

**IMPLEMENTASI DIPLOMASI KEBUDAYAAN UNI EROPA TERHADAP
INDONESIA MELALUI FESTIVAL FILM *EUROPE ON SCREEN* PADA
TAHUN 2019-2020**

Oleh: M. Nur Rahman Dasnita

Email: Muhammad.nur1775@student.unri.ac.id

Pembimbing: Dr. Yusnarida Eka Nizmi, M.Si

Bibliografi: 9 Buku, 9 Jurnal, 9 Website

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. HR Soebrantas km. 12,5 Simp. Baru – Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

The following study explored European Union's cultural diplomacy practices towards Indonesia through Europe on Screen Film Festival. The existence of the European Union as an international actor that oversees many of its member states opens up many cultural products that can be used in their cultural diplomacy practices. The European Union implemented one of its cultural diplomacy agendas towards Indonesia through the Europe on Screen film festival. Therefore, this study aims to analyze the implementation of cultural diplomacy practices carried out by the European Union towards Indonesia through the Europe on Screen Film Festival in 2019 and 2020.

This study used Constructivism as a perspective, Soft Power Theory, and the concept of Cultural Diplomacy. Data were gathered using qualitative approach and were found in books, academic publications, public documents, and digital archives.

This research shows that the cultural diplomacy practices carried out by the European Union towards Indonesia through the Europe on Screen Film Festival in 2019 and 2020 have implemented three principles of cultural diplomacy. The Europe on Screen Festival has successfully become an event that attracts the enthusiasm of public in Indonesia, although there is no clear perception and stigma towards the European Union as institution and its existence as an international actor.

Keyword: Cultural Diplomacy, Film, Festival, European Union, Europe on Screen.

PENDAHULUAN

Tulisan ini akan menjelaskan bagaimana Implementasi Diplomasi Kebudayaan Uni Eropa terhadap Indonesia melalui Festival Film *Europe on Screen* 2019 dan 2020. Dalam era modernisasi atau yang lebih kita kenal dengan sebutan globalisasi, sistem internasional cenderung lebih memilih bekerja sama dibanding melakukan tindakan agresif seperti perang antar satu sama lain, disinilah proses Diplomasi cenderung digunakan para aktor internasional untuk mencapai kepentingannya.

Diplomasi memiliki peranan untuk tercipta nya kerja sama dan hubungan yang baik antar para aktor internasional ini. Salah satu bentuk diplomasi yang paling umum digunakan aktor internasional saat ini adalah diplomasi publik. Menurut Joseph Nye dalam tulisannya, diplomasi publik merupakan salah satu instrumen penting yang digunakan suatu negara (aktor) mencapai kepentingannya, dikarenakan kecenderungan diplomasi publik untuk menjangkau publik asing.¹ Salah satu alat penting dalam melaksanakan diplomasi publik adalah dengan Budaya. Diplomasi budaya merupakan kumpulan dari kebijakan nasional sebuah negara yang diatur untuk mendukung ekspor representatif

budaya tersebut dalam rangka melanjutkan tujuan kebijakan luar negeri.² Diplomasi budaya dapat dilakukan dengan metode seperti pertukaran edukasi, seni tradisional dan budaya populer seperti literatur, seni kontemporer dan film. Selain daripada itu, diplomasi budaya diperlukan oleh aktor internasional karena meningkatnya polarisasi sosial internal. Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan ini, aktor-aktor internasional banyak mengadakan agenda-agenda budaya dan kultural yang bertujuan mengedukasi dan membuka mata bahwa keberadaan perbedaan itu sangat diwajari dan harus dijunjung tinggi ketimbang ditakuti.

Festival secara umum sendiri merupakan salah satu industri eksibisi yang paling menarik dan paling cepat berkembang terkait dengan rekreasi, bisnis, dan pariwisata. Ciri khas Festival dengan keberadaannya yang memiliki tenggat waktu terbatas membedakannya dari acara institusi permanen.³ Festival Film adalah salah satu bentuk festival yang menarik minat banyak publik. Film tidak hanya diyakini sebagai media hiburan saja, ia juga bisa dan mampu menjadi medium penyampaian keresahan sosial dan politik, serta pengenalan kultur-kultur dari berbagai belahan dunia.

¹ Nye Jr, J.S. (2008). "Public diplomacy and soft power". *The annals of the American academy of political and social science*, 616 (1).

² Van Kim Hoang Ha. (2016) Peran Diplomasi Budaya dalam Mewujudkan Komunitas Sosial-Budaya ASEAN: Kasus Vietnam. Dalam Jurnal "Ilmiah Pendidikan Vol. X, No. 1" University

of Social Science and Humanities Vietnam. Hal 2

³ Getz. 1991) dalam Hun Ji Kwon. *The Impact of Cultural Events on the Cinema and Tourism in a Community, Busan: Busan's Alternative Industry to the Cinema and Tourism Industry After the Pusan International Film Festival (PIFF)* . Hal 1

Untuk di Indonesia, beberapa negara dengan delegasi cukup banyak mengadakan Festival Film sebagai ruang untuk memperkenalkan dan menghubungkan penonton Indonesia dengan Budaya Populer Sinema di negara nya. Salah satu yang paling konsisten mengadakan festival adalah Uni Eropa. Uni Eropa memiliki festival film bernama ***Europe on Screen*** yang menayangkan film-film terbaik dari berbagai negara anggota Uni Eropa untuk umum di beberapa kota besar di Indonesia.⁴ Selain itu juga ada Festival Sinema Perancis, *German Cinema* ataupun Korea Indonesia Film Festival yang juga diadakan di Indonesia. Selain daripada festival film yang diadakan oleh perwakilan negara asing, Indonesia juga mempunyai festival filmnya tersendiri, seperti *Jogja-NETPAC Asian Film Festival*, *Arkipel Film Festival* dan *Balinale International Film Festival*.⁵

