

## **Implementasi Diplomasi Pendidikan dan Diplomasi Budaya melalui Program *Indonesian International Student Mobility Awards* (IISMA)**

**Caroline Kristiana**

*Universitas Padjadjaran*

**Ronaldo Benito**

*Universitas Bina Nusantara*

### **Abstract**

*Amidst the rapid influx of technology, the Indonesian government must prepare for the future evolution of culture and job skills. One of the realizations of this preparation is through the implementation of the Merdeka Belajar — Kampus Merdeka (MBKM) policy. This research discusses how educational diplomacy and cultural diplomacy are implemented through the Indonesian International Student Mobility Awards (IISMA), one of the flagship programs of MBKM. Using a descriptive qualitative method based on literature review, in-depth interviews, and observation, the authors describe this phenomenon through the concepts of soft power and public diplomacy. The results of this research indicate that the implementation of IISMA aims to build nation branding and a positive image of Indonesia in the eyes of the world, as well as to accelerate the improvement of education quality in Indonesia and promote cultural diversity. This program is a correct step towards achieving peaceful foreign policy goals and prioritizing human resource investment, although overall results require a long-term process.*

**Keywords:** *cultural diplomacy; educational diplomacy; human capital investment; Indonesian International Student Mobility Awards (IISMA)*

### **Abstrak**

*Di tengah derasny arus masuk teknologi, pemerintah Indonesia harus bersiap dengan adanya evolusi budaya dan keterampilan kerja di masa depan. Salah satu realisasinya adalah dengan menerapkan kebijakan Merdeka Belajar — Kampus Merdeka (MBKM). Penelitian ini membahas bagaimana diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya diimplementasikan melalui Indonesian International Student Mobility Awards (IISMA), salah satu program unggulan MBKM. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan basis studi literatur, wawancara mendalam, dan observasi, penulis meninjau fenomena ini melalui konsep soft power dan diplomasi publik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan IISMA bertujuan untuk membangun nation branding dan citra positif Indonesia di mata dunia, sekaligus untuk akselerasi peningkatan kualitas pendidikan di Indonesia dan mempromosikan keragaman budaya. Program ini menjadi langkah tepat dalam mencapai tujuan kebijakan luar negeri yang damai dan memprioritaskan investasi sumber daya manusia, meskipun hasil secara keseluruhan membutuhkan proses jangka panjang.*

**Kata-kata kunci:** *diplomasi budaya; diplomasi pendidikan; Indonesian International Student Mobility Awards (IISMA); investasi sumber daya manusia*

## Pendahuluan

Pada tahun 2045, Indonesia akan genap mencapai usia seratus tahun kemerdekaan, atau biasa dipahami sebagai masa keemasan. Presiden Joko Widodo telah menginisiasi perencanaan Visi Indonesia 2045: Berdaulat, Maju, Adil, dan Makmur melalui Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) yang secara resmi terbit pada Mei 2019. Pasalnya, ide dasar dari visi ini bermula dari tujuh poin “Impian Indonesia 2015-2085” yang ditulis oleh Presiden Joko Widodo pada 30 Desember 2015 di Merauke. Poin-poin tersebut mengarah pada proses percepatan perwujudan Indonesia yang tangguh di tengah perubahan dunia mendatang, dengan disesuaikan pada tujuan kehidupan berbangsa dan bernegara yang tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Visi Indonesia 2045 ini disusun melalui empat pilar pembangunan, di antaranya: Pembangunan Manusia serta Penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi—yang menjadi salah satu pembahasan dalam tulisan ini; Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan; Pemerataan Pembangunan; dan Pemantapan Ketahanan Nasional dan Tata Kelola Pemerintahan (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2019). Manifestasi Indonesia untuk menjadi negara maju melalui pilar tersebut harus diusahakan oleh seluruh kelompok masyarakat, dan dilanjutkan oleh generasi muda (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2022; Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, 2022).

Tidak hanya sekadar visi belaka, di kalangan pendidikan tinggi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) sudah mulai merealisasikan usaha eskalasi kualitas sumber daya manusia melalui kebijakan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) sejak 2020. Skema kebijakan ini dirancang sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi, utamanya pada pasal 15 dan 18. Lebih lanjut, rancangan kebijakan MBKM diimplementasikan untuk menjawab tantangan ketertinggalan dan ketidaksiapan kualitas keterampilan tenaga kerja di Indonesia. Meningkatnya integrasi dan interaksi dalam ranah globalisasi menimbulkan berbagai tantangan sosial, terutama karena teknologi yang makin maju mengubah keterampilan yang dihargai di pasar tenaga kerja (World Bank, 2019: 23). Apabila masalah ini tidak segera diatasi, akan ada banyak masalah yang membuntuti.

Kehadiran kebijakan MBKM ditargetkan dapat mempersiapkan lulusan perguruan tinggi menjadi relevan dan bermutu untuk menghadapi tantangan globalisasi dan Revolusi Industri 4.0 (Kemendikbudristek, 2021: 12). Memiliki delapan program, *Indonesian International Student Mobility Awards* (IISMA) termasuk dalam salah satu program unggulan.

Dilaksanakan pertama kali pada 2021, IISMA merupakan beasiswa pertukaran pelajar selama satu semester ke perguruan tinggi tingkat dunia yang tersebar pada lima kawasan. Beasiswa ini ditujukan bagi mahasiswa sarjana dan sarjana terapan, serta didanai oleh Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP). Sejalan dengan visi kebijakan MBKM, program IISMA didasarkan untuk mendukung mahasiswa menjadi tenaga kerja yang siap dalam evolusi budaya kerja di masa depan. Tiga poin utama yang menjadi fondasi pelaksanaan IISMA adalah industri 4.0, internasionalisasi, dan pembelajaran yang emansipasi (IISMA, 2022: 5).

Selama jangka waktu empat hingga enam bulan pelaksanaan IISMA di 23 negara, mahasiswa penerima beasiswa—selanjutnya ditulis sebagai *awardees*—berperan sebagai representatif mikro Indonesia di mata dunia. Melalui kegiatan wajib dalam bentuk *challenges* yang diberikan IISMA, seluruh *awardees* dapat menunjukkan kontribusi kembali pada Indonesia. Dalam hal ini, kontribusi tersebut terbagi menjadi dua aspek: *inward looking* dengan melakukan kampanye sosial dan mengolah kembali pembelajaran akademik di universitas tujuan untuk mengedukasi masyarakat luas, khususnya yang berada di dalam negeri; dan *outward looking* dengan mempromosikan budaya, tradisi, kekhasan Indonesia pada sasaran internasional di negara tujuan untuk membangun citra positif terhadap negara (IISMA, 2022b). Peran *awardees* berdampak secara dua arah dan memberikan manfaat pada subjek yang sama, yakni Indonesia, dalam pembangunan *nation branding* pada pihak eksternal dan investasi sumber daya manusia bagi generasi muda dan masyarakat. Selain untuk mewujudkan Indonesia Emas 2045, usaha ini juga dilakukan untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri Indonesia dengan melaksanakan diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya.

Indonesia bukan satu-satunya negara yang menggunakan instrumen diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya sebagai cara mencapai kepentingan nasional. Penggunaan komponen pendidikan dan budaya juga berbicara soal realisasi konsep *soft power* dan diplomasi publik yang berdampak pada jangka panjang. Posisi IISMA bagi Indonesia tidak hanya soal pembentukan citra positif, tapi juga tentang membangun kredibilitas dan reputasi. Dalam konteks kebijakan luar negeri dan hubungan internasional, hubungan pertukaran pendidikan dan budaya merupakan "sisi yang manusiawi" karena memberikan kontribusi dalam bentuk komunikasi, dan memusatkan perhatian pada manusia, ide, nilai, pemahaman, sikap, keterampilan, dan pengetahuan mereka (Bennett, 1965: 762; Yun, 2015: 711). Joseph Nye (2008: 102) menyatakan bahwa dimensi ketiga dari diplomasi publik adalah pengembangan hubungan yang langgeng dengan individu-individu penting selama bertahun-tahun melalui beasiswa, pelatihan pertukaran pelajar, seminar, konferensi, dan akses ke

saluran media. Maka dari itu, IISMA merupakan objek yang tepat untuk menganalisis bagaimana Indonesia mengimplementasikan instrumen diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya.

Kajian mengenai komponen *soft power* dan diplomasi publik dalam kaitannya dengan diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya telah banyak dibahas oleh akademisi Hubungan Internasional. Salah satunya mengambil tema pertukaran pendidikan dan diplomasi budaya pada masa Perang Dingin. Penelitian ini menunjukkan bahwa Amerika Serikat menggunakan dua komponen tersebut untuk memperebutkan pengaruh secara global melawan Uni Soviet, dan semata-mata menjadikannya sebagai kompetisi politik dan propaganda (Bu, 1999). Sementara penelitian-penelitian lainnya cenderung memisahkan komponen pendidikan dan budaya sehingga keduanya berdiri secara mandiri. Namun, penelitian mengenai IISMA dalam konteks diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya belum dibahas. Penelitian-penelitian terdahulu mengenai IISMA baru membahas tahap persiapan seleksi, implementasinya di salah satu universitas dalam negeri, persiapan keberangkatan ke negara tujuan, serta tantangan yang dihadapi dan komunikasi antarbudaya *awardees* selama di negara tujuan. Padahal, pembahasan mengenai implementasi program IISMA sebagai bentuk realisasi dari diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya melalui *awardees* merupakan hal penting. Terutama karena *awardees* berkesempatan menjadi representatif mikro Indonesia di kalangan internasional.

Berangkat dari keresahan tersebut, penulis merasa bahwa harus ada pihak-pihak yang memulai langkah kecil dalam penelitian topik ini. Tentunya, keterlibatan banyak periset dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang lebih memadai. Maka dari itu, tulisan ini akan mengurai analisis tersebut melalui empat bagian: pertama, penjabaran kerangka konsep terkait *soft power*, diplomasi publik, diplomasi pendidikan, dan diplomasi budaya; kedua, penjelasan mengenai urgensi dan teknis pelaksanaan IISMA; ketiga, analisis implementasi IISMA menggunakan instrumen diplomasi pendidikan dan budaya, serta kaitannya dengan investasi sumber daya manusia ditinjau dari perspektif pilar Pembangunan Manusia serta Penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi; keempat, penegasan kembali analisis dan rekomendasi untuk pelaksanaan IISMA angkatan selanjutnya. Meskipun IISMA dijalankan sejak 2021 dan pelaksanaan tahun 2023 sudah berlangsung, tulisan ini akan berfokus tapi tidak terbatas pada penerapan IISMA 2022.

