nasional yang unik. Seringkali, kepentingan ini tumpang tindih atau bahkan bertentangan dengan kepentingan negara lain, yang dapat memicu ketegangan dan terkadang konflik. Untuk melindungi dan mencapai kepentingan nasionalnya, negara-negara menggunakan diplomasi. Diplomasi biasanya dianggap sebagai bentuk *soft power*, sementara penggunaan kekuatan militer disebut *hard power*. Menurut *The Advance Learner's Dictionary of Current English*, diplomasi adalah keterampilan dalam mengatur dan berinteraksi dengan orang-orang agar tetap bersahabat dan bersedia membantu. Sir Ernest Satow mendefinisikannya sebagai penerapan kebijaksanaan dan kecerdasan dalam menjalankan hubungan luar negeri antara pemerintah dan negara-negara merdeka. Diplomasi adalah seni memenangkan kepentingan kita tanpa menciptakan permusuhan (Sudarsono et al., 2018).

Diplomasi kebudayaan dan diplomasi komersial seringkali berjalan beriringan, terutama ketika sebuah negara ingin memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk budaya dan ekonominya di luar negeri. Indonesia memilih Turki sebagai salah satu tujuan utama karena negara ini memiliki pasar yang besar dan potensi dalam industri *fashion* muslim. Turki juga telah menjadi salah satu eksportir utama busana muslim, sehingga memungkinkan Indonesia untuk mengeksplorasi peluang kerjasama dalam sektor ini (Faried, 2019). Keputusan untuk membawa desainer busana muslim Indonesia ke Turki dalam acara "*Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event*" menunjukkan bahwa Indonesia ingin memperkenalkan kekayaan budaya, seperti batik, yang menjadi ciri khas dalam busana muslimnya, sambil membuka peluang bagi kerjasama perdagangan *fashion* muslim. Hal ini sejalan dengan upaya diplomasi komersial, di mana promosi kebudayaan Indonesia bertujuan untuk menciptakan peluang pasar baru di Turki dan mempererat hubungan perdagangan antara kedua negara. Sebagai negara dengan posisi geografis strategis, Turki memiliki keunggulan sebagai pintu gerbang produk

Indonesia ke kawasan Eropa dan Timur Tengah yang semakin memperkuat alasan memilih Turki sebagai mitra (Musyaffa, 2020).

Negosiasi yang terjadi antara Indonesia dan Turki dalam diplomasi ekonomi dan budaya sering kali melibatkan kesepakatan perdagangan, seperti yang tercermin dalam *Indonesia-Turkey Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IT-CEPA). Perundingan tersebut bertujuan untuk mengurangi hambatan tarif dan meningkatkan akses pasar bagi produk Indonesia di Turki. *Lobbying* khusus juga dilakukan, terutama dalam sektor *fashion*, di mana Indonesia ingin memanfaatkan industri *fashion* muslim sebagai alat untuk meningkatkan ekspor dan memperkenalkan produk budaya Indonesia ke pasar internasional. Pemerintah Indonesia, melalui kegiatan diplomasi ekonomi seperti misi dagang dan pertemuan bisnis langsung, berusaha untuk mengatasi tantangan yang ada dalam perdagangan, termasuk tarif impor yang tinggi. Hal ini menunjukkan upaya strategis yang lebih luas untuk memperkuat hubungan perdagangan antara kedua negara dan mengoptimalkan potensi yang ada dalam industri *fashion* muslim. Sebagai bagian dari diplomasi komersial, langkah-langkah ini diharapkan dapat membuka pintu bagi lebih banyak kerjasama dan investasi antara Indonesia dan Turki di masa depan (Muhammad and Rasyidah, 2022).