Uni Eropa menjadikan diplomasi budaya dan relasi budaya sebagai salah satu elemen penting dalam agenda politik mereka di politik internasional. Kegiatan promosi, diplomasi dan hubungan budaya Uni Eropa secara umum sudah dimasukkan dalam kerangka keuangan multi tahunan mereka. Lebih spesifiknya mereka telah berinvestasi hingga 300 Juta Euro untuk pengembangan promosi diplomasi budaya ataupun

hubungan-hubungan budaya lain beberapa tahun belakangan.⁶

Uni Eropa merupakan salah satu aktor internasional yang keberadaannya sangat unik dalam praktik diplomasi publik di Politik Internasional. Keberadaan Uni Eropa sebagai Organisasi Regional, namun juga memiliki otoritas dan kuasa sendiri dalam melaksanakan praktik Diplomasi publik sesuai dengan kepentingannya sebagai aktor yang juga merepresentasikan negara-negara anggotanya. Menyangkut entitas Uni Eropa, Para pemikir strategis Uni Eropa mengakui bahwa Uni Eropa perlu fokus secara realistis pada tujuannya dan melakukannya dengan merefleksikan diri, tentang ingin menjadi aktor seperti apa mereka baik di politik internasional ataupun di internal negara anggotanya.⁷

Dengan keragaman budaya negara anggota dan bentuk Uni Eropa yang cukup berbeda dengan entitas konstitusional di politik Internasional. Uni Eropa memiliki potensi yang besar dalam praktik diplomasi budaya-nya. Marta Osojnik dalam tulisannya memberikan pernyataan bahwa tidak ada entitas internasional lain di dunia ini yang memiliki begitu banyak

⁴ Komite Film Dewan Kesenian Jakarta & Coffie (Coordination For Film Festival In Indonesia). (2019) *Direktori Festival Film Dunia dan Indonesia Edisi Revisi*. Dewan Kesenian Jakarta Hal 160

⁵ Komite Film Dewan Kesenian Jakarta & Coffie (Coordination For Film Festival In Indonesia). (2019) *Direktori Festival Film Dunia dan Indonesia Edisi Revisi*. Op.Cit.

⁶ European Commission. (2019) *International cultural relations*. Diakses dari <https://ec.europa.eu/culture/policies/international-cultural-relations>

⁷ Carta, C., & Higgott, R. A. (2020). *Cultural diplomacy in Europe: between the domestic and the international*. Palgrave Macmillan. Hal 2

identitas nasional yang berbeda berkumpul di bawah atap satu entitas.⁸

Praktik diplomasi budaya sendiri berusaha untuk mempromosikan kepentingan Uni Eropa dengan tiga tujuan, yakni memberikan pemahaman (*understanding*), menginformasikan (*informing*) dan hingga akhirnya mempengaruhi (*influencing*). Keberadaan diplomasi budaya mampu menjelaskan tujuan, kebijakan, dan aktivitas Uni Eropa serta juga mendorong pemahaman tentang tujuan diplomasi budaya itu sendiri melalui interaksi dengan warga negara, kelompok/Lembaga sosial, dan media.⁹ Dalam praktik internal negara anggotanya, diplomasi budaya dijadikan kebijakan nasional Uni Eropa dalam memperkuat arti penting kewarganegaraan Uni Eropa. Hal ini dikarenakan mayoritas pemikiran warga anggota negara Uni Eropa yang masih merasa bahwa identitas Uni Eropa hanyalah sebatas entitas ekonomi saja.¹⁰

Didalam festival film, layaknya seperti festival atau acara budaya lain, terjadi interaksi budaya antar bangsa dan antar manusia dengan latar

belakang nasionalitas yang berbeda pula. Sehingga festival film dapat menjadi wadah bagi masyarakat asing untuk mempelajari suatu budaya negara tersebut. Berdasarkan hal itu, Maka Festival Film *Europe on Screen* adalah platform strategis dari Uni Eropa untuk menjalankan Diplomasi Budaya-nya ataupun Kerjasama Budaya dengan Indonesia.

Festival film dinilai menjadi kesempatan unik dalam memperkenalkan identitas anggota negara Uni Eropa dalam strategi diplomasi budayanya, Festival film kemudian menjadi alat penting untuk mempromosikan citra negara-negara anggota Uni Eropa di luar negeri serta untuk menumbuhkan rasa saling pengertian antar budaya.¹¹ Festival film *Europe on Screen* (EoS) diharapkan dapat menjembatani interaksi Budaya negara-negara anggota Uni Eropa yang beragam dan masyarakat Indonesia serta mampu membangun industri film Indonesia yang mumpuni dan menjadi aset penting kebudayaan.¹²

⁸ Osojnik, Marta. *Cultural Diplomacy and the European Union: Key Characters and Historical Development*. Diakses dari <http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/cd-eu.pdf>

⁹ European Commission. (2007). *A glance at EU public diplomacy at work*. Diakses dari https://europa.eu/50/around_world/images/2007_50th_anniv_broch_en.pdf

¹⁰ Gijs De Vries. (2019). *Cultural Diplomacy: The Missing Link in EU Foreign Policy*. *Berlin Policy Journal*. Diakses dari [https://berlinpolicyjournal.com/cultural-](https://berlinpolicyjournal.com/cultural-diplomacy-a-missing-link-in-eu-foreign-policy/)

[diplomacy-a-missing-link-in-eu-foreign-policy/](https://berlinpolicyjournal.com/cultural-diplomacy-a-missing-link-in-eu-foreign-policy/)

¹¹ European Commission. (2016) *European film festivals as a unique opportunity for EU cultural diplomacy*. Diakses dari <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-film-festivals-unique-opportunity-eu-cultural-diplomacy>

¹² Komite Film Dewan Kesenian Jakarta & Coffie (Coordination For Film Festival In Indonesia). (2019) *Direktori Festival Film Dunia dan Indonesia Edisi Revisi*. Op.Cit. hal 163