### ***Soft power, diplomasi publik, diplomasi pendidikan, dan diplomasi budaya***

Penggunaan konsep *soft power* dalam kebijakan luar negeri dipopulerkan oleh Joseph Nye, seorang akademisi dalam Hubungan Internasional. Meskipun *soft power* merupakan salah satu sumber pengaruh, konsep ini juga tentang persuasi dan kemampuan untuk memikat (Nye, 2008: 95). Dalam istilah perilaku, *soft power* adalah kekuatan yang menarik; sementara dalam hal sumber daya, sumber *soft power* adalah aset yang melahirkan daya tarik. Perbedaan *soft power* dilihat dari dua sudut pandang itu penting demi memahami hubungan *soft power* dan diplomasi publik.

Lebih lanjut, diplomasi publik adalah instrumen yang digunakan pemerintah untuk memobilisasi sumber daya untuk berkomunikasi dan menarik publik negara lain, bukan hanya pemerintahnya (Nye, 2008: 95). Pada dasarnya, *soft power* suatu negara bertumpu pada tiga sumber daya: budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri (Nye, 2008: 96). Hal ini dilakukan demi membawa pemahaman tentang gagasan, cita-cita bangsa, budaya, serta tujuan nasional dan kebijakan-kebijakan saat itu. Negara-negara dengan banyak saluran untuk berkomunikasi dengan publik di luar perbatasan adalah yang paling mungkin untuk membangun *soft power* (Nye, 2005: 16). Diplomasi publik mencoba untuk menarik perhatian pada sumber daya potensial ini melalui penyiaran, subsidi ekspor budaya, mengatur pertukaran, dan sebagainya. Maka dalam hal ini, diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya masuk ke dalam bagian diplomasi publik itu sendiri. Diplomasi pendidikan dan budaya diperkirakan akan menumbuhkan minat, rasa hormat, pemahaman, dan kepercayaan yang lebih besar di antara kedua belah pihak (Soesilowati, 2015: 298).

Seringkali diplomasi melalui pendidikan dan budaya hanya dinilai sebagai alat propaganda dan malah mengurangi efek dari diplomasi publik yang dijalankan. Khususnya dalam sejarah persaingan memperebutkan pengaruh yang dilakukan oleh Amerika Serikat dan Uni Soviet menggunakan *soft power*—mengingat penggunaan *hard power* hanya menimbulkan kekhawatiran akan destruksi total (Bu, 1999: 415). Oleh karena itu, merupakan sebuah tantangan bagi Indonesia untuk memproyeksikan dua instrumen ini sebagai sarana menarik perhatian publik yang 'alami'.

Menyampaikan informasi dan menjual citra positif adalah bagian dari diplomasi publik, termasuk melibatkan pembangunan hubungan jangka panjang yang menciptakan lingkungan yang mendukung kebijakan pemerintah (Nye, 2008: 101). Nyatanya, diplomasi publik yang baru mulai bergeser dari penggunaan propaganda dan pencitraan negara, dan beralih ke gagasan interaksi budaya (Brown, Morgan dan Mcgrath, 2009: 74). Diplomasi publik mengacu pada inisiatif pemerintah untuk membujuk segmen tertentu dari komunitas internasional untuk menerima atau

menoleransi tujuan strategis pemerintah (Widiastutie dan Pradhanawati, 2022: 186). Dalam tulisan ini, konsep pendidikan dan budaya digunakan secara bersama dan bersifat saling melengkapi.

#### *Diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya*

Diplomasi yakni metode diskusi dan komunikasi antarnegara yang digunakan untuk menyelesaikan perselisihan secara damai, yang berfungsi sebagai alat kebijakan luar negeri (Heywood, 2011: 7). Perlu ditekankan bahwa diplomasi era baru telah terbuka dengan melibatkan *non-state actors*, walau pada teknisnya tetap mewakili negara tertentu. Lebih lagi, diplomasi masa kini tidak selalu berbicara soal penyelesaian konflik, tapi juga sebagai media mempererat hubungan. Dalam tulisan ini, media tersebut dituangkan dalam komponen pendidikan dan budaya.

Lima jenis tindakan yang berkaitan dengan diplomasi publik adalah mendengarkan, advokasi, penyiaran internasional, diplomasi budaya, dan pertukaran internasional—di mana yang ditekankan adalah pertukaran pendidikan dan budaya (Cull, 2008). Di dunia modern, paparan budaya, politik, dan sosial terhadap negara tuan rumah dicapai melalui pertukaran internasional pada umumnya dan pertukaran pendidikan pada khususnya (Metzgar, 2016: 226). Diplomasi relasional, atau diplomasi antar masyarakat, di mana pertukaran pendidikan merupakan komponen di bawah kategori ini, dilakukan untuk jangka panjang (Golan, 2013).

Pendidikan tinggi internasional diupayakan sebagai pengalaman mobilitas mahasiswa yang berpotensi menguntungkan dan menumbuhkan hubungan intelektual, komersial, dan sosial yang dapat meningkatkan reputasi suatu negara dan meningkatkan kapasitasnya untuk berpartisipasi dan berdampak pada hasil regional atau global (Byrne dan Hall, 2013: 419). Mayoritas mahasiswa ini akan kembali ke posisi kepemimpinan yang bertanggung jawab di negara asalnya, dan diyakini bahwa kesan mereka terhadap negara tujuan lebih penting daripada informasi teknis dan keterampilan yang mereka pelajari di sana (Bu, 1999: 398).

Selain itu, komunikasi tatap muka—pertukaran pendidikan dan budaya secara fisik—masih menjadi jenis hubungan yang paling sukses. Untuk memperlanggeng, komunikasi ini dapat ditambah dan diperkuat dengan komunikasi *online*. Sebagai contoh, kombinasi keduanya dapat mengembangkan jaringan virtual dan nyata dari kaum muda yang tertarik untuk menemukan budaya satu sama lain. Salah satu studi kasus dibuktikan dari Amerika Serikat yang mengambil contoh dari Jepang dan membayar orang asing muda untuk menghabiskan waktu satu tahun mengajar bahasa dan budaya asli mereka di kelas-kelas. Lulusan dari program-program ini kemudian dapat membentuk asosiasi alumni secara *online* dan tetap berhubungan setelah kembali ke negara masing-masing (Nye, 2008: 104).

Meskipun bergerak dalam bidang pendidikan dan budaya, pada dasarnya konsep diplomasi dalam dua bidang ini tidak akan bisa terpisah dari unsur politik. Pertukaran yang disponsori oleh negara, termasuk yang dilakukan di kampus-kampus, dianggap sebagai upaya politik yang inheren, dan biarpun terlihat apolitis, hal ini tidak bisa dilepaskan dari konteks politik yang lebih besar dari hubungan internasional (Scott-Smith, 2008: 50). Inisiatif untuk studi di luar negeri memiliki berbagai tujuan, termasuk yang terkait dengan keamanan nasional dan kebijakan publik, bukan hanya tentang pemenuhan pribadi (Snow, 2012).

Selanjutnya, diplomasi budaya merupakan alternatif yang bermanfaat untuk mencapai tujuan-tujuan kebijakan negara sebab dapat digunakan dalam situasi apapun: konflik, damai, krisis, atau perang (Jamaan dan Yuza, 2016: 2). Tujuan diplomasi budaya adalah meningkatkan pengakuan, kesadaran akan kekayaan budaya, dan reputasi Indonesia di forum dan masyarakat internasional, serta secara global menumbuhkan pengarusutamaan budaya Indonesia dan kerja sama dengan negara lain di bidang budaya (Direktorat Jenderal Kebudayaan, 2019). Sedangkan, budaya merupakan cara hidup sekelompok masyarakat yang khas dan berkembang, serta diturunkan dari generasi ke generasi. Budaya dalam konteks tulisan ini merujuk pada hal tradisional dan khas—seperti makanan dan seni, serta menunjukkan keragaman kearifan lokal di Indonesia.

Interaksi pertukaran budaya yang cepat saat ini dapat memiliki konsekuensi yang sangat besar baik secara lateral maupun vertikal. Hal ini membuat diplomasi budaya secara langsung mempengaruhi jenis diplomasi publik yang lebih konvensional. Diplomasi budaya adalah tindakan menyajikan budaya yang layak kepada audiens dalam upaya untuk melibatkan mereka pada suatu gagasan karena penekanannya bergeser dari mendengarkan dan lebih ke arah promosi perspektif tertentu. Alih-alih berfokus pada interaksi antara pemerintah dengan pemerintah, diplomasi budaya seringkali menekankan pada hubungan antara pemerintah dengan masyarakat dan, yang terpenting, hubungan antara masyarakat dengan masyarakat (Bernadette, Septiana dan Kusumawardhana, 2022).

Pengalaman awal yang baik dapat memberikan hasil yang besar dalam jangka panjang, dan seiring berjalannya waktu, akan terlihat seberapa baik pengalaman pertukaran telah mempengaruhi para pihak terlibat. Pertukaran adalah metode terbaik dan disukai untuk membangun dan mempertahankan koneksi, meskipun mungkin bukan media yang paling efisien (Zaharna, 2010: 147).

### **Meninjau IISMA dalam data**

Kebijakan MBKM memberikan pilihan kepada mahasiswa untuk menempuh pendidikan di luar program studi dan/atau di luar perguruan

tinggi selama 1—setara dengan 20 SKS—sampai dengan 2 semester—setara dengan 40 SKS (Wulandari *et al.*, 2021). Minat dan bakat mahasiswa seringkali terabaikan karena pembelajaran dikemas secara umum dalam susunan mata kuliah yang ditetapkan karena prosedur penetapan bahan kajian, beban belajar, dan mata kuliah bersifat wajib dari Penyelenggara Program Studi (PPS). Belum lagi, penggunaan *internet of things* di industri 4.0 akan membutuhkan jenis pekerjaan baru. Terdapat kebutuhan yang sangat besar akan kompetensi lulusan, tapi proses pembelajaran yang diperlukan bagi lulusan untuk memasuki masyarakat informasi yang pandai menggunakan sistem siber-fisik—4.0 dan 5.0 *society*—belum dapat bergerak secepat yang seharusnya. Oleh karena itu, melalui kebijakan MBKM, lahirlah beberapa program untuk menunjang permasalahan ini, yakni: pertukaran pelajar, magang/praktik kerja, asistensi mengajar di satuan pendidikan, penelitian/riset, proyek kemanusiaan, kegiatan wirausaha, studi/proyek independen, dan membangun desa/kuliah kerja nyata tematik (Kemendikbudristek, 2021).