Lobbying khusus yang dilakukan Indonesia terkait dengan diplomasi kebudayaan dan komersial di Turki dapat dilihat dari berbagai upaya yang dirancang untuk mempengaruhi kebijakan perdagangan dan memperkenalkan produk-produk Indonesia, khususnya dalam industri *fashion* muslim, ke pasar Turki. Salah satu bentuk *lobbying* adalah dalam negosiasi tarif impor antara Indonesia dan Turki. Sebagai contoh, produk Indonesia, seperti minyak sawit, pernah mengalami hambatan tarif yang tinggi hingga 40%, yang menyebabkan ekspor Indonesia ke Turki menurun drastis, sementara produk dari Malaysia lebih mudah masuk ke pasar Turki karena adanya perjanjian perdagangan

antara Turki dan Malaysia (Latief, 2018). Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya kesepakatan ini, sehingga melalui diplomasi yang lebih intens, mereka mendorong pembicaraan untuk menyelesaikan hambatan tarif ini, serta mempercepat proses perundingan terkait *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (CEPA) antara kedua negara (Muhammad & Rasyidah, 2022).

Selain itu, *lobbying* khusus juga dilakukan dalam sektor *fashion* muslim, dengan mengajak desainer busana muslim Indonesia untuk berpartisipasi dalam acara seperti “*Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event*” di Turki. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengusaha busana muslim Turki dan masyarakat setempat agar tertarik pada kolaborasi dan produk busana muslim Indonesia. Dalam hal ini, Indonesia tidak hanya mempromosikan *fashion* tetapi juga memperkenalkan elemen-elemen kebudayaan, seperti batik, sebagai bagian dari identitas nasional. Aktivitas ini berfungsi sebagai bentuk diplomasi kebudayaan yang dilengkapi dengan upaya diplomasi ekonomi untuk membuka peluang pasar dan meningkatkan kerjasama dalam sektor *fashion*. Pemerintah Indonesia juga melakukan pendekatan langsung melalui misi dagang, di mana para pengusaha Indonesia bertemu langsung dengan mitra potensial di Turki, melakukan presentasi produk, dan berdiskusi mengenai peluang kolaborasi, yang pada akhirnya menjadi bentuk *lobbying* untuk memuluskan akses produk Indonesia ke pasar Turki (Ditjen Perundingan Perdagangan Inti, 2018).

Di antara berbagai cara untuk melakukan diplomasi menggunakan busana *modest*, Indonesia memilih untuk melakukannya dengan mengadakan acara peragaan busana di beberapa negara. Turki menjadi salah satu negara tujuan di mana acara tersebut diadakan. Peragaan busana *modest* Indonesia di Turki dilangsungkan dari tanggal 7 hingga 8 April 2021. Penyelenggara acara ini adalah Kedutaan Besar Republik Indonesia di Ankara, bekerja sama dengan merek busana lokal Indonesia bernama Markamarie. Markamarie

dikenal sebagai agregator busana *modest* terbesar di Asia Tenggara. Hal yang menarik dari acara ini adalah Indonesia tetap menjalankan diplomasi budaya melalui peragaan busana *modest* di Turki selama situasi pandemi, ketika aktivitas sehari-hari terbatas karena kebijakan jaga jarak sosial yang diterapkan di semua negara. Diplomasi dan kegiatan lintas batas lainnya juga terganggu sejak pandemi COVID-19 dimulai pada awal 2020 (Abduazimov, 2021).

Indonesia dan Turki adalah dua negara dengan banyak kesamaan, termasuk populasi besar umat Muslim (Zulfahmi & Hassan, 2023) dan status sebagai pasar terbesar untuk *modest fashion* di dunia (Putra, 2023). Hal ini dipertegas dengan jumlah konsumsi masyarakat Indonesia akan pakaian muslim yang tertinggi nomor tiga setelah Uni Emirat Arab dan Turki. Indonesia memiliki laju pertumbuhan sebanyak 18,2% per tahun dalam konsumsi *fashion* muslim, dimana pada tahun 2020 mencapai USD 20 miliar (Kementerian Pariwisata, Rekreasi, 2021). Adapun Turki telah menghabiskan sebanyak USD 39.3 miliar (Benmayor, 2015).