KERANGKA TEORI

Perspektif: Konstruktivisme

Penelitian ini menggunakan **perspektif konstruktivisme**. Konstruktivisme melihat dunia, dan apa yang dapat kita ketahui tentang dunia, sebagai suatu konstruksi sosial. Konstruktivisme berfokus pada bagaimana ide, norma, nilai, dan identitas diciptakan dan dibangun, bagaimana mereka berkembang, dan bagaimana mereka mengubah cara aktor memahami dan bereaksi terhadap situasi yang mereka hadapi. Dalam kata lain Kaum konstruktivis berpendapat bahwa realitas yang ada selalu dikonstruksi dan bisa berubah seiring waktu tergantung pada gagasan dan keyakinan yang dianut oleh aktor internasional.¹³ Konstruktivisme ditandai dengan penekanan pada pentingnya struktur normatif dan material, pada peran identitas dalam membentuk aksi politik dan pada hubungan yang saling konstitutif antara agen dan struktur.¹⁴ Salah satu elemen yang membangun identitas sebuah negara adalah budaya, identitas negara sebagai aktor dikonstruksi melalui reproduksi budayanya oleh industri media. Globalisasi telah mengikis kekuatan ekonomi dan politik banyak negara, tetapi makna budaya dan simbolik suatu bangsa masih dapat

diekspresikan dan disebarluaskan ke negara lain melalui budayanya.¹⁵

Teori: *Soft Power*

Soft power dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain melalui cara kooperatif dalam menyusun agenda, membujuk, dan memunculkan daya tarik positif untuk mendapatkan hasil yang mereka inginkan. Aktor Internasional menggunakan *soft power* jika dapat meyakinkan orang lain untuk mendukung tujuannya tanpa harus menggunakan paksaan, sanksi ekonomi, atau instrumen negara yang bersifat memaksa lainnya. Nye lebih lanjut menjelaskan bahwa *soft power* bertumpu pada tiga sumber daya, yakni Budaya, nilai politik dan juga kebijakan luar negerinya. Nye menilai budaya dapat menciptakan makna bagi masyarakat.¹⁶ Ketika budaya suatu bangsa mencakup nilai yang universal, dan disaat yang bersamaan ia mempromosikan nilai-nilai yang juga dijunjung oleh aktor lain, maka itu akan meningkatkan probabilitas keberhasilan sang aktor untuk meraih hasil yang mereka inginkan.¹⁷

Kehadiran Uni Eropa sebagai entitas yang membawa banyak identitas dan ragam budaya menjadikan mereka sebagai aktor yang memiliki potensi

¹³ Theys, Sarina. "Constructivism" dalam McGlinchey, S., Walters, R., & Scheinflug, C. (2017). *International Relations Theory*. Open Textbook Library. Hal 37

¹⁴ Reus-Smit, Christian. Dalam Burchill, Scott. (2005). *Theories of international relations 3rd Edition*. Palgrave Macmillan. Hal 188

¹⁵ Diana Crane (2014) *Cultural globalization and the dominance of the American film*

industry: cultural policies, national film industries, and transnational film, International Journal of Cultural Policy, 20:4, 365-382, DOI: 10.1080/10286632.2013.832233

¹⁶ Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs. Hal 11

¹⁷ Ibid. Hal 11

besar untuk memanfaatkan *soft power* dalam praktik kebijakan luar negerinya, terkhusus diplomasi budaya. Delegasi Uni Eropa di berbagai negara kerap mengadakan acara-acara kebudayaan yang diharapkan menarik perhatian publik asing.

Dalam hubungannya dengan Indonesia, Uni Eropa secara konsisten menggunakan *soft power* dalam praktik diplomasi kebudayaannya, khususnya melalui produk budaya film/festival film. Hal ini dilihat dari konsistensi pelaksanaan Festival Film *Europe on Screen* yang diadakan secara regular tiap tahunnya sejak 2003 silam. Ini tentu saja menunjukkan determinasi Uni Eropa menggunakan *soft power* dalam praktik kebijakan luar negerinya.

Konsep: Diplomasi Budaya

Upaya-upaya untuk menentukan definisi diplomasi budaya oleh para akademisi telah dilakukan, namun perpolitikan dunia yang dinamis membutuhkan pendefinisian ulang secara terus-menerus atas istilah ini. Diplomasi kebudayaan menurut Tulus Warsito dapat diartikan sebagai usaha negara memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui kebudayaan seperti kesenian, dan olahraga secara makro. Lebih lanjut makro diartikan sebagai bukan politik, ekonomi ataupun militer.¹⁸ Diplomasi budaya sangat erat

kaitannya dengan pemerintah suatu negara dan pencapaian tujuan politik luar negeri karena berupaya menghadirkan citra yang baik sehingga operasi diplomatik secara keseluruhan dapat difasilitasi.¹⁹ Budaya dalam hal ini berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri suatu negara. Praktik ini berkaitan dengan promosi produk budaya seperti sastra, film, seni, sains, musik, serta bahasa di luar negeri. Tujuan utamanya adalah membuat publik asing mengenal suatu bangsa, rakyatnya, budayanya, dan bahasanya, dan untuk menciptakan opini yang baik tentang negara tersebut melalui budayanya.²⁰

Festival Film *Europe on Screen* adalah salah satu kegiatan eksebitasi tahunan yang diselenggarakan oleh Uni Eropa di Indonesia. Kegiatan ini mengakomodir terjadinya pertemuan antara masyarakat yang ada di Indonesia dengan produk budaya populer film yang berasal dari negara-negara di daratan Eropa.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa data sekunder yang berbasis pustaka atau lebih dikenal dengan *library research*. Data yang digunakan dalam tulisan ini

¹⁸ Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, "Diplomasi Kebudayaan Dalam Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia" dalam Fadli (2016) *Film The Radi I Sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan*. Univeristas Andalas.

¹⁹ Snow, N., & Taylor, P. M. (2009). *Routledge handbook of public diplomacy*. Routledge. Hal 302

²⁰ H. Chartrand. (1992) "International cultural affairs: A 14 country survey," *Journal of Arts Management, Law & Society* 22, no. 2 134–154.

dikumpulkan dari berbagai sumber seperti Jurnal, Buku, Working Paper, Dokumen Pemerintah, serta tulisan-tulisan ilmiah lainnya dan juga *website* dari sumber internet yang memiliki relevansi terhadap tulisan ini.