IISMA sebagai program beasiswa pertukaran pelajar ke luar negeri selama satu semester bertujuan untuk mengkoordinasikan pertukaran pengetahuan untuk mengatasi kesenjangan pendidikan universitas dalam negeri dengan universitas negara lain. Skema beasiswa dari Kemendikbudristek ini ditujukan pada mahasiswa sarjana dan vokasi—IISMAVO, tapi tulisan ini hanya akan fokus pada subjek IISMA. Tiga poin utama yang menjadi fondasi pelaksanaan IISMA adalah industri 4.0—dengan adanya otomatisasi, akan ada lebih banyak pekerjaan hilang daripada jumlah pekerja; internasionalisasi—dengan menekankan pada konsep pembelajaran di dalam maupun di luar kelas, seperti budaya dan adat istiadat negara tujuan; dan pembelajaran yang emansipasi—universitas dalam negeri didukung oleh program-program multidisiplin dari universitas-universitas mitra internasional. Adapun kompetensi yang diharapkan sebagai *output* dari program ini adalah: *sense-making, novel and adaptive thinking, social intelligence, transdisciplinarity, new media literacy, computational thinking, cognitive load management, cross cultural competency, design mindset*, dan *virtual collaboration* (IISMA, 2022).

Beasiswa ini mencakup pembiayaan untuk uang pendaftaran dan Sumbangan Pengembangan Pendidikan (SPP); tiket pesawat pulang-pergi domestik dan internasional; biaya hidup bulanan sesuai pedoman Kemendikbudristek; asuransi kesehatan; tes PCR apabila dibutuhkan; penerbitan visa negara tujuan; bantuan keadaan darurat mahasiswa secara kolektif (IISMA, 2021: 13). Melihat dari segi manfaat seperti peringkat universitas tujuan dan biaya yang ditanggung, mahasiswa Indonesia tidak akan menya-nyaiakan peluang.

IISMA sejak awal merupakan *merit-based scholarship* dengan tingkat kompetisi cukup tinggi, dengan penilaian utama berbasis pada performa pendaftar. Seleksi calon *awardees* disesuaikan dengan standar IISMA, dilakukan dengan penjarangan beberapa tahap. Diperlukan rekomendasi dari universitas asal, IPK minimal 3.0 dari 4.0, sertifikasi bahasa Inggris resmi dengan minimal nilai tertentu, esai, dan *interview*, serta berbagai dokumen pendukung lainnya. Untuk memastikan bahwa beasiswa ini lebih inklusif, terdapat syarat bahwa pendaftar tidak pernah mengikuti kegiatan mobilitas internasional secara fisik termasuk *Summer/Winter Program*, *Internship*, *Exchange*, *Credit Mobility*, *Sit-in*, *Dual/Double Degree* selama berkuliah. Mengingat bahwa program beasiswa ini bukan *need-based scholarship*, tidak dibutuhkan surat keterangan tidak mampu dan berkas serupa lainnya. Program IISMA menilai pendaftar berdasarkan kualitas, performa, dan kesesuaian persona, tanpa melihat kemampuan finansial. Biasanya, universitas asal akan memberikan bantuan dana bagi para mahasiswa pendaftar yang memiliki keterbatasan biaya—menyesuaikan dengan kebijakan masing-masing universitas asal. IISMA tidak ada kaitannya dengan *privilege*, seleksi yang dilakukan tetap *fair* sesuai kualitas pendaftar (wawancara dengan narasumber, 2023).

Pada tahun pertama pelaksanaan IISMA, yaitu 2021, jumlah pendaftar sebanyak 2.551 peserta dengan jumlah *awardees* yang lolos seleksi sebanyak 970, jumlah keketatan mencapai angka 38% (Kasih, 2021). Sedangkan pada IISMA 2022, jumlah pendaftar sebanyak 7.501 peserta dengan jumlah *awardees* yang lolos seleksi sebanyak 1.155, jumlah keketatan mencapai angka 15,39%. Pada 2022, terdapat IISMA jalur vokasi (IISMAVO) dengan jumlah pendaftar sebanyak 1.209 peserta dengan jumlah *awardees* yang lolos seleksi sebanyak 409, jumlah keketatan mencapai angka 33,82% (Kemendikbudristek, 2022). Pada IISMA 2023, jumlah pendaftar sebanyak 10.496 peserta dengan jumlah *awardees* yang lolos seleksi sebanyak 1.132, jumlah keketatan mencapai angka 10,78%. Pada IISMAVO 2023, jumlah pendaftar sebanyak 2.208 peserta dengan jumlah *awardees* yang lolos seleksi sebanyak 560, jumlah keketatan mencapai angka 25,36% (Ernis, 2023; Kemendikbudristek, 2023). Berdasarkan data dari pendaftar yang lolos ke seleksi wawancara IISMA dan IISMAVO 2023, tingkat pemerataan dari 38 provinsi di Indonesia mencapai 76,31%. Dalam data ini, Jawa Barat memegang provinsi tertinggi sejumlah 1.649 mahasiswa lolos seleksi wawancara (IISMA, 2023). Sementara provinsi yang tidak memiliki perwakilan mahasiswa yang lolos seleksi wawancara IISMA dan IISMAVO 2023 adalah Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara, Gorontalo, Sulawesi Tenggara, Maluku Utara, Papua Tengah, Papua Pegunungan, Papua Selatan, dan Papua Barat Daya.

Pada tahun 2023, menyusul delapan minggu setelah pengumuman *awardees*, IISMA mengeluarkan kebijakan baru yaitu IISMA Co-Funding 2023. Perbedaan signifikan terdapat pada pendanaan yang dilakukan secara parsial, di mana IISMA hanya menanggung biaya pendaftaran ke universitas tujuan, biaya pendidikan di universitas tujuan, dana transportasi internasional, dan dana keadaan darurat. Berdasarkan wawancara dengan narasumber,

Program IISMA Co-Funding adalah program baru yang murni diadakan sebagai respons terhadap permintaan banyak orang yang ingin berpartisipasi, tetapi tidak memiliki cukup dana. Dikarenakan anggaran pemerintah juga terbatas, program ini memberikan kesempatan bagi mereka yang ingin pergi dengan harapan dapat mengurangi beban biaya kuliah. Program ini ditujukan bagi mereka yang mampu secara finansial, tetapi mencari peluang tambahan yang mungkin sebelumnya belum berhasil di IISMA. Dengan demikian, mereka yang tertarik dapat mengikuti program ini. Tentang pembiayaan yang cukup besar, pendaftar dapat mencari beasiswa tambahan dari pihak lain sebagai alternatif (wawancara dengan narasumber, 2023).

*Awardees* dari program IISMA Co-Funding juga memiliki kewajiban dan tanggung jawab yang sama dengan program IISMA.

Selama berada di negara tujuan masing-masing, IISMA memberikan kegiatan yang wajib dilaksanakan oleh *awardees* dalam bentuk *challenges*. Pelaksanaan kegiatan ini selain bertujuan untuk meningkatkan kualitas *awardees*, juga sebagai kontribusi kembali pada Indonesia. Kegiatan ini menjadi komponen yang dianalisis oleh penulis dalam kaitannya dengan diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya. Berikut adalah detail teknis *challenges* IISMA 2022 (Tabel 1.).

**Tabel 1. Detail teknis *challenges* IISMA 2022**

| No. | Judul <i>Challenges</i> | Penjelasan   | Jenis Diplomasi |
|-----|-------------------------|--|-----------------|
| 1.  | Kampanye sosial         | Tujuan dari aksi ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat luas akan masalah-masalah global. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mengedukasi dan kampanye terkait Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau <i>Sustainable Development Goals</i> (SDGs) dengan menggunakan media sosial. | Pendidikan      |

|    |                                    |  |            |
|----|------------------------------------|--|------------|
| 2. | <i>Tales From Around The World</i> | Tantangan ini berfokus pada persebaran informasi akademik dan non-akademik mengenai pengetahuan, pengalaman, dan cerita para mahasiswa Indonesia dari masing-masing kawasan selama menempuh pendidikan di luar negeri. Kegiatan ini disajikan dengan <i>talkshow</i> atau webinar.   | Pendidikan |
| 3. | <i>Good Day From Indonesia</i>     | Melalui tantangan ini, <i>awardees</i> mempromosikan budaya Indonesia dengan memberikan kartu pos atau cenderamata kepada individu-individu penting dan berkesan di negara tujuan, memotret pengalaman mereka, dan membagikannya di media sosial.  | Budaya     |
| 4. | Penulisan Artikel                  | Tantangan ini merupakan bentuk dukungan <i>awardees</i> kepada akses gratis terhadap pengetahuan dan mendorong berbagi pengalaman dengan menyebarkan informasi yang akurat kepada semua orang. Tulisan ini mencakup pengalaman pribadi selama mengikuti IISMA, tulisan untuk bagian "Op-Ed" dalam publikasi, dan penggunaan studi perbandingan dan/atau studi kasus berdasarkan kejadian di dunia nyata selama di negara tujuan. | Pendidikan |
| 5. | IISMA Course Series                | Tantangan ini mendorong <i>awardees</i> untuk mengedukasi orang lain, khususnya mahasiswa Indonesia, tentang ilmu atau mata kuliah yang telah mereka pelajari selama kuliah di universitas tujuan. Produk hasilnya adalah sebuah video pendek yang dipublikasikan di kanal YouTube.  | Pendidikan |
| 6. | BATIK Challenge                    | Melalui tantangan ini, <i>awardees</i> memberikan dampak positif di negara tujuan sekaligus meningkatkan persepsi internasional tentang budaya Indonesia. Tantangan ini dilakukan dengan kegiatan amal, sukarelawan, atau kegiatan lain yang berhubungan dengan pelayanan dengan mengenakan pakaian batik. Dengan tantangan ini, lebih banyak orang di seluruh dunia yang sadar akan   | Budaya     |

|    |   |   |        |
|----|---|---|--------|
|    |   | budaya Indonesia, khususnya batik dan kain tenun tradisional.   |        |
| 7. | HEROES 1: <i>Unity in Diversity</i> dan HEROES 2: <i>Modern Heroism</i> | Kegiatan ini dijadikan sarana untuk memperkenalkan dan memajukan budaya Indonesia, yang dirayakan bersamaan dengan Hari Kemerdekaan dan Hari Pahlawan. Tantangan ini dapat meningkatkan kesadaran akan budaya Indonesia, nilai-nilai, dan semangat perjuangan kemerdekaan Indonesia di kalangan masyarakat global di negara tujuan. | Budaya |

Sumber: Buku Panduan *Challenges* IISMA Jalur Sarjana 2022 (IISMA, 2022b)

Berdasarkan *challenges* yang dilakukan *awardees* sebagai representatif mikro Indonesia di mata dunia tersebut, diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya melalui IISMA dapat dianalisis.