Turki dikenal dengan industri manufaktur yang tangguh, menjadikannya salah satu pemasok utama *modest fashion* global (Alimen & Kütük-Kuriş, 2020). Sementara itu, Indonesia dikenal karena langkah-langkah progresifnya melalui berbagai program dan inovasi desain yang terus berkembang. Indonesia memiliki ribuan merek yang sebagian besar berfokus pada pembuatan pakaian sopan untuk mode muslimah. Banyak acara dan program kreatif yang diadakan di berbagai kota di seluruh negeri, menunjukkan kekayaan budaya dan inovasi dalam industri *fashion*. Namun, pandemi COVID-19 membawa tantangan besar bagi industri *fashion*, menyebabkan penurunan signifikan. Meskipun demikian, banyak merek *fashion* di Indonesia berusaha keras untuk bertahan dan mengatasi berbagai kesulitan yang muncul selama krisis ini, menunjukkan ketangguhan dan adaptasi dalam menghadapi masa-masa sulit (Modest, 2021).

Orientasi ekspor produk muslim telah berlangsung sejak tahun 2020, hal ini juga sejalan dengan kuatnya sektor industri halal Indonesia (Samsul et al., 2024). Hasil penelitian Herianti et al. (2023) menunjukkan bahwa dalam sektor keuangan Islam Indonesia, industri *fashion* muslim menduduki urutan ketiga setelah makanan halal. Kuatnya ekspor *fashion* muslim ditunjukkan oleh nilai kinerja ekspor produk sebesar USD 8,3 miliar pada tahun 2019 (Kemenperin dalam Fili et al., 2021). Turki merupakan salah satu negara target yang diajak untuk bekerja sama dalam mengembangkan *modest fashion* (Kusumawardhani et al., 2022).

Diplomasi yang dilakukan Indonesia dengan cara mengadakan pagelaran busana muslim di Turki berjudul “*Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event*”. Kegiatan tersebut diselenggarakan pada 7-8 April 2021. Pagelaran busana muslim tersebut dilaksanakan di Wisma Indonesia dan acara tersebut pun diadakan sesuai dengan temanya yakni *hybrid*. Pada acara tersebut pun tetap sesuai protokol kesehatan diikuti oleh penonton yang dibatasi hanya 30 orang di hari pertama, sedangkan hari kedua hanya dihadiri 40 penonton. Kegiatan ini juga diadakan *online* dengan menampilkan siaran langsung dan ditonton sekitar 300 orang. Selain itu, acara ini juga dihadiri langsung oleh Ibu Negara Emine Erdogan, istri Menteri Luar Negeri Turki, istri Menteri Industri dan Teknologi Turki, istri Ketua Parlemen Turki, hingga beberapa pengusaha garmen pun turut hadir pada pagelaran busana muslim ini (Kementerian Luar Negeri Indonesia, 2021).

Sambutan hangat diberikan oleh Turki dengan kehadiran beberapa pejabat pemerintah asal Turki yang antusias selama acara berlangsung. Pasangan Menteri Luar Negeri Mevlüt Çavuşoğlu, Ketua Parlemen Mustafa Şentop dan Menteri Industri dan Teknologi Mustafa Varank juga termasuk di antara tamu acara tersebut (Aslan, 2021). Antusiasme masyarakat Turki terkait acara ini tidak muncul di pemberitaan, hal ini

dikarenakan adanya batasan jumlah tamu, baik secara *online* maupun *offline* untuk mengikuti acara ini. Limitasi jumlah tamu tersebut dikarenakan konteks acara sebagai acara diplomasi, sehingga kehadiran perwakilan pemerintah Turki lebih diprioritaskan.