PEMBAHASAN

Motif Pelaksanaan Diplomasi Budaya yang Dilakukan Uni Eropa

Motif utama Uni Eropa melakukan diplomasi publik dan budaya sangat dipengaruhi oleh prinsip-prinsip yang menjelaskan munculnya keberadaan mereka sebagai entitas politik internasional. Uni Eropa dianggap sebagai aktor yang memiliki kapasitas untuk merubah, dan menormalisasikan perilaku-perilaku umum dalam praktik politik internasional. Dengan kemampuan tersebut, Uni Eropa menempatkan norma-norma fundamental seperti perdamaian, kebebasan, demokrasi, supremasi hukum dan hak asasi manusia sebagai fokus utama dalam hubungan politik internasionalnya. Dengan menormalisasikan norma-norma ini Uni Eropa berharap dalam praktik politik internasional kemudian dapat membangun kekuatan dan legitimasi yang lebih besar.²¹ Eksistensi kekuatan Uni Eropa dalam lanskap politik internasional yang cenderung bersifat normatif ini kemudian dapat mengkonfirmasi keberadaan dan

kapabilitas penggunaan sumber daya *soft power* yang mereka miliki.²²

Selain daripada itu, beberapa faktor lain seperti dominasi Hollywood dalam pasar film secara global dan perbedaan cara alur distribusi industri film Eropa juga diyakini menjadi alasan kuat mengapa festival film dijadikan metode distribusi dan pameran dalam mempromosikan produk-produk film yang mereka ciptakan.

Kebangkitan industri film Indonesia semenjak keterpurukan yang dialami pada era orde baru, membawa angin segar untuk pelaku industri. Dengan populasi 260 juta orang, yang sebagian besar populasinya adalah anak muda dengan literasi teknologi yang cukup baik. Indonesia menyeruak sebagai salah satu pasar film terbesar di Asia.

Menurut data yang dilampirkan Bloomberg, Pada tahun 2015, 16 juta tiket film berhasil terjual di Indonesia. Jumlah tersebut meningkat menjadi 43 juta pada tahun 2017. Terdapat banyak faktor yang dianggap menjadi pendorong utama kebangkitan industri film Indonesia, Keterbukaan terhadap investasi asing pada tahun 2015, peningkatan standar hidup, dan dorongan oleh studio dan distributor film besar untuk memproduksi lebih banyak produk film untuk pasar internasional adalah tiga elemen utama yang dianggap mendorong pertumbuhan pasar film Indonesia.²³

²¹ Richard. G. Whitman. (2011) *Norms, Power and Europe: A New Agenda for Study of the EU and International Relations*. Dalam *Normative Power Europe: Empirical and Theoretical Perspective*. Palgrave Macmillan. Hal 5

²² María. Luisa, Azpíroz. (2015) *Soft Power and Public Diplomacy: The Case of the European Union in Brazil*. USC Center on Public Diplomacy. Hal 6

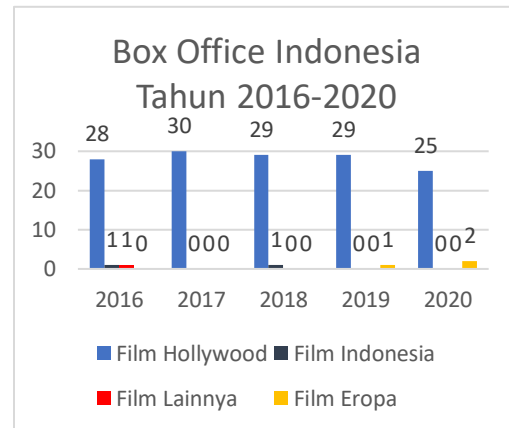
²³ Salna, Karis. (2019). *Hollywood Finds a New Golden Age of Cinema in Indonesia*.

Keputusan untuk mengizinkan investor asing berinvestasi dalam produksi, distribusi, dan kepemilikan bioskop pada tahun 2015 membawa dorongan besar bagi industri ini.²⁴

Perkembangan dan kenaikan jumlah layar bioskop lebih dari dua kali lipat sejak 2012 hingga mencapai 1.638 layar pada pertengahan 2018 dilihat sangat menjanjikan. Karena itu, box office akhirnya mulai melambung, mencapai \$345 juta pada tahun 2017, hingga menempatkan Indonesia sebagai pasar terbesar ke-15 di luar Amerika Utara, menurut data dari *Motion Picture Association*.²⁵

Meskipun perkembangan dan pertumbuhan industri perfilman nasional terlihat signifikan. Secara esensial, ia belum mampu menjadi industri yang esensial. Hal ini terlihat dari kontribusi industri film terhadap perekonomian Indonesia. Pada tahun 2015, industri film hanya menyumbang sekitar 0,16% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Sementara itu, rata-rata sektor industri kreatif saat itu mampu menyumbang hingga 6,03% terhadap PDB Indonesia.²⁶

Top 30 film terlaris di Indonesia Tahun 2016-2020



Sumber: *Box Office Mojo 2021*

Pasar film di Indonesia, hingga saat ini masih sangat didominasi oleh produk film yang didistribusikan oleh rumah-rumah produksi Hollywood. Setidaknya dalam distribusi film melalui layar bioskop, produksi film asal Amerika Serikat masih mendominasi jumlah layar bioskop di Indonesia. Dalam grafik dapat diamati bahwa pasar perfilman Indonesia masih sangat didominasi oleh Film-Film Hollywood, Amerika Serikat. Bahkan film lokal asal Indonesia pun kesulitan menunjukkan eksistensinya.

Meluasnya dan berkembangnya akses internet juga membuka ruang

Bloomberg. Diakses dari <https://www.bloomberg.com/news/features/2019-03-04/hollywood-finds-a-new-golden-age-of-cinema-in-indonesia>

²⁴ Chan, W Ronald. (2017). *Investors Should Buy a Ticket to Indonesia*. Bloomberg. Diakses dari

<https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2019-04-06/indonesia-s-movie-industry-should-attract-investors?leadSource=uverify%20wall>

²⁵ Shackleton, Liz. (2018). "Is Indonesia the world's next big growth story?". Screen Daily.

Diakses dari <https://www.screendaily.com/features/is-indonesia-the-worlds-next-big-growth-story/5134256.article>

²⁶ Ministry of Investment/BKPM. *Supporting the Indonesian Film Industry through The National Film Market*. Diakses dari <https://www.investindonesia.go.id/en/article-investment/detail/supporting-the-indonesian-film-industry-through-the-national-film-market>

distribusi baru bagi produk film. Kehadiran layanan penyedia *Video on Demand* (VOD) dan streaming seperti Netflix memberikan lebih banyak ruang untuk produk ini bisa bertemu dengan pangsa pasarnya. Kehadiran VOD dan Streaming juga memberikan lebih banyak variasi dan opsi yang ditawarkan kepada para pengguna.