### **Implementasi diplomasi pendidikan, diplomasi budaya, dan investasi sumber daya manusia melalui IISMA**

Berdasarkan tujuan-tujuan yang telah dipaparkan sebelumnya, tentunya mengalokasikan mahasiswa sebagai *awardees* dari beasiswa IISMA adalah hal yang tepat. Diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya diharapkan dapat memberikan dampak langsung terhadap internasionalisasi pendidikan, sehingga Indonesia dapat mengejar ketertinggalan dalam bidang akademis dan menjadi negara yang dapat melakukan kegiatan penelitian dan pendidikan yang setara dengan lembaga-lembaga pendidikan ternama di luar negeri (Soesilowati, 2015: 298). Mengukur keberhasilan dari *soft power* ini juga bukan hal yang mudah, mengingat sifatnya yang tidak berwujud, melibatkan masyarakat luas, dan memang ditargetkan sebagai program jangka panjang. Seperti yang telah dijelaskan oleh para narasumber penelitian ini,

*[The] IISMA is [a] commendable scholarship program [that] holds great potential as [an] investment for future generations. By providing opportunities for university students, IISMA contributes significantly to the development of [a] thriving Indonesia. Achieving results and gaining recognition requires sustained effort and dedication over many years. It is not [a] matter of putting in [a] few days or weeks of work and immediately seeing the impacts. In our [host university] case, for instance, it took more than a decade to elevate our university ranking to below 150 after attaining the research university status from [the] Ministry of Education. The journey to recognition was not easy; it demanded significant investment, sacrifices,*

*and unwavering commitment. Merely relying on financial resources without putting in the necessary effort will not yield positive outcomes. IISMA or any exchange programs all over the world are part of the form of sacrifices and efforts. The program at hand necessitates time, with impacts becoming apparent through the implementation of various initiatives. For example, organizing conferences and inviting esteemed individuals from European countries can foster collaboration and support, as they are more inclined to engage with well-established institutions, rather than starting institutions. These outcomes are [the] result of substantial investment, sacrifices, and persistent efforts. Success [is] contingent on diligent endeavor; it is not easily attained (wawancara dengan narasumber, 2023).*

Maka dari itu, keputusan Kemendikbudristek menjadi langkah kecil yang apabila diteruskan akan makin memupuk keuntungan di masa depan. Tentu saja, dalam kaitannya untuk memajukan bangsa Indonesia, tidak bisa hanya melalui IISMA. Namun, IISMA dapat dianggap sebagai salah satu elemen pembuka yang patut diperhitungkan dampaknya. Perlu diketahui, bahwa PTLN bisa menjadi universitas mitra hanya apabila dihubungi lebih dahulu oleh pihak IISMA, dan penentuan ini didasarkan pada peringkat universitas mitra IISMA 2022 yang memberikan *awardees* pengalaman kuliah di kampus top dunia (Tabel 2.).

**Tabel 2. Peringkat universitas mitra tujuan IISMA 2022**

| No. | Wilayah | Negara    | Universitas Tujuan                                   | QS World Ranking |
|-----|---------|-----------|--|------------------|
| 1.  | Asia    | Malaysia  | Universiti Teknologi Malaysia                        | 203              |
| 2.  |         |           | Universiti Malaya                                    | 70               |
| 3.  |         |           | Universiti Kebangsaan Malaysia                       | 129              |
| 4.  |         |           | Universiti Sains Malaysia                            | 143              |
| 5.  |         | Turki     | Middle East Technical University                     | 501-510          |
| 6.  |         | Thailand  | Chulalongkorn University                             | 224              |
| 7.  |         | Singapura | Nanyang Technological University                     | 19               |
| 8.  |         | Taiwan    | National Taiwan University                           | 77               |
| 9.  |         |           | National Taiwan University of Science And Technology | 327              |
| 10. |         |           | Prince of Songkla University Taiwan Tech             | 801-1000         |
| 11. |         | Korea     | Korea University                                     | 74               |
| 12. |         | Selatan   | Hanyang University                                   | 157              |

|     |                                    |                   |  |          |
|-----|------------------------------------|-------------------|--|----------|
|     |                                    |                   |  |          |
| 13. |                                    | Brunei Darussalam | Universiti Brunei Darussalam             | 256      |
| 14. | Amerika dan Kanada                 | Amerika Serikat   | Boston University                        | 108      |
| 15. |                                    |                   | Arizona State University                 | 219      |
| 16. |                                    |                   | Michigan State University                | 159      |
| 17. |                                    |                   | Pennsylvania State University            | 93       |
| 18. |                                    |                   | University of Pennsylvania               | 13       |
| 19. |                                    |                   | University of California (UC Davis)      | 102      |
| 20. |                                    | Chili             | Universidad Católica de Chile (UC Chile) | 121      |
| 21. |                                    | Kanada            | The University of British Columbia (UBC) | 47       |
| 22. |                                    |                   | University of Waterloo                   | 154      |
| 23. |                                    |                   | Western University                       | 172      |
| 24. | Australia                          | Australia         | The University of Sydney                 | 41       |
| 25. |                                    |                   | The University of Melbourne              | 33       |
| 26. |                                    |                   | Monash University                        | 57       |
| 27. |                                    |                   | Australia National University            | 30       |
| 28. |                                    |                   | The University of Adelaide               | 109      |
| 29. |                                    |                   | The University of Queensland             | 50       |
| 30. | Eropa                              | Hungaria          | University of Szeged                     | 551-560  |
| 31. |                                    |                   | University of Pécs                       | 701-750  |
| 32. |                                    | Estonia           | Tartu University                         | 296      |
| 33. |                                    | Polandia          | University of Warsaw                     | 284      |
| 34. |                                    | Kroatia           | University of Zagreb                     | 801-1000 |
| 35. |                                    | Lituani           | Vytautas Magnus University               | 801-1000 |
| 36. |                                    | Jerman            | Humboldt University of Berlin            | 131      |
| 37. |                                    | Belgia            | KU Leuven                                | 76       |
| 38. |                                    | Belanda           | Leiden University                        | 131      |
| 39. |                                    |                   | Maastricht University                    | 278      |
| 40. |                                    |                   | Radboud University                       | 232      |
| 41. |                                    |                   | University of Groningen                  | 145      |
| 42. |                                    |                   | Vrije Universiteit Amsterdam             | 214      |
| 43. |                                    |                   | University of Twente                     | 212      |
| 44. |                                    | Spanyol           | Universidad Autónoma De Madrid           | 215      |
| 45. | Universitat Pompeu Fabra Barcelona |                   | 233                                      |          |

|     |                                 |                 |                                 |                           |     |
|-----|---------------------------------|-----------------|---------------------------------|---------------------------|-----|
| 46. |                                 |                 | University of Granada           | 494                       |     |
| 47. |                                 | Italia          | University of Padua             | 243                       |     |
| 48. |                                 |                 | University of Pisa              | 404                       |     |
| 49. |                                 |                 | Sapienza Università Di Roma     | 171                       |     |
| 50. | Inggris<br>Raya dan<br>Irlandia | Inggris<br>Raya | University of Liverpool         | 190                       |     |
| 51. |                                 |                 | Lancaster University            | 146                       |     |
| 52. |                                 |                 | Newcastle University            | 122                       |     |
| 53. |                                 |                 | University of Birmingham        | 91                        |     |
| 54. |                                 |                 | The University of Edinburgh     | 15                        |     |
| 55. |                                 |                 | University of Exeter            | 163                       |     |
| 56. |                                 |                 | University of Glasgow           | 81                        |     |
| 57. |                                 |                 | University of Leeds             | 86                        |     |
| 58. |                                 |                 | University of Leicester         | 279                       |     |
| 59. |                                 |                 | University of Sussex            | 240                       |     |
| 60. |                                 |                 | The University of Warwick       | 64                        |     |
| 61. |                                 |                 | University of York              | 162                       |     |
| 62. |                                 |                 | University College London       | 8                         |     |
| 63. |                                 |                 | Queen Mary University of London | 125                       |     |
| 64. |                                 |                 | Irlandia                        | University College Cork   | 303 |
| 65. |                                 |                 |                                 | University College Dublin | 181 |
| 66. |                                 |                 |                                 | University of Galway      | 270 |

Sumber: Situs Web QS World Ranking (Top Universities, 2022)

Dalam cara berpikir *soft power*, IISMA dapat dilihat sebagai kekuatan yang menarik dari segi perilaku. Sedangkan dalam hal sumber daya, budaya Indonesia dan *awardees* menjadi aset yang melahirkan daya tarik tersebut. Hal ini disebabkan oleh seluruh komponen IISMA yang unik dan sinergis. Keragaman budaya Indonesia tanpa agen yang mempromosikan akan menjadi tertutup dan hanya bisa dinikmati oleh masyarakat sendiri. Namun, dengan adanya program IISMA, *awardees* sebagai representatif mikro yang mewakili Indonesia di panggung internasional akan menyebarkan semangat diversitas budaya. Kehadiran *awardees* tidak hanya sebagai aktor yang mempromosikan budaya, tapi juga menjadi aset masa depan bagi negara dengan ilmu yang mereka bawa. Pelaksanaan IISMA menjadi sesuatu yang alami dan menguntungkan apabila dilihat dari dua aspek, *inward looking* dan *outward looking*.

Apabila ditilik lebih lanjut, *awardees* tidak dilepas begitu saja oleh IISMA. Selain dengan proses seleksi yang panjang dan ketat, *awardees* juga dibentuk melalui *Pre-Departure Series*—atau rangkaian persiapan keberangkatan, di mana *awardees* diberikan materi pembekalan kebangsaan dan kebhinekaan serta pembekalan kesenian dan kebudayaan. Hal ini sangat

penting untuk menjaga kualitas dan memberikan jaminan bahwa *awardees* dapat menampilkan citra terbaik dari Indonesia. Selain itu, hal ini menjadi upaya agar tujuan *soft power* tersebut bisa berhasil. Apabila *awardees* gagal dalam pelaksanaannya, bukan tidak mungkin masyarakat internasional justru gagal menangkap maksud dari diplomasi publik tersebut dan menjadi skeptis terhadap Indonesia. Akibatnya, reputasi dan kredibilitas Indonesia pun akan dipertanyakan. Faktanya, menjadikan *awardees* sebagai aktor dalam hubungan internasional juga berarti membagi pekerjaan, tanggung jawab, dan risiko para diplomat kepada mereka. Salah satu komponen citra yang dibangun *awardees* turut diapresiasi oleh universitas mitra karena *awardees* dinilai memiliki perilaku, kemampuan interpersonal, dan kemampuan akademis yang luar biasa (Kemdikbudristek, 2022).