Melalui penjelasan di atas mengenai diplomasi yang dilakukan Indonesia dengan mengadakan pagelaran busana muslim di Turki dan menampilkan busana muslim dari perancang busana atau *brand* lokal Indonesia, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Diplomasi Budaya Indonesia Melalui *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki Tahun 2021”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah Bagaimana Diplomasi Budaya Indonesia Melalui *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki Tahun 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui diplomasi budaya yang dilakukan Indonesia melalui acara *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki pada tahun 2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat pada bidang akademis dan praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap agar dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam perkembangan ilmu Hubungan Internasional. Kemudian, dapat bermanfaat pula dalam menjadi referensi ataupun sumber untuk penelitian lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu,

penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi peneliti lainnya yakni mengenai Diplomasi Budaya Indonesia Melalui *Introducing Indonesia: A Hybrid Fashion Event* di Turki Tahun 2021.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan agar dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan diharapkan pula dapat bermanfaat bagi pendidik untuk kajian pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduazimov, M. S. (2021). Inside Diplomacy during the Pandemic: Change in the Means and Ways of Practice. *Indonesian Quarterly*, 49(1), 50–66.
- Abdullah, R. (2018). Optimalisasi Kerjasama Perdagangan Barang Forum Rcep Bagi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 9(1), 67–81. <https://doi.org/10.22212/jekp.v9i1.914>
- Ahn, M. J., & Wu, H. C. (2015). The Art of Nation *Branding*: National *Branding* Value and the Role of Government and the Arts and Culture Sector. *Public Organization Review*, 15(1), 157–173. <https://doi.org/10.1007/s11115-013-0255-6>
- Alimen, N., & Kütük-Kuriş, M. (2020). A snapshot of the *fashion* field in contemporary turkey. *International Journal of Fashion Studies*, 7(2), 133–145. https://doi.org/10.1386/infos_00023_2
- Amrullah, M. R. (2016). Diplomasi Pertahanan Indonesia Terhadap Turki: Studi Kasus Kerjasama Industri Pertahanan. *Jurnal Pertahanan & Bela Negara*, 6(1), 151–168. <https://doi.org/10.33172/jpbh.v6i1.299>
- Anindia, A. (2022). Diplomasi Budaya Korea Selatan melalui Korean Cultural Center dalam Program Hanbok Experience. *Moestopo Journal International Relations*, 2(1), 63–76.
- Antara News. (2021). Indonesia sukses perkuat diplomasi melalui peragaan busana di Turki. <https://www.antaraneews.com/berita/2091786/indonesia-sukses-perkuat-diplomasi-melalui-peragaan-busana-di-turki>
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aslan, D. (2021). Indonesia seeks to enter Turkish market with ready-to-wear *fashion*. *Daily Sabah*. <https://www.dailysabah.com/life/fashion/indonesia-seeks-to-enter-turkish-market-with-ready-to-wear-fashion>
- Aslan, D. (2021). Indonesia seeks to enter Turkish market with ready-to-wear *fashion*. *Daily Sabah*. <https://www.dailysabah.com/life/fashion/indonesia-seeks-to-enter-turkish-market-with-ready-to-wear-fashion>
- Bachdar, S. (2018). *Fashion Jadi Momentum Kebangkitan Wanita Muslim*. Marketeers.
- Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa. (2016). Diplomasi. Diambil kembali dari KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/diplomasi>
- Batam Times. (2019). Peragaan Busana Muslim Akhiri Wonderful Indonesia Week 2019 di Jeddah. Jeddah: Batam Times.
- Benmayor, G. (2015). World's most popular Muslim *fashion* e-commerce website in Turkey. *Hurriyet Daily News*. <https://www.hurriyetaailynews.com/opinion/gila-benmayor/worlds-most-popular-muslim-fashion-e-commerce-website-in-turkey--86385>