Kehadiran berbagai *platform* ini memang memberikan ruang bagi produk film yang dahulunya tidak mampu bersaing untuk masuk kedalam distribusi jalur utama (bioskop). Lebih banyak pekerjaan bagi orang-orang yang bekerja di industri film, lebih banyak pilihan untuk ditonton orang, dan peluang bagi artis baru untuk dikenal.

Namun, ada beberapa konsekuensi yang hadir, dengan begitu banyak konten dan produk film yang ditampilkan, penyedia layanan VOD dan *streaming* cenderung menggunakan penentuan rekomendasi algoritma berdasarkan pemrograman mesin untuk menghadirkan konten dan produk yang sesuai dengan profil pengguna. Namun, penggunaan algoritma mesin dikritik masih gagal, karena kecenderungannya untuk menampilkan produk film yang berpotensi menghasilkan lebih banyak aktivitas yang dilakukan oleh pengguna. Sehingga produk-produk film yang sebelumnya tidak mendapat jalan di distribusi bioskop, juga terabaikan dalam lautan produk media

yang ada di layanan VOD dan streaming.²⁷

Disinilah mengapa Festival Film masih menjadi salah satu jalur distribusi paling menjanjikan. Adanya pendekatan kurasional yang dilakukan, serta bentuk festival memberikan kesempatan untuk produk film bertemu dengan penontonnya, dan penonton bertemu dengan produk film yang ingin mereka cari. Hal ini cukup memperkuat asumsi dari motif mengapa Uni Eropa menjadikan festival film sebagai salah satu platform penting dalam praktik diplomasi budayanya. Ditambah dengan komitmen Uni Eropa dibidang Media seperti yang saya paparkan sebelumnya juga menjadi salah satu indikasi-nya untuk mencoba bertahan dan melawan dominasi budaya dan ekonomi yang dilakukan oleh aktor lain.

Bagi beberapa aktor internasional, festival film dianggap sebagai salah satu cara paling efektif untuk menjangkau khalayak luas di wilayah tertentu. Terlebih di wilayah tersebut belum memiliki infrastruktur distribusi film yang baik, dan yang menjadi alasan kuat dalam pengadaan festival film sebagai bagian dari Diplomasi Budaya mereka adalah bagaimana film-film Eropa tidak memiliki status dan kesempatan di pasar yang mayoritas didominasi oleh film dari Hollywood, Amerika Serikat.²⁸

²⁷ Pajkovic, Niko. (2021). Algorithms and taste-making: Exposing the Netflix Recommender System's operational logics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* hal 13.

²⁸ KEA European Affairs. (2015) *Film Festivals at EU Delegations: Feasibility study exploring different possible modus operandi for making available a package of European films.*

Realita-nya, pasar film Uni Eropa saat ini didominasi oleh film-film Hollywood juga, meskipun industri film Eropa memelopori inovasi teknologi dan konten dalam pembuatan film. Hollywood mampu menguasai sekitar 70% pasar Uni Eropa pada tahun 2013, sedangkan hanya 26% dari jumlah tersebut diraih oleh produk film Eropa.²⁹

Jumlah produk film yang dibuat di *Hollywood* dan Eropa secara bertahap belakangan ini menjadi lebih seimbang. Namun, ada perbedaan signifikan dalam sifat film ini, target penonton, dan biaya produksi yang mempengaruhi alur distribusi -eksibisinya. Film *Hollywood* seringkali cukup mahal, dan pemasaran mereka bertujuan untuk menarik audiens yang besar dan mudah dipengaruhi. Film Eropa, di sisi lain, sering menargetkan penonton yang lebih kecil, lebih dewasa dan diproduksi dengan anggaran yang jauh lebih rendah.

Berbeda dengan struktur komersial Hollywood yang didasarkan pada pasar dan kekuatan finansial serta produksi film yang bersifat global. Model industri film Eropa sejak dahulu telah mengembangkan model yang dibangun untuk mendukung bakat individu dan perusahaan produksi kecil, yang berdampak pada kurangnya fokus pada distribusi internasional.³⁰ Karena posisi pasar yang terkonsentrasi, produk film Eropa tidak menikmati

jenis distribusi yang sama seperti film arus utama *Hollywood*. Tetapi mereka melayani bagian dari pasar, di mana intervensi publik dapat digunakan dengan sukses untuk melestarikan hasil produksi budaya yang berkualitas. Pelaksanaan Diplomasi Budaya melalui Festival Film ini juga menunjukkan intensi Uni Eropa yang ingin masuk ke pasar film di negara-negara dunia ketiga.

Tiga Prinsip Budaya dalam Festival Film *Europe on Screen* 2019-2020

Menurut *Council on Promoting of Public Diplomacy*, untuk mewujudkan implementasi diplomasi budaya, terdapat tiga prinsip yang perlu diperhatikan oleh para pelaku diplomasi budaya. Di antara ketiga prinsip tersebut adalah, prinsip penyebaran (*transmission*), prinsip penerimaan (*acceptance*) dan koeksistensi (*coexistence*).³¹

Prinsip Penyebaran (*Transmission*)

Prinsip ini menunjukkan bagaimana proses diplomasi budaya dilakukan oleh aktor dan bagaimana ia sampai terhadap publik asing. Proses penyebaran ini mengandung pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui budaya yang ditampilkan dengan harapan penyebaran kemudian akan meningkatkan rasa keingintahuan publik terhadap budaya tersebut.

Prinsip penyebaran yang dilakukan Uni Eropa dalam *Europe on*

²⁹ Katsarova, Ivana. (2014). *An overview of Europe's film industry*. European Parliament Think Tank. Diakses dari [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2014\)545705](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2014)545705)

³⁰ KEA European Affairs. (2015) Op Cit.