Lebih lanjut, pengalaman *awardees* membentuk penilaian mereka secara keseluruhan terhadap negara dan universitas tujuan, dibandingkan dengan materi teknis yang mereka pelajari. Kesan tersebut tentunya menjadi reputasi yang hendak dipertahankan negara universitas mitra IISMA agar *awardees* yang kembali ke Indonesia dapat turut mempromosikan negara dan universitas tujuan. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan dalam interaksi ini tidak muncul dari pihak Indonesia saja, tapi juga dari negara mitra. Selain itu, universitas mitra juga membutuhkan kehadiran dari mahasiswa internasional untuk memperkaya pengalaman mahasiswa lokal itu sendiri. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh narasumber,

*We provide our international students with valuable exposure through our Cultural Corner platform, which serves as a means to connect them with locals. With students from over 50 countries, our international community is diverse and extensive. We also aim to offer our local students the opportunity to experience something greater and broaden their perspectives. Blended with this approach [is] our platform for local students, known as "Internationalization at Home" agenda. Through engaging in cultural events like BHINNEKA [salah satu nama acara dari challenge HEROES] and BATIK, local students can witness performances and learn about different cultures. Integrating the IISMA program with our existing initiatives creates [an] intriguing platform for local students to interact with international students, further supporting our agenda of internationalization at home (wawancara dengan narasumber, 2023).*

Oleh karena itu, kerja sama bisa terjalin dengan baik karena ada kebutuhan yang sama. Bentuk koordinasi yang berjalan dengan hambatan minimum akan membuka kesempatan bagi negara mitra untuk menumbuhkan minat dan rasa hormat pada Indonesia dan melanjutkan kerja sama ke proyek yang lebih besar.

Asumsi bahwa diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya hanyalah sekadar propaganda harus diupayakan berkurang. Jika masyarakat global berpikir bahwa IISMA hanya salah satu bentuk propaganda, tentunya Indonesia akan kehilangan simpati dan pembentukan *nation branding* yang positif akan makin sulit dicapai. Maka dari itu, tiga dimensi yang disebutkan Joseph Nye (Nye, 2008: 101) yaitu komunikasi harian, komunikasi strategis, pengembangan hubungan yang langgeng dengan individu-individu penting harus senantiasa diperhatikan. Di tengah persebaran informasi melalui internet yang padat, IISMA juga berusaha melakukan internasionalisasi dengan terus mempublikasikan kegiatan ini melalui kanal luar negeri seperti media pendidikan atau *think tank* tingkat atas, surat kabar internasional bagian pendidikan, dan jurnal atau konferensi internasional. Upaya komunikasi harian ini turut dilanggengkan melalui interaksi harian *awardees* dengan masyarakat global di negara tujuan, seperti di dalam kelas maupun klub yang diikuti. Sementara untuk komunikasi strategis, *awardees* melaksanakannya melalui *challenges* yang dilakukan seperti HEROES dan BATIK di mana kampanye promosi budaya Indonesia dijalankan. Terakhir, pengembangan hubungan yang langgeng melalui beasiswa, pertukaran, dan pelatihan pada dasarnya adalah esensi dari IISMA itu sendiri.

Di tiap media, baik melalui sosial media ataupun situs web, IISMA selalu menggunakan bahasa yang positif dan berhati-hati. Hal ini dilakukan untuk melengkapi citra positif yang dibangun, sekaligus dalam upaya untuk melawan perspektif negatif terhadap Indonesia di panggung internasional. Pasalnya, Indonesia memang tengah menjadi sorotan dalam beberapa kasus, seperti kebijakan larangan ekspor nikel ke luar negeri; batalnya Indonesia menjadi tuan rumah Piala Dunia; dan konflik internal di Papua. Kendati dinilai sebagai bagian dari politik dari aspek pendanaan, hal ini justru memang dibutuhkan agar program IISMA bisa terlaksana dan kontribusi kepada negara bisa difokuskan. Tidak hanya melalui laman resmi IISMA, inisiatif ini turut didukung oleh *awardees*. Seperti yang disampaikan salah satu narasumber, “You [merujuk kepada *awardees*] have done [an] excellent job, and the government deserves praise too. All of my Chinese friends are aware of IISMA. Your Instagram account[s], where you share videos and posts about IISMA, has garnered significant attention from international students” (wawancara dengan narasumber, 2023).

Hubungan jangka panjang yang dimaksud dalam tulisan ini juga merujuk pada komunikasi *online* yang terjalin antara *awardees* dengan mahasiswa lokal dan internasional di universitas tujuan. IISMA menjadi jalan pembuka bagi *awardees* untuk melanjutkan penelitian dan riset mereka terkait universitas tujuan masing-masing, dengan bantuan komunitas yang sudah terbentuk. Komunikasi yang masih terjalin secara alami juga menjadi

katalisator bagi kredibilitas Indonesia. Mengingat bahwa IISMA juga terhubung pada keamanan nasional dan kebijakan publik, ini menandakan bahwa *awardees* memiliki moral tanggungjawab sebagai representatif mikro dan wajib berkontribusi kembali pada Indonesia. Hal ini dituangkan melalui *challenges* yang telah dijabarkan pada sub-bab sebelumnya.

Pada bagian diplomasi pendidikan, adalah kampanye sosial yang dilakukan *awardees* untuk mempromosikan penerapan 17 poin *Sustainable Development Goals* (SDGs) dalam kehidupan sehari-hari. Kampanye ini dilakukan secara berkelompok dan bekerja sama dengan komunitas, organisasi non-pemerintah, atau usaha mikro kecil menengah yang relevan dengan topik yang dibawa. Hasil dari kampanye berupa poster, infografis, atau video yang disebarakan melalui sosial media masing-masing *awardees* dan memiliki target *impression* di Instagram sebanyak 1.300 akun. Kampanye yang dilakukan secara masif ini berhasil menimbulkan rasa ketertarikan dan keingintahuan dari publik.

Kedua, terdapat kegiatan dengan judul utama "*Tales From Around The World*" yang dilakukan tiap kawasan secara kolektif dengan mengadakan *talkshow* daring. Pemaparan materi terkait pengalaman akademik dan non-akademik menjadi pembahasan utama dengan sasaran peserta adalah mahasiswa di Indonesia dan masyarakat umum. Acara ini sukses dihadiri banyak partisipan, direkam, dan dipublikasikan melalui YouTube hingga dapat ditonton ulang. Unggahan "*A Glimpse of Europe*" mendapat 494 tayangan ulang, "*Finding Equilibrium between Academic and Non-Academic Life*" dari kawasan Amerika-Kanada mendapat 309 tayangan ulang, "*The Global Melting Pot: Experiencing Life Abroad in Asia*" mendapatkan 1.052 tayangan ulang, "*Lands of the Lion, Unicorn, and Irish Hare*" dari Inggris Raya dan Irlandia mendapat 638 tayangan ulang, dan "*Pursuit of Knowledge: A Cross-Cultural Journey Across Australia*" mendapat 230 tayangan ulang. Kemudian, penulisan artikel dan IISMA *Course Series* merupakan kegiatan yang menyebarkan pengetahuan secara khusus pada mata kuliah yang sudah diambil oleh *awardees*. Berbeda *output* dengan penulisan artikel, produk akhir IISMA *Course Series* adalah dalam bentuk video yang dipublikasikan di YouTube. Dengan menjelaskan materi menarik yang didapatkan, diharapkan masyarakat luas dapat menerima informasi tersebut secara langsung dan eskalasi pengetahuan bisa dilihat dalam jangka pendek. Ini menunjang diplomasi pendidikan karena dalam aktualisasi sehari-hari, *awardees* dituntut untuk menjadi aktif dalam kelas dan aktivitas yang ada. Selain untuk meningkatkan kualitas *awardees*, tapi juga untuk menunjang kebutuhan *challenges* yang diberikan IISMA.

Dalam hal diplomasi budaya, terdapat tantangan *Good Day From Indonesia* yang mengharuskan *awardees* untuk memberikan kartu pos atau cenderamata khas Indonesia pada relasi yang berkenan selama di negara

tujuan, kemudian dipublikasikan di Instagram. Melalui tantangan ini, *awardees* menjelaskan makna dari barang yang diberikan sehingga penerima dapat mengerti budaya Indonesia dari perspektif yang lebih membumi, membekas, dan terasa dekat. Publikasi terkait tantangan ini dapat dilihat di Instagram, melalui tagar *#GreetingsFromIndonesia* dan *#FromIndonesiaWithLove*. Selanjutnya, terdapat *BATIK Challenge*—yang merupakan akronim dari “*Bracing Awareness, Togetherness, Inclusivity, and Kindness*”—di mana *awardees* diharapkan memberikan dampak positif dalam aspek sosial terhadap lingkungan sekitar di negara tujuan. Sembari menjalankan kegiatan sosial seperti menjadi sukarelawan, amal, dan aktivitas kemasyarakatan, *awardees* mengenakan pakaian dengan unsur batik atau kain tenun. Secara spesifik, kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan budaya batik Indonesia di kalangan internasional, serta menampilkan citra positif dari program IISMA dan Indonesia melalui dampak dari kegiatan yang dilakukan.

Tantangan yang terakhir adalah *HEROES*—yang merupakan akronim dari “*Humanity, Diversity, Culture, Beyond Boundaries*”—dengan dua sub-tema yakni *Unity in Diversity* dan *Modern Heroism*. Dari semua tantangan yang diberikan IISMA, *HEROES* merupakan kegiatan puncak yang meramaikan promosi budaya dan pahlawan Indonesia di negara tujuan masing-masing. *Awardees* mengadakan berbagai aktivitas seperti acara, pameran, wawancara, diskusi, dan perlombaan tentang kebudayaan, adat istiadat, dan pengetahuan umum dari Indonesia. Acara ini diselenggarakan untuk memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia dan Hari Pahlawan dengan mengundang banyak pihak. Selain untuk mempromosikan budaya, *HEROES* juga menjadi wadah kerja sama masif antara mahasiswa Indonesia yang berada di universitas tujuan, KBRI, dan Persatuan Pelajar Indonesia (PPI). Salah satu acara di bawah tantangan *HEROES* ini adalah *A Taste of Nusantara*, yang diadakan di University of Pennsylvania. Pada acara ini, mereka berkolaborasi dengan acara *Penncasila*, sebuah acara tahunan yang diadakan oleh mahasiswa Indonesia *full time* di University of Pennsylvania. Dalam pelaksanaannya, mereka memperkenalkan budaya Indonesia dengan mendirikan beberapa stan, seperti stan nasi goreng, rendang, dan gorengan. Semua makanan dibeli dari restoran berlokasi di daerah yang banyak dihuni orang Indonesia. *Awardees* juga mengadakan berbagai permainan dan menampilkan tarian Indonesia, serta menyanyikan lagu khas Indonesia, seperti “*Laskar Pelangi*”. Untuk mengikuti acara ini, *awardees* memungut biaya pendaftaran sebesar 5 dolar, dan ada sekitar 150 orang yang datang dengan sasaran utama adalah mahasiswa internasional (wawancara dengan narasumber, 2023).