- Bernadette, S., Septiana, R., & Kusumawardhana, I. (2022). Music Matters: Diplomasi Budaya Indonesia terhadap Negara di Kawasan Pasifik Melalui ‘the Symphony of Friendship’ di Selandia Baru. *Indonesian Perspective*, 7(2), 205–226. <https://doi.org/10.14710/ip.v7i2.50779>
- Direktorat Jenderal Kerja Sama Multilateral. (2023). Laporan Kinerja Tahun 2023 Kementerian Luar Negeri Direktorat Jenderal Kerja Sama Multilateral.
- Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya. (2019). Pedoman Diplomasi Budaya. Diambil kembali dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/pedoman-diplomasi-budaya/>
- Ditjen Perundingan Perdagangan Intl. (2018). Perundingan Putaran ke-2 Indonesia-Turki CEPA (IT-CEPA). <https://ditjenppi.kemendag.go.id/berita/perundingan-putaran-ke-2-indonesia-turki-cepa-it-cepa>
- Djelantik, S. (2008). Diplomasi antara teori dan praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Erdin, C., & Ozkaya, G. (2019). Turkey’s 2023 energy strategies and investment opportunities for renewable energy sources: Site selection based on ELECTRE. *Sustainability (Switzerland)*, 11(7). <https://doi.org/10.3390/su11072136>
- Erfan, Z., Hasan, A., Umar, M., & Khasyi’in, N. (2024). Politik Hukum Antar Bangsa (Siyasah Dauliyah Indonesia Dalam Perdamaian Dunia). *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 2(2), 767–787. <https://doi.org/10.62976/ijijel.v2i2.552>
- Fajriana, M. (2017, Mei 17). Aksi 4 Desainer Indonesia Pukau Pecinta *Fashion* Mancanegara. Dipetik Juli 26, 2022, dari Liputan 6: <https://m.liputan6.com/fashion-beauty/read/2953393/aksi-4-desainer-indonesia-pukau-pecinta-fashion-mancanegara>
- Fili, D. P. P., Chumaidiyah, E., & Tripiawan, W. (2021). Perancangan Bisnis Online Dan Sistem Informasi Bisnis Menggunakan Metode Waterfall Pada Bisnis Busana Muslimah Fa Collection Di Pekanbaru, Riau. *E-Proceeding of Engineering*, 8(2), 2193–2204.
- Gençoğlu, H. (2024). Historical relationship between indonesia and türkiye. *Siginjai: Jurnal Sejarah*, 4(2), 142–157. <https://doi.org/10.22437/js.v4i2.38038>
- Hartati, A. Y. (2010). Separatisme Dalam Konteks Global (Studi Tentang Eksistensi Republik Maluku Selatan (Rms) Sebagai Gerakan Separatis Indonesia). *Jurnal Ilmu Politik Hubungan Internasional Vol. 7, No. 2*, 1-10.
- Hayes, D., & Guardino, M. (2011). The Influence of Foreign Voices on U.S. Public Opinion. *American Journal of Political Science*, 55(4), 831–851. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2011.00523.x>

- Herianti, H., Siradjuddin, S., & Efendi, A. (2023). Industri Halal Dari Perspektif Potensi Dan Perkembangannya Di Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 56–64. <https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19249>
- Islamiyah, A. N., Priyanto, N. M., & Prabhandari, N. P. D. (2020). Diplomasi Budaya Jepang dan Korea Selatan di Indonesia tahun 2020: Studi Komparasi. *Jurnal Hubungan Internasional*, 13(2), 257. <https://doi.org/10.20473/jhi.v13i2.21644>
- Isnaini, P. L. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Butik Indah Jaya Ganting Wetan. *Keadaban*, 2(2), 01–22.
- Ivada, E., Sumaryati, S., & Hamidi, N. (2014). Analisis Faktor Penghambat Ekspor Bagi UKM Small and Medium Enterprises Export Barrier Factor Analyses. *Journal UMS*, 25.
- Kartika, S. D. (2025). Strategi Diplomasi Kebudayaan Indonesia untuk Meningkatkan Pengaruh Global. *Info Singkat*, XVII(2), 1–5.
- Kemenparekraf. (2021, Juli 27). Indonesia Bersiap Menjadi Destinasi *Fashion* Muslim Dunia. Dipetik Maret 06, 2025, dari Kemenparekraf. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Indonesia-Bersiap-Menjadi-Destinasi-Fashion-Muslim-Dunia>
- Kementerian Luar Negeri Indonesia. (2021). Disaksikan Ibu Negara Emine Erdogan, Diplomasi *Fashion* Indonesia di Turki Sukses.
- Kementerian Pariwisata, Rekreasi, dan E. K. R. I. (2021). Indonesia Bersiap Menjadi Destinasi *Fashion* Muslim Dunia Kemenparekraf. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Indonesia-Bersiap-Menjadi-Destinasi-Fashion-Muslim-Dunia>
- Kementerian Perdagangan RI. (2022a). Mendag Menerima Kunjungan Ketua Pelaksana IMFW. <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/mendag-menerima-kunjungan-ketua-pelaksana-imfw>
- Kementerian Perdagangan RI. (2022b). Mendag Menerima Kunjungan Ketua Pelaksana IMFW.
- Kusumawardhani, E., Rahman, J. B., & Akim, A. (2022). Indonesia's Public Diplomacy through Modest *Fashion* in Turkey. *Jurnal Global & Strategis*, 16(1), 109–126. <https://doi.org/10.20473/jgs.16.1.2022.109-126>
- Latief, M. N. (2018). Merajut harapan perdagangan Indonesia-Turki. AA. <https://www.aa.com.tr/id/ekonomi/merajut-harapan-perdagangan-indonesia-turki/1207091>
- Leonardo, L. (2019). Diplomasi Budaya Korea Selatan Dan Implikasinya Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan - Indonesia. *Global Political Studies Journal*, 3(1), 1–32. <https://doi.org/10.34010/gpsjournal.v3i1.1997>