³¹ Siti Afifah, Gilang Nur. (2019). Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo. *Padjajaran Journal of International Relations Volume 1. No 2.*

Screen 2019 dilakukan melalui pengadaan festival itu sendiri. Penyelenggaraan festival dimaksudkan sebagai tempat bertemunya publik asing (dalam hal ini Indonesia) dengan produk film-film yang diproduksi dari negara-negara Eropa. Selain daripada itu, festival ini tidak hanya berpaku kepada pemutaran film saja, *Europe on Screen* 2019 memiliki banyak kegiatan edukatif dan interaktif bagi para pengunjungnya. Seperti, program diskusi dan seminar bersama pelaku industri film dari berbagai negara Eropa. Festival film *Europe on Screen* 2019 diadakan selama 13 Hari, di 8 kota besar di Indonesia dengan berbagai kegiatan penyebaran sebagai berikut;

1. Pemutaran Film

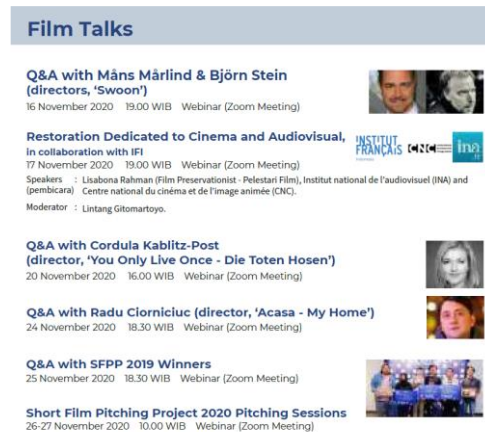
Europe on Screen 2019 menayangkan hingga 101 produk film yang diproduksi dari berbagai negara Eropa. Terdapat 53 film Fiksi dan 16 Dokumenter serta puluhan penayangan film pendek dan program-program lainnya. Sementara *Europe on Screen* 2020 menayangkan jumlah film yang jauh lebih sedikit daripada edisi pendahulunya, hanya menayangkan total 41 produk film yang diproduksi dari 25 negara eropa. 30 di antaranya adalah film Fiksi dan selebihnya Dokumenter. Berbeda dengan edisi sebelumnya, yang hanya diadakan di beberapa kota, festival film *Europe on Screen* 2020 berlangsung secara *online*. Ini memberikan cakupan geografis yang jauh lebih luas, termasuk hingga 34 provinsi diseluruh Indonesia, dari Sabang sampai Merauke.

³² *Europe on Screen 2020 Programme Booklet*

2. Film Talks

Europe on Screen 2019 dan 2020 juga menghadirkan sesi diskusi dan seminar dalam tema-tema seputar pembuatan film dengan berbagai pelaku industri film Eropa. Dalam ajang ini mereka mengundang para pelaku kreatif yang berada dibalik film-film yang diputar dalam ajang festival tersebut.³²

Gambar Program Film Talks yang diadakan di Europe on Screen 2020



Sumber: *Europe on Screen 2020 Programme Booklet*

3. Short-Film Pitch Project

Europe on Screen 2019 dan 2020 juga mengadakan program yang bernama *Short-Film Pitch Project*. Sebuah program yang dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada para pembuat film muda di Indonesia kesempatan mengajukan ide serta mendapatkan bantuan dana ataupun edukasi tentang pembuatan film agar mereka dapat merealisasikan proyek-proyek film mereka.³³

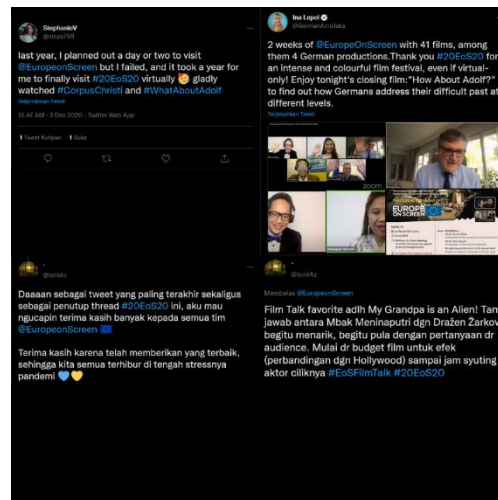
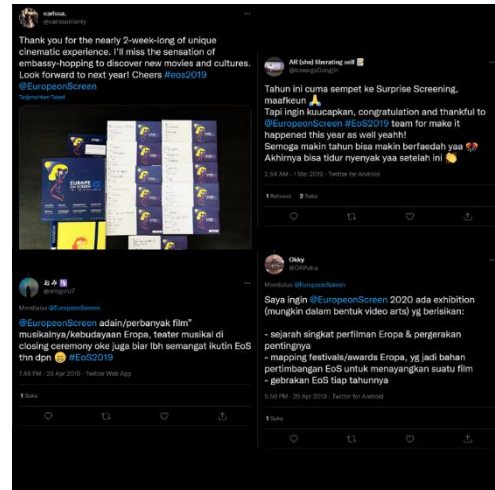
³³ *Europe on Screen 2020 Programme Booklet. Op Cit.*

Prinsip Penerimaan (Acceptance)

Prinsip penerimaan adalah bentuk evaluasi dari kegiatan diplomasi budaya, hal ini dilakukan untuk mengetahui tercapainya tujuan diplomasi atau tidak. Prinsip penerimaan yang terdapat pada ajang *Europe on Screen* 2019 dan 2020 bisa dilihat melalui beberapa pemberitaan di dunia maya dan juga beberapa pandangan positif yang penulis temukan di platform media sosial. Selain daripada itu, prinsip penerimaan dapat dilihat dari respon yang diberikan oleh peserta yang hadir dalam perhelatan Festival tersebut.

Europe on Screen adalah salah satu festival film terbesar di dunia, dengan rata-rata lebih dari 30.000 pengunjung setiap tahunnya. Dikutip dari laman sosial media @uni_eropa, Festival film *Europe on Screen* 2019 sendiri dihadiri hingga 32.000 pengunjung selama hampir 2 minggu perhelatannya.³⁴ Sedangkan untuk respons dan antusias pengunjung, penulis mengumpulkan beberapa testimoni dan respon publik terhadap penyelenggaraan festival film *Europe on Screen* 2019 dan 2020 di media sosial yang penulis kumpulkan melalui tagar #eos2019 dan #20EoS20 di platform Twitter.

Resepsi dan testimonial publik terhadap Festival *Europe on Screen* 2019 - 2020



Sumber: Pencarian Twitter dengan tagar #EoS2019 dan #20EoS20

Dari beberapa respon publik yang hadir dan berpartisipasi dalam festival *Europe on Screen* tersebut dapat terlihat antusiasme publik untuk hadir ke program-program yang diadakan. Namun, untuk saat ini penulis belum menemukan tanggapan

³⁴ EU in Indonesia. Diakses dari https://twitter.com/uni_eropa/status/1126672056265744384

dan opini publik yang hadir pada festival *Europe on Screen* 2019 dan 2020 terhadap Uni Eropa ataupun institusi Eropa lainnya.