Pelaksanaan kegiatan kebudayaan yang secara masif ini tentunya memiliki dampak yang signifikan pula. Dua dari narasumber yang hadir

langsung pada tantangan HEROES di dua *host university* berbeda memberikan validasi akan hal ini,

*I actually participated in GATOTKACA, which took place at Universiti Malaya. I found GATOTKACA to be incredibly interesting. I had the opportunity to explore physical Indonesian currency [Rupiah], traditional clothing, and batik. It was [an] amazing experience, not only for me but also for other international students. Back in Japan, when in university or high school, I only learned about Indonesia as a developing country. However, my perception completely shifted when I discovered the beauty of Indonesia's numerous islands and had the chance to meet Indonesian people in Malaysia. I had heard that Indonesian English skills were similar [to] or even lower than Japanese. But, I was surprised by how well Indonesian people speak English. It completely exceeded my expectations (wawancara dengan narasumber, 2023).*

*I was clueless about Indonesia until I met you and the others [merujuk pada awardees]. I've learned so much, especially about the language. I had zero knowledge about Indonesia before. Can you believe it? I even thought Bali was in Malaysia. That's why I made up my mind to visit Indonesia right after you guys returned. I wanted to experience the beauty of Indonesia that you all showcased during BHINNEKA. When I finally arrived in Bali and Jakarta, I was not only amused by the oceans and landscapes, but also deeply touched by the warm hospitality of the Indonesian people (wawancara dengan narasumber, 2023).*

Acara ini dapat ditinjau lebih langsung melalui sosial media masing-masing IISMA universitas tujuan dan kanal YouTube IISMA. Berikut adalah detail pelaksanaan HEROES di masing-masing universitas tujuan (Tabel 3).

**Tabel 3. Detail acara HEROES masing-masing universitas tujuan**

| No. | Universitas Tujuan            | Nama Acara  | Jenis Acara   |
|-----|-------------------------------|---|---|
| 1.  | Universiti Teknologi Malaysia | BHINNEKA: Bring the Heart of Indonesia to New Spirit of Merdeka | Acara kebudayaan: drama, tarian, makanan khas Indonesia, dan permainan tradisional                      |
| 2.  | Universiti Malaya             | GATOTKACA: Getting You Introduced and Connected to              | Pameran kebudayaan: tarian, makanan, permainan tradisional, pemaparan pahlawan Indonesia melalui Rupiah |

|     |  | Indonesia's Chevaliers                         |   |
|-----|--|--|---|
| 3.  | Universiti Kebangsaan Malaysia                       | ARUNIKA: Indonesian Cultural and Culinary Expo | Pameran kebudayaan: penampilan, makanan, permainan, cenderamata tradisional                             |
| 4.  | Universiti Sains Malaysia                            | NOCOSEAT: Exhibition of Indonesian Heroes      | Acara kebudayaan: pemaparan pahlawan Indonesia, pemutaran film Indonesia, makanan khas Indonesia        |
| 5.  | Middle East Technical University                     | Indonesia On Screen                            | Acara kebudayaan: tarian dan makanan tradisional, pemaparan tradisi Indonesia, pemutaran film Indonesia |
| 6.  | Chulalongkorn University                             | Begibung                                       | Diskusi kebudayaan: makanan, dan pahlawan Indonesia   |
| 7.  | Nanyang Technological University                     | Everyday Heroes                                | Pameran kebudayaan: tanya-jawab dan pemaparan pahlawan Indonesia  |
| 8.  | National Taiwan University                           | Beyond Boundaries: Indonesia Trivia            | Diskusi kebudayaan: tanya-jawab kebudayaan, alam, dan kepahlawanan Indonesia                            |
| 9.  | National Taiwan University of Science And Technology | Power in Diversity                             | Acara kebudayaan: tarian, lagu daerah, dan makanan khas Indonesia                                       |
| 10. | Prince of Songkla University Taiwan Tech             | Merdeka! Once Free, Always Free                | Acara kebudayaan: permainan tradisional   |
| 11. | Korea University                                     | Who/What Has Saved You?                        | Diskusi kebudayaan: wawancara mengenai pahlawan dan pengalaman kepahlawanan                             |
| 12. | Hanyang University                                   | Berlayar Bestari, Berlabuh Lestari             | Acara kebudayaan: tarian tradisional  |
| 13. | Universiti Brunei Darussalam                         | Stride into Freedom                            | Perlombaan kebudayaan dengan tema 17 Agustus: permainan tradisional                                     |

|     |  |  |   |
|-----|--|--|---|
| 14. | Boston University                        | IISMA BU Indonesian Festival                     | Pameran kebudayaan: makanan khas Indonesia  |
| 15. | Arizona State University                 | Western Meets Dangdut                            | Acara kebudayaan: musik khas Indonesia  |
| 16. | Michigan State University                | IRAMA: Indonesian Karaoke Mania                  | Acara kebudayaan: musik, makanan, dan cenderamata khas Indonesia                      |
| 17. | Penn State University                    | Penn State's Indonesian Fun Quiz                 | Diskusi kebudayaan: tanya-jawab geografi dan sejarah Indonesia                        |
| 18. | University of Pennsylvania               | A Taste of Nusantara                             | Acara kebudayaan: permainan tradisional, tarian, makanan, lagu khas Indonesia         |
| 19. | University of California (UC Davis)      | Introducing Indonesian Food to UC Davis Students | Diskusi kebudayaan: makanan khas Indonesia  |
| 20. | Universidad Católica de Chile (UC Chile) | SEKAR TAJI: Indonesia Cultural Exhibition        | Pameran kebudayaan: makanan dan pakaian tradisional, kerajinan tangan khas Indonesia  |
| 21. | The University of British Columbia (UBC) | Jajan-Jajan                                      | Acara kebudayaan: makanan tradisional dan khas Indonesia                              |
| 22. | University of Waterloo                   | KESATRIA: A Lost Heritage                        | Acara kebudayaan: makanan khas Indonesia, dan permainan tradisional                   |
| 23. | Western University                       | Heroic with Batik                                | Acara kebudayaan: tarian, musik khas Indonesia, dan makanan tradisional               |
| 24. | The University of Sydney                 | Indonesian Independence Day                      | Acara kebudayaan: aksara Bali, makanan khas Indonesia, baju dan permainan tradisional |
| 25. | The University of Melbourne              | WarmIndo   | Acara kebudayaan: makanan khas Indonesia, permainan dan musik tradisional             |

|     |                               |   |  |
|-----|-------------------------------|---|--|
| 26. | Monash University             | Indopendence Day: Spirit of the 17th      | Perlombaan kebudayaan dengan tema 17 Agustus: permainan tradisional dan makanan khas Indonesia                     |
| 27. | Australia National University | Jagadhita: A Journey through Indonesia    | Pameran kebudayaan: makanan, musik, dan permainan tradisional  |
| 28. | The University of Adelaide    | Garuda Games                              | Acara kebudayaan: permainan tradisional dan makanan khas Indonesia   |
| 29. | The University of Queensland  | Culture and Culinary "Unity in Diversity" | Acara kebudayaan: makanan tradisional dan cenderamata khas Indonesia   |
| 30. | University of Szeged          | Modern Heroism: A Hero Lies in You        | Acara kebudayaan: tarian, permainan dan makanan tradisional, <i>talkshow</i>                                       |
| 31. | University of Pécs            | IISMA Heroes Challenge: Modern Heroism    | Acara kebudayaan: tarian tradisional, permainan dan makanan khas Indonesia   |
| 32. | Tartu University              | ESN Tartu International Dinner            | Pameran kebudayaan: makanan khas Indonesia   |
| 33. | University of Warsaw          | Heronesia                                 | Acara kebudayaan: pertunjukan kebudayaan, makanan khas Indonesia, dan pemaparan pahlawan Indonesia                 |
| 34. | University of Zagreb          | Indonesian Day                            | Pameran kebudayaan: pakaian tradisional, pahlawan Indonesia, makanan khas Indonesia, dan alat musik tradisional    |
| 35. | Vytautas Magnus University    | Cemal Cemil                               | Acara kebudayaan: makanan khas Indonesia   |
| 36. | Humboldt University of Berlin | A Night of Valor                          | Acara kebudayaan: pertunjukan budaya, <i>fashion walk</i> , pemutaran film Indonesia, dan permainan khas Indonesia |
| 37. | KU Leuven                     | Indonesia Gastronomy                      | Acara kebudayaan: makanan khas Indonesia, tarian   |

|     |                                    |  |   |
|-----|------------------------------------|--|---|
|     |                                    | Night: Taste the Beauty of Indonesian Culture!           | tradisional, dan kelas memasak  |
| 38. | Leiden University                  | Smaken Van Indonesie: Indonesian Cultural Day!           | Acara kebudayaan: makanan dan cenderamata khas Indonesia  |
| 39. | Maastricht University              | Nuansa Nusantara: Indonesian Cultural Night              | Acara kebudayaan: tarian, lagu, cenderamata, permainan, makanan khas Indonesia                          |
| 40. | Radboud University                 | A Glimpse of Heroism                                     | Diskusi kebudayaan: tanya-jawab tentang arti pahlawan   |
| 41. | University of Groningen            | Indonesian Picnic Day                                    | Acara kebudayaan: makanan, cenderamata, dan permainan khas Indonesia                                    |
| 42. | Vrije Universiteit Amsterdam       | Redefining Heroes: Interactive Discussion & Food Tasting | Diskusi kebudayaan: permainan, makanan khas Indonesia   |
| 43. | University of Twente               | A Taste of Nusantara                                     | Pameran kebudayaan: makanan tradisional, tarian, dan cenderamata khas Indonesia                         |
| 44. | Universidad Autónoma De Madrid     | Broaden Your Indonesian Knowledge                        | Diskusi kebudayaan: kuis dan tanya-jawab kebudayaan Indonesia, makanan Indonesia                        |
| 45. | Universitat Pompeu Fabra Barcelona | Unleashing the Hero Within Us                            | Acara kebudayaan: tarian, cenderamata dan makanan khas Indonesia, permainan tradisional                 |
| 46. | University of Granada              | Una Tarde Heroica con Indonesia                          | Acara kebudayaan: permainan, cenderamata, makanan, dan lagu khas Indonesia, tarian tradisional, monolog |