- Lin, W., & Chan, S. J. (2024). Students as a Nexus of Cultural Diplomacy: Estimating the Outcomes of the International Higher Education Scholarship Program in Taiwan. *Journal of Studies in International Education*, 28(3), 420–439. <https://doi.org/10.1177/10283153231178133>
- Liputan 6. (2021). KBRI Ankara Sukses Jalani *Fashion* Show Pertama di Masa Pandemi Covid-19. <https://www.liputan6.com/global/read/4530221/kbri-ankara-sukses-jalani-fashion-show-pertama-di-masa-pandemi-covid-19?page=3>
- Lutfi, A. (2020). Bilateral Trade Relations Between Indonesia and Turkey 2014-2019. Proceeding İstanbul Sabahattin Zaim University.
- Modest. (2021). *Introducing Indonesia, Diplomacy Through Fashion*. <http://www.modest.id/news/introducing-indonesia-diplomacy-through-fashion->
- Muhammad, D. S., & Rasyidah, R. (2022). Diplomasi Ekonomi Kreatif Indonesia-Turki Sub-Sektor *Fashion* Muslim Melalui Kerjasama IT-CEPA Tahun 2016-2020. *Global and Policy Journal of International Relations*, 10(02), 41–59. <https://doi.org/10.33005/jgp.v10i02.3747>
- Nicolson, S. H. (1988). *Diplomacy*. Washington DC: Institute for the Study of Diplomacy.
- Nurika, R. R. (2017). Peran Globalisasi di Balik Munculnya Tantangan Baru Bagi Diplomasi di Era Kontemporer. *Jurnal Sospol*, Vol. 3, No.1, 128.
- Padhi, P. K. (2018). A Quest towards *Fashion* Design Protection Model for the Intellectual Property Rights Global Regime. *International Journal for Research in Applied Sciences and Biotechnology*, 5(5), 4–14. <https://doi.org/10.31033/ijrasb.5.5.2>
- Prayuda, R., & Sundari, R. (2019). Diplomasi dan *Power*: Sebuah Kajian Analisis. *Journal of Diplomacy and International Studies*.
- Purbaya, G. F. (2021). Memperkenalkan *Fashion* Indonesia Ke Tanah Turki. *Valid News*. <https://validnews.id/kultura/Memperkenalkan-Fashion-Indonesia-Ke-Tanah-Turki-MCf>
- Putra, A. R. (2023). Analisis Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan pada Industri *Fashion* Muslim (Studi Kasus pada FOUR-S Moslem). *Jurnal ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan*, 1(1), 91–100. <https://doi.org/10.59639/asik.v1i1.18>
- Putri, D. P. T., Damayanti, E. W. A., & Sianturi, I. (2021). Pengaruh COVID-19 Terhadap Kegiatan Ekspor Impor di Indonesia. *Dinamika Bahari*, 2(2), 169–174. <https://doi.org/10.46484/db.v2i2.271>
- Putri, R. S. (2020). Diplomasi Kebudayaan Indonesia melalui Rumah Budaya Indonesia di Turki. *Research Gate*, 1–6. [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55266%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55266/1/Purwo Agung Nugroho.Fisip.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55266%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55266/1/Purwo%20Agung%20Nugroho.Fisip.pdf)