Prinsip Koeksistensi (*Coexistence*)

Prinsip ini mengacu kepada bagaimana diplomasi kebudayaan dapat mengangkat dan menjunjung nilai-nilai perdamaian. Pelaksanaan Festival Film *Europe on Screen* 2019 dan 2020 menghadirkan program film dengan tema “realities” yang mengkurasi berbagai film-film dokumenter yang memotret kehidupan dan intrik sosial diseluruh daratan Eropa.

Gambar film yang diputar dalam program realities *Europe on Screen* 2019 - 2020



Distant Barking of Dogs

Denmark / 2017 / Documentary, War / 91 minutes / 12+

Director Simon Lereng Wilmont

23 April	17:15	Erasmus Huis Exhibition
26 April	16:30	Sulthara Gallery
26 April	16:30	Wisma Jerman Surabaya

This film focuses on the life of 10-year-old Oleg who lives in the small village of Hnutove, situated just a mile from the front line of the ongoing Russian-Ukrainian war. It underlines the consequences of war, its effects to children and what it's like to grow up in a war zone.

Film ini mengikuti kehidupan Oleg, seorang anak laki-laki berusia 10 tahun yang tinggal di desa Hnutove yang terletak 1 mil dari garis depan perang Rusia-Ukraina. Selain itu, film ini juga menegaskan konsekuensi dan akibat dari perang bagi anak-anak, dan juga bagaimana rasanya tumbuh di area perang.

Won First Appearance Award, Amsterdam International Documentary Film Festival 2017
Won FIPRESCI Prize and Human Values Award, Thessaloniki Documentary Film Festival 2018
Won Golden Gate Award - Documentary, San Francisco International Film Festival 2018

Acasă - My Home

Kapela

Director Radu Ciomitu

Romania / 2020 / Documentary / 96 min / 13+
24 November 16:30 WIB festivalscope.com



For the past two decades, the Enache family, consisting of nine children and their parents, have lived in perfect harmony in the wilderness of a rare urban ecosystem called Bucharest Delta. When the government decides to claim their home, the family is forced to move to the city and they must learn to conform to the rules of modern society

Selama dua dekade terakhir, keluarga Enache yang terdiri atas 9 anak dan orangtua mereka telah hidup dengan damai di ekosistem hutan yang bernama Bucharest Delta. Saat pemerintah memutuskan untuk mengklaim hutan tersebut, keluarga Enache terpaksa pindah ke kota dan harus beradaptasi dengan aturan masyarakat modern.

Special Jury Award for Cinematography, World Cinema Documentary, Sundance Film Festival 2020
DOK International Award, Munich International Documentary Festival 2020
Human Rights Award, Santiago Film Festival 2020
Special Jury Award, Thessaloniki Doc Film Festival 2020

Sumber: *Europe on Screen* 2019 - 2020 Programme Booklet

Kehadiran program “realities” sejalan dengan nilai-nilai dari prinsip koeksistensi dalam praktik diplomasi budaya. Produk-produk film yang ditampilkan menunjukkan potret persoalan sosial dan nilai-nilai yang diharapkan mampu meningkatkan pemahaman kolektif.

Selain daripada itu Kegiatan *Europe on Screen* pada tahun 2019 dan 2020 sendiri bersifat edukatif dan tidak memaksa, terlihat dari banyaknya program edukatif seperti *film talk* dan *short film pitch project* untuk para penggiat film Indonesia dapat meningkatkan kualitas produksi filmnya.

Persepsi Masyarakat Indonesia terhadap Uni Eropa

Secara historis, persepsi masyarakat Indonesia soal bangsa Eropa sudah dibentuk sejak era kolonialisme yang dilakukan bangsa-bangsa Eropa. Di sisi lain, Eropa dipandang sebagai kawasan modern,

dengan teknologi mutakhir, pertumbuhan, dan barang-barang unggulan. Pertentangan persepsi tentang Eropa tampaknya telah merasuki persepsi orang Indonesia tentang Uni Eropa secara keseluruhan. Namun pada saat ini, Hubungan rumit yang dihadapi kedua aktor tidak membantu banyak perubahan persepsi dan pengetahuan publik terhadap keberadaan Uni Eropa.

Evi Fitriani dalam penelitiannya menjelaskan kurangnya interaksi dan keterpaparan masyarakat Indonesia terhadap Uni Eropa adalah salah satu penyebab dari ketidakjelasan persepsi masyarakat terhadap institusi tersebut. Mayoritas orang Indonesia memiliki kontak langsung atau tidak langsung dengan satu atau lebih negara anggota Uni Eropa namun tidak berhubungan dengan institusi tersebut. Masyarakat Indonesia lebih akrab dan mengerti dengan negara Uni Eropa tertentu, meskipun seringkali bukan karena pandangan politik mereka. Kaum muda Indonesia juga memiliki perspektif terbatas yang serupa tentang Uni Eropa. Secara umum, mahasiswa Indonesia mengetahui keberadaan institusi tersebut, meskipun mereka tidak terlalu mengenalnya. Dalam survei-nya, yang diadakan terhadap lebih dari setengah dari 34 mahasiswa. Evi Fitriani menemukan bahwa mayoritas hanya memandang Uni Eropa sebagai kekuatan dalam perdagangan dan ekonomi, 20% melihatnya sebagai

aktor dalam urusan sosial dan budaya, dan hanya di bawah 18%. Selain itu, sedikitnya ketertarikan media untuk meliput tentang Uni Eropa, terbatasnya interaksi antara orang Indonesia dan orang Eropa, dan jarak geografis yang jauh antara Uni Eropa dan Indonesia, menjadi alasan yang membatasi persepsi tentang institusi tersebut di antara orang Indonesia.³⁵