|     |                             |                                 |   |
|-----|-----------------------------|---------------------------------|---|
| 47. | University of Padua         | Indo Day Out                    | Acara kebudayaan: permainan tradisional dan makanan khas Indonesia  |
| 48. | University of Pisa          | Ciao, Indonesia!                | Acara kebudayaan: makanan khas Indonesia  |
| 49. | Sapienza Università Di Roma | BaBat: Lomba Hebat              | Acara kebudayaan: makanan khas Indonesia, permainan, kuis   |
| 50. | University of Liverpool     | Nirwana                         | Pameran kebudayaan: cerita rakyat, makanan, permainan, cenderamata khas Indonesia, cerita pahlawan Indonesia, pakaian tradisional, dan wayang |
| 51. | Lancaster University        | Aku dan Pahlawanku              | Diskusi kebudayaan: tanya-jawab kepahlawanan  |
| 52. | Newcastle University        | Aksara                          | Pameran kebudayaan: pemaparan pahlawan Indonesia, alat musik, permainan, pakaian tradisional, aksara dan cenderamata Indonesia                |
| 53. | University of Birmingham    | Indonesian Screenplay Sunday    | Acara kebudayaan: pemutaran film Indonesia (Laskar Pelangi) dan makanan khas Indonesia  |
| 54. | The University of Edinburgh | MARDIKANI: Culture of Indonesia | Acara kebudayaan: tarian, pertunjukan musik, makanan khas Indonesia   |
| 55. | University of Exeter        | Heroes Day: Modern Heroism      | Pameran kebudayaan: cenderamata dan camilan khas Indonesia  |
| 56. | University of Glasgow       | Ksatria: Indonesian Heroes Day  | Acara kebudayaan: tarian, permainan, dan makanan tradisional, lagu daerah   |
| 57. | University of Leeds         | Bahtera Kultur                  | Pameran kebudayaan: camilan, cenderamata, dan permainan tradisional khas Indonesia  |
| 58. | University of Leicester     | KONDANGAN: Commemoration        | Pameran kebudayaan: kain batik, permainan, tarian,  |

|     |                                 |   |  |
|-----|---------------------------------|---|--|
|     |                                 | of Heroes' Daring Spirit from Indonesian Land             | makanan dan camilan khas Indonesia   |
| 59. | University of Sussex            | INDONESIAN YOUTH FAIR: Feel the Authenticity of Indonesia | Pameran kebudayaan: makanan, permainan, cenderamata khas Indonesia, dan pemaparan pahlawan Indonesia             |
| 60. | The University of Warwick       | Indonesian Open Day                                       | Pameran kebudayaan: makanan, cenderamata khas Indonesia, kompetisi makan pedas, dan pemaparan tentang kain batik |
| 61. | University of York              | ROMANSA: Rona Malam Nusantara                             | Pameran kebudayaan: makanan, pertunjukan musik, tarian, permainan khas Indonesia, dan wawancara kepahlawanan     |
| 62. | University College London       | IISMA UCL Heroes Day                                      | Acara kebudayaan: pemutaran film Indonesia, makanan dan permainan khas Indonesia                                 |
| 63. | Queen Mary University of London | Heroes Halloween  | Acara kebudayaan: pemutaran film, musik pop, makanan, dan cenderamata khas Indonesia                             |
| 64. | University College Cork         | NARARYA   | Acara kebudayaan: tarian dan musik tradisional   |
| 65. | University College Dublin       | Malam Nusantara   | Acara kebudayaan: pertunjukan Gamelan, tarian tradisional, permainan, makanan, dan cenderamata khas Indonesia    |
| 66. | NUI Galway                      | The Games of Indonesian Figures                           | Acara kebudayaan: permainan, makanan, minuman, dan cenderamata khas Indonesia                                    |

Sumber: diolah oleh penulis

Masih dibutuhkan lebih banyak data untuk mengevaluasi keberhasilan dan dampak pelaksanaan kegiatan HEROES secara

komprehensif bagi masyarakat internasional. Masalahnya, *polling* maupun survei untuk menilai hal tersebut belum dijadikan agenda prioritas IISMA. Oleh karena itu, demi mendukung perkembangan riset, IISMA diharapkan dapat memanfaatkan kesempatan dan waktu untuk mengumpulkan data dan kemudian memproyeksikan ketertarikan warga negara asing terhadap Indonesia. IISMA perlu menambahkan atau mengatur ulang tujuan agar program ini bisa memberi fokus pada diplomasi budaya dan pendidikan, bukan hanya secara internal, yaitu investasi sumber daya manusia.

Sejauh ini, pelaksanaan diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya dapat dikatakan berjalan dengan baik. Namun, pelaksanaan *challenges* yang telah dipaparkan sebelumnya hanya mempromosikan Indonesia secara halus, melalui budaya dan pendidikan. Demi mempercepat perwujudan tujuan kebijakan luar negeri Indonesia, diperlukan strategi untuk lebih mengenalkan cita-cita bangsa Indonesia secara taktis. Pernyataan ini didukung oleh *awardees* maupun mahasiswa internasional yang menjadi narasumber, di mana mereka menyatakan bahwa IISMA memang berhasil mengenalkan Indonesia secara umum, tapi belum ke tahap mengenalkan gagasan, cita-cita bangsa, budaya, serta tujuan nasional dan kebijakan-kebijakan Indonesia (wawancara dengan narasumber, 2023).

Dalam posisi IISMA sebagai program beasiswa, sebetulnya motivasi Indonesia tidak perlu lagi dipertanyakan. Kendati keterlibatan pemerintah tentunya tidak bisa melepaskan IISMA dari unsur politik, program ini dilaksanakan terutama karena ingin melakukan investasi jangka panjang untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam bidang pendidikan. Hal ini merupakan inisiatif yang positif, mengingat bahwa selama beberapa waktu, pemerintah telah mengarahkan investasi mereka untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pembangunan infrastruktur fisik, yang mencakup proyek-proyek seperti jalan, jembatan, bandara, dan struktur serupa lainnya. Namun, investasi dalam sumber daya manusia masih kurang, karena tantangan besar dalam mengukur dan mengevaluasi manfaat jangka panjang dari investasi tersebut (World Bank, 2018). Tentunya, meskipun efek dari IISMA kemungkinan besar harus ditinjau dalam jangka panjang, program ini tetap memerlukan evaluasi jangka pendek sebagai indikator keberlanjutan program. Upaya ini dilakukan dengan mengadakan survei awal, tengah, dan akhir program untuk *awardees* tentang pelaksanaan program dan pendanaan (wawancara dengan narasumber, 2023). Salah satu evaluasinya ialah diperlukan komunikasi dua arah antara IISMA—baik panitia penyelenggara maupun *awardees*—dan universitas mitra, seperti yang disampaikan universitas mitra,

*We've only had one-way report so far, without receiving any feedback. It would be really valuable for us to hear the comments and feedback from students who have participated in IISMA. We've been part of this program for two years, and knowing which areas we can improve or prioritize would greatly help us provide better service. Getting feedback is essential for our continuous improvement (wawancara dengan narasumber, 2023).*

Tak hanya sebagai upaya menghapus persepsi negatif, pelaksanaan IISMA juga merupakan proyeksi dari gagasan, cita-cita bangsa, dan tujuan nasional yang dituangkan dalam Visi Indonesia 2045.

Empat pilar pembangunan yang telah disusun pada dasarnya berdiri setara dan melengkapi satu sama lain. Karena fokusnya pada akselerasi Indonesia menjadi negara maju dengan tetap mempertimbangkan kesejahteraan rakyat dan pemerataan yang berkeadilan, tentunya dibutuhkan lebih dari satu model pembangunan. Pilar Pembangunan Manusia serta Penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi bertujuan untuk menciptakan masyarakat Indonesia yang cerdas dan menjaga pluralisme, budaya, agama, dan prinsip-prinsip etika. Strategi pembangunan jangka panjang dalam pilar ini mencakup bidang pendidikan, kesehatan, ilmu pengetahuan dan teknologi, kebudayaan, dan ketenagakerjaan dengan memahami dinamika kependudukan Indonesia di masa depan. Untuk menciptakan warga negara yang baik, mewujudkan masyarakat dan bangsa yang bermartabat, serta meningkatkan kualitas hidup manusia, pendidikan merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu, poin solusi yang tepat ialah melalui peningkatan budaya sekolah, pemerataan layanan pendidikan, peningkatan profesionalisme guru dan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pendidikan, perubahan pendekatan pembelajaran, memperluas bidang ilmu pengetahuan di universitas dan pendidikan kejuruan, meningkatkan pendidikan karakter, memperluas tenaga kerja terdidik dan kewirausahaan, memperluas kemahiran berbahasa asing dan melestarikan bahasa daerah, memperluas budaya membaca (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2019).

Dalam *Menyiapkan Generasi Emas 2045* disebutkan bahwa dominasi akan terjadi jika pendekatan budaya tidak digunakan, dan akan terjadi benturan dan tabrakan peradaban. Oleh karena itu, tujuan diplomasi budaya adalah untuk menciptakan pertemuan peradaban baru sambil tetap mempertahankan karakteristik fundamental masing-masing. Indonesia memiliki cita-cita untuk menyelenggarakan konferensi internasional tentang budaya, mendukung inisiatif swasta, atau mengirimkan delegasi kesenian ke panggung global. Diharapkan bahwa masyarakat global akan mengenali Indonesia dan budayanya yang kaya dan beragam, bukan hanya Bali

(Sukemi *et al.*, 2014). Harus diakui bahwa promosi budaya yang dilakukan dalam konteks IISMA mendukung cita-cita ini dan membuka lebih banyak cakrawala pengetahuan keberagaman Indonesia.

Dalam kaitannya dengan relevansi IISMA untuk menjawab kebutuhan masyarakat, IISMA diharapkan agar dapat transparan dalam mengeluarkan kebijakan. Ini agar IISMA tidak hanya berdampak baik di luar negeri, tapi juga memiliki tingkat kepercayaan publik yang besar di dalam negeri. Upaya ini dapat didukung oleh *awardees* yang turut menyeimbangkan publikasi konten di sosial media. Tidak hanya publikasi dokumentasi non-akademik, tapi juga menyebarkan substansi IISMA secara akademik menggunakan materi dari universitas mitra. Penentuan kurikulum tantangan IISMA juga bisa dievaluasi kembali efektivitasnya; serta memastikan *awardees* menjalankan tanggung jawab mereka dengan sungguh-sungguh.

Melalui IISMA, diplomasi pendidikan, diplomasi budaya, dan investasi terhadap sumber daya manusia dapat dijalankan secara bersamaan. IISMA berperan sebagai gerbang awal dalam persiapan eskalasi kualitas tenaga kerja dan masyarakat Indonesia, yang harus disambut dengan kritis dan dilanjutkan dalam estafet misi Indonesia yang lebih baik. Hanya saja, memang dibutuhkan penelitian lebih dalam untuk mengetahui keberhasilan IISMA secara komprehensif. Sebagai elemen katalisator kualitas sumber daya manusia, IISMA tidak bisa berdiri secara tunggal dan tetap memerlukan dukungan dari program lain dan para *stakeholders*, seperti universitas asal *awardees* dan Kedutaan Besar Republik Indonesia di negara-negara universitas mitra.