- Raharja, C. S. (2023). Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Program Bipa (Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing) Di Laos Tahun 2016-2022. *Jurnal Pena Wimaya*, 3(2). <https://doi.org/10.31315/jpw.v3i2.10024>
- Rohidi, T. R. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-PRESS).
- Sagiyanto, A. (2017). Transformasi Nilai Busana Muslim Oleh Komunitas Fatma Hijabers Tangerang Dalam Pengungkapan Identitas Diri. *Cakrawala* Vol.XVII, No 2, 117.
- Samsul, Muslimin, S., & Jafar, W. (2024). Peluang dan Tantangan Industri Halal Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia. *Al-Azhar : Journal of Islamic Economics*, 6(1), 14–30. <https://doi.org/10.37146/ajie>
- Sarosa, A. P. (2018). 6 Desainer Indonesia Ikut Pameran Busana Muslim Dunia yang Diikuti 53 Negara. Jakarta: Tempo.
- Sudarsono, B. P., Mahroza, J., & D.W., S. (2018). Diplomasi Pertahanan Indonesia Dalam Mencapai Kepentingan Nasional. *Jurnal Pertahanan & Bela Negara*, 8(3), 83–102. <https://doi.org/10.33172/jpbh.v8i3.441>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumiahadi, A., Direk, M., & Acar, R. (2021). Potential agro-industrial commodities for the development of Indonesia-Turkey economic partnership. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 637(1), 1–11. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/637/1/012089>
- Ulva, A. M. (2021). Pelaksanaan Konsep Islam Rahmatan Lil 'Alamin. *Al - Afkar Journal for Islamic Studies*, 460.
- UNESCO. (2010). *Indonesian Angklung*. Intangible Heritage. <https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-angklung-00393>
- Vivanews.com. (2012, Agustus 7). Mimp Indonesia: Kiblat *Fashion* Muslim Dunia. Diambil kembali dari kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>
- Wahyudi, Y., & Sasongko, G. (2021). Perdagangan Bilateral Indonesia-Persatuan Emirat Arab (Pea): Pendekatan Intensitas. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 6(2), 9.
- Wardhania, Z. D., & Burhanuddin, A. (2023). Diplomasi Budaya dan Konservasi Laut di Coral Triangle Untuk Membangun Jembatan Kerjasama Regional. *Ocean Engineering: Jurnal Ilmu Teknik Dan Teknologi Maritim*, 2(4), 135–150. <https://doi.org/10.58192/ocean.v2i4.1560>

- Winartha, I. M. (2006). *Metedologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Yulliana, E. A. (2021). Diplomasi Budaya melalui Nation *Branding* Wonderful Indonesia di Era New Normal Tourism. *Global and Policy Journal of International Relations*, 9(1), 51–62. <https://doi.org/10.33005/jgp.v9i1.2409>
- Zahidi, M. S. (2016). KSCC dan Diplomasi Budaya Korea. *Insignia Journal of International Relations*, 3(01), 44. <https://doi.org/10.20884/1.ins.2016.3.01.467>
- Zakaria, M. S. (2023). Turkish Cultural Diplomacy in Indonesia: A Study on Indonesian Students in Türkiye. *ProceEding Islamic University Of Kalimantan (International Conference On Economic & Management)*, October, 17–18.
- Zulfahmi, & Hassan, R. (2023). Prospek dan Tantangan Perbankan Syariah di Turki dan Indonesia: Studi Komparatif berbasis SWOT. *Mizanuna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 50–64.
<http://jurnal.stainidaeladabi.ac.id/index.php/mizanuna/article/view/44>