## **Kesimpulan**

Dalam rangka menyambut seratus tahun kemerdekaan Indonesia, dibentuklah Visi Indonesia 2045 yang di dalamnya terdapat empat pilar. Target dalam visi ini termasuk menjadikan Indonesia sebagai negara maju dengan tetap memegang teguh prinsip Berdaulat, Maju, Adil, dan Makmur. Untuk membentuk model pembangunan, terdapat satu dari empat pilar yang mencakup Pembangunan Manusia serta Penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, di mana pendidikan menjadi salah satu komponen yang penting. Salah satu bentuk investasi untuk pendidikan yang direalisasikan di tingkat pendidikan tinggi adalah kebijakan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) yang digagas oleh Kemendikbudristek. Penggunaan teknologi yang mengubah berbagai keterampilan yang harus dimiliki tenaga kerja di masa depan melatarbelakangi gagasan ini. Kebijakan MBKM dilakukan demi menanggulangi tantangan evolusi budaya kerja di masa depan yang akan makin maju. Salah satu program dari kebijakan MBKM ini adalah *Indonesian*

*International Student Mobility Awards* (IISMA), yang didasarkan pada industri 4.0, internasionalisasi, dan pembelajaran yang emansipasi. Sebagai program beasiswa satu semester ke universitas top dunia untuk mahasiswa sarjana dan sarjana terapan, pelaksanaan IISMA menjadi wadah terjadinya diplomasi pendidikan dan diplomasi budaya. Hal ini menjadi langkah tepat untuk membangun *nation branding* dan citra positif terhadap Indonesia, demi mencapai tujuan kebijakan luar negeri dengan damai. Selain itu, penerima beasiswa IISMA dapat membantu akselerasi peningkatan kualitas pendidikan di Indonesia, sekaligus mempromosikan budaya yang beragam. Untuk memahami implementasi IISMA ini, dibutuhkan pengertian yang cukup terhadap konsep *soft power* dan diplomasi publik. Sekali mendayung, dua tiga pulau terlampaui. IISMA menjadi program yang tepat sasaran dan patut diberikan lebih banyak atensi. Lebih lanjut, penulis merekomendasikan agar evaluasi terkait dampak IISMA terhadap universitas dan negara tujuan juga diteliti, untuk mencapai pemahaman yang menyeluruh. Pemerataan provinsi asal *awardees* juga harus ditingkatkan agar program ini dapat menjangkau sebanyak-banyaknya generasi muda. Selain dari IISMA, diperlukan juga kolaborasi yang saling mengisi dari masing-masing universitas asal, agar bisa melanjutkan tongkat estafet untuk mendukung kontribusi *awardees* terhadap Indonesia. Akhir kata, penulis berharap ada lebih banyak lagi periset yang melanjutkan penelitian-penelitian topik ini.

### Daftar pustaka

- Bennett, A. L. (1965). *The Fourth Dimension of Foreign Policy: Educational and Cultural Affairs*. By Philip H. Coombs. (New York and Evanston: Harper & Row, 1964. Pp. xvi, 158. \$3.50. Published for the Council on Foreign Relations), *American Political Science Review*, 59(3), pp. 761–762.
- 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. *IP (Indonesian Perspective)*, 7(2), pp. 205–226.
- Brown, E. M., Morgan, W.J. & McGrath, S. (2009). Education, Citizenship and New Public Diplomacy in the UK: What is Their Relationship?. *Citizenship, Social and Economics Education*, 8(2–3), pp. 73–83.
- Bu, L. (1999). Educational Exchange and Cultural Diplomacy in the Cold War. *Journal of American Studies*, 33(3), pp. 393–415.
- Byrne, C. & Hall, R. A. (2013). Realising Australia’s international education as public diplomacy. *Australian Journal of International Affairs*, 67(4), pp. 419–438.
- Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The ANNALS*

- of the American Academy of Political and Social Science, 616(1), pp. 31–54
- Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2019) Pedoman Diplomasi Budaya, *Indonesiana Platform Kebudayaan*, pp 1–32. Available at: <<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/pedoman-diplomasi-budaya/#:~:text=Sarana diplomasi kebudayaan adalah segala,dalamnya sarana diplomatik maupun militer>>
- Ernis, D. (2023) 1.692 Mahasiswa Lolos Beasiswa IISMA 2023, Bakal Terbang ke Kampus Top Dunia [Online], *Tempo*. Available at: <<https://tekno.tempo.co/read/1715937/1-692-mahasiswa-lolos-beasiswa-iisma-2023-bakal-terbang-ke-kampus-top-dunia>>
- Golan, G. J. (2013). An Integrated Approach to Public Diplomacy. *American Behavioral Scientist*, 57(9), pp. 1251–1255.
- Heywood, A. (2011) *Global Politics*. London and New York: Palgrave Macmillan.
- IISMA (2021) Panduan Beasiswa indonesian international student mobility awards, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, pp. 27. Available at: <[https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/web/download/Panduan\\_Mobilitas\\_Internasional\\_Indonesia\\_Final.pdf](https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/web/download/Panduan_Mobilitas_Internasional_Indonesia_Final.pdf)>
- IISMA (2022) Indonesian International Student Mobility Awards (IISMA): Pitch Deck. Available at: <<https://ikom.fisip.untan.ac.id/wp-content/uploads/2023/02/PPT-IISMA-2023-Sarjana-Vokasi-untuk-PTDN.pdf>>
- IISMA (2022) Panduan Challenges Indonesian International Student Mobility Awards Jalur Sarjana 2022. Available at: <<https://iisma.kemdikbud.go.id/>>
- IISMA. (2023). *IISMA 2023 Awardees Interview Report*. Jakarta.
- Kasih, A. P. (2021) Nadiem Lepas 970 Mahasiswa Belajar di 28 Negara untuk Program IISMA [Online], *KOMPAS.com*. Available at: <<https://www.kompas.com/edu/read/2021/08/09/171804971/nadiem-lepas-970-mahasiswa-belajar-di-28-negara-untuk-program-iisma>>
- Kemdikbudristek (2022) Perguruan Tinggi Luar Negeri Apresiasi Program IISMA [Online], 14 October. Available at: <<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/10/perguruan-tinggi-luar-negeri-apresiasi-program-iisma>> [accessed on 19 April 2023]
- Kemendikbudristek (2021) Panduan Implementasi Kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) pada Kurikulum Pendidikan Tinggi Vokasi Program Sarjana Terapan. Available at: <<https://lldikti13.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2022/07/Panduan-Implementasi-Kebijakan->

- Merdeka-Belajar-Kampus-Merdeka-MBKM.pdf>
- Kemendikbudristek (2022) Mendikbudristek Lepas 1.565 Mahasiswa Peraih IISMA Berangkat ke Luar Negeri, Siaran Pers Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor: 419/sipers/A6/VII/2022, 20 July. Available at: <<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/07/mendikbudristek-lepas-1565-mahasiswa-peraih-iisma-berangkat-ke-luar-negeri>> [accessed on 20 April 2023].
- Kemendikbudristek (2023) Pendaftaran IISMA 2023 Resmi Ditutup, Catat Jumlah Pendaftar Tertinggi Sejak Diluncurkan, 11 March. Available at: <<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2023/03/pendaftaran-iisma-2023-resmi-ditutup-catat-jumlah-pendaftar-tertinggi-sejak-diluncurkan>> (accessed on 20 April 2023).
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2022) Peran Penting Generasi Muda untuk Menyambut Indonesia Emas 2045, 28 December. Available at: <<https://www.kominfo.go.id/content/detail/46601/peran-penting-generasi-muda-untuk-menyambut-indonesia-emas-2045/0/berita>> [accessed on 15 April 2023]
- Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (2022) Indonesia Emas 2045 Diwujudkan Oleh Generasi Muda, 6 October. Available at: <<https://www.kemenkopmk.go.id/indonesia-emas-2045-diwujudkan-oleh-generasi-muda>> [accessed on 15 April 2023]
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (2019) Indonesia 2045: Berdaulat, Maju, Adil, dan Makmur. Available at: <[https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file\\_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Policy\\_Paper/Ringkasan\\_Eksekutif\\_Visi\\_Indonesia\\_2045\\_Final.pdf](https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Policy_Paper/Ringkasan_Eksekutif_Visi_Indonesia_2045_Final.pdf)> [accessed on 15 April 2023].
- Metzgar, E. T. (2016). Institutions of Higher Education as Public Diplomacy Tools: China-Based University Programs for the 21st Century. *Journal of Studies in International Education*, 20(3), pp. 223–241.
- Nye, J. S. (2005) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs Books.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), pp. 94–109.
- Scott-Smith, G. (2008). Exchange Programs and Public Diplomacy. In Snow, N. dan Cull, N. J. (ed.) *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. 1st Edition. New York: Routledge, pp. 50–56.
- Snow, N. (2012) *Exchange Power, US Public Diplomacy*, US Public Diplomacy. Available at: <<https://uscpublicdiplomacy.org/blog/exchange-power>>

- [accessed on 1 April 2023]
- Soesilowati, S. (2015). Diplomasi Soft Power Indonesia melalui Atase Pendidikan dan Kebudayaan. *Global & Strategis*, 9(2), pp. 293–308.
- Sukemi *et al.* (2014). *Menyiapkan Generasi Emas 2045: Memori Akhir Masa Jabatan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan 2010-2014*. Jakarta: Biro Perencanaan dan Kerjasama Luar Negeri.
- Top Universities (2022) *QS World University Rankings 2023: Top global universities*, *QS World Ranking 2023*. Available at: <<https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2023>> [accessed on 19 April 2023].
- Widiastutie, S. & Pradhanawati, A. (2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancah Dunia. *IP (Indonesian Perspective)*, 7(2), pp. 180–204.
- World Bank (2018) *Investasi untuk Kembangkan Modal Manusia*, 3 August. Available at: <<https://www.worldbank.org/in/news/immersive-story/2018/08/03/investing-in-people-to-build-human-capital>> [accessed on 19 Juni 2023].
- World Bank (2019) *World Development Report 2019: The Changing Nature of Work, A World Bank Group Flagship Report*. Washington DC.
- Wulandari, D. *et al.* (2021) *Panduan Program Bantuan Program Studi Menjadi Model Centre of Excellence Merdeka Belajar-Kampus Merdeka*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Yun, S. H. (2015). Does Student Exchange Bring Symmetrical Benefits to Both Countries? An Exploration Case for China and Korea. *International Journal of Communication*, 9(1), pp. 710–731.
- Yuza, B.P. & Jamaan, A. (2016). Strategi Indonesia Menggunakan Rumah Budaya sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan terhadap Jerman. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(1), pp. 1–9.
- Zaharna, R.S. (2010). *Battles to bridges: US strategic communication and public diplomacy after 9/11*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.