Dalam penelitian yang diadakan pada tahun 2008, Berdasarkan usia, masyarakat Indonesia dengan usia 25-34 tahun adalah yang paling sadar (32%) dengan eksistensi Uni Eropa, diikuti oleh mereka yang berusia antara 34-44 tahun (23%) dengan hanya 18% dari kelompok termuda berusia 18-24 tahun.³⁶ tahun mengakui kesadaran Uni Eropa. Dari sini terlihat bahwa hanya ada sebagian publik yang menaruh ketertarikannya terhadap Uni Eropa. Tidaklah mengherankan bahwa hubungan antara Indonesia dan Uni Eropa terutama dilihat dari perspektif ekonomi, dengan fokus pada perdagangan. Namun, fakta bahwa sebagian besar responden tidak memiliki gambaran spontan tentang Uni Eropa, menunjukkan tingkat pengetahuan yang rendah tentang keberadaan dan unifikasi Eropa.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, penulis menarik kesimpulan bahwa Uni Eropa telah menerapkan prinsip-prinsip diplomasi kebudayaan dalam praktik

³⁵ Fitriani, Evi. (2022). Indonesia: Hoping for More Active Eu Relations. Dalam Rosa, Balfour. Lizza, Bomassi. Marta, Martinelli. *The Southern Mirror: Reflections on Europe from the Global South*. Carnegie Europe

³⁶ CPF Luhulima, Edward ML Panjaitan dan Anika Widiana. (2009) EU Images in Indonesia. Dalam Chaban. Natalia. Holland. Martin. Ryan. Peter. *The EU Through the Eyes of Asia (Volume II: New Cases, New Findings)*. World Scientific.

diplomasi budaya mereka dengan Indonesia melalui festival film *Europe on Screen* 2019 dan 2020. Meskipun persepsi dan stigma masyarakat Indonesia terhadap Uni Eropa sebagai institusi dan aktor internasional belum dapat diukur. Antusiasme masyarakat Indonesia terhadap praktik diplomasi budaya Uni Eropa melalui *Europe on Screen* dapat dilihat dari respon yang muncul di media sosial dan angka pengunjung yang tinggi tiap tahunnya.

Pertentangan persepsi tentang Eropa tampaknya telah merasuki persepsi orang Indonesia tentang Uni Eropa secara keseluruhan. Namun, kurangnya interaksi dan keterpaparan masyarakat Indonesia terhadap institusi Uni Eropa adalah salah satu penyebab dari ketidakjelasan persepsi masyarakat terhadap institusi tersebut. Mayoritas orang Indonesia memiliki kontak langsung atau tidak langsung dengan satu atau lebih negara anggota Uni Eropa namun tidak berhubungan dengan institusi ini. Jarak geografis juga menjadi alasan mengapa Uni Eropa tidak begitu populer di Indonesia. Pendekatan melalui diplomasi budaya seperti pada festival film *Europe on screen* 2019 dan 2020 kemudian diharapkan bisa menjembatani pengertian antar-individu dan merubah persepsi dan pengetahuan masyarakat Indonesia terhadap eksistensi Uni Eropa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Burchill, Scott. (2005). *Theories of international relations 3rd Edition*. Palgrave Macmillan.
- Carta, C., & Higgott, R. A. (2020). *Cultural diplomacy in Europe: between the domestic and the international*. Palgrave Macmillan.
- CPF Luhulima, Edward ML Panjaitan dan Anika Widiani. (2009) EU Images in Indonesia. Dalam Chaban. Natalia. Holland. Martin. Ryan. Peter. *The EU Through the Eyes of Asia (Volume II: New Cases, New Findings)*. World Scientific.
- Fitriani, Evi. (2022). Indonesia: Hoping for More Active Eu Relations. Dalam Rosa, Balfour. Lizza, Bomassi. Marta, Martinelli. *The Southern Mirror: Reflections on Europe from the Global South*. Carnage Europe
- Komite Film Dewan Kesenian Jakarta & Coffie (Coordination For Film Festival In Indonesia). (2019) *Direktori Festival Film Dunia dan Indonesia Edisi Revisi*. Dewan Kesenian Jakarta
- McGlinchey, S., Walters, R., & Scheinpflug, C. (2017). *International Relations Theory*. Open Textbook Library.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Richard. G. Whitman. (2011) Norms, Power and Europe: A New Agenda for Study of the EU and International Relations. Dalam

Normative Power Europe: Empirical and Theoretical Perspective. Palgrave Macmillan.

Snow, N., & Taylor, P. M. (2009). *Routledge handbook of public diplomacy.* Routledge.

Jurnal

Diana Crane (2014) Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies, national film industries, and transnational film, *International Journal of Cultural Policy*, 20:4, 365-382, DOI: 10.1080/10286632.2013.832233

Gijs De Vries. (2019). Cultural Diplomacy: The Missing Link in EU Foreign Policy. *Berlin Policy Journal*. Diakses dari <https://berlinpolicyjournal.com/cultural-diplomacy-a-missing-link-in-eu-foreign-policy/>

H. Chartrand. (1992) "International cultural affairs: A 14 country survey," *Journal of Arts Management, Law & Society* 22, no. 2 134-154.

Katsarova, Ivana. (2014). *An overview of Europe's film industry.* European Parliament Think Tank. Diakses dari [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2014\)545705](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2014)545705)

María. Luisa, Azpíroz. (2015) *Soft Power and Public Diplomacy: The Case of the European Union in Brazil.* USC Center on Public Diplomacy.

Nye Jr, J.S. (2008). "Public diplomacy and soft power". *The annals of the American academy of political and social science*, 616 (1)

Pajkovic, Niko. (2021). Algorithms and taste-making: Exposing the Netflix Recommender System's operational logics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*

Siti Afifah. Gilang Nur. (2019). Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo. *Padjajaran Journal of International Relations Volume 1. No 2.*

Van Kim Hoang Ha. (2016) Peran Diplomasi Budaya dalam Mewujudkan Komunitas Sosial-Budaya ASEAN: Kasus Vietnam. Dalam Jurnal "Ilmiah Pendidikan Vol. X, No. 1" University of Social Science and Humanities Vietnam. Hal 2

Dokumen

Europe on Screen 2019 Programme Booklet

Europe on Screen 2020 Programme Booklet

KEA European Affairs. (2015) *Film Festivals at EU Delegations: Feasibility study exploring different possible modus operandi for making available a package of European films.*

Website

- Chan, W Ronald. (2017). *Investors Should Buy a Ticket to Indonesia*. Bloomberg. Diakses dari <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2019-04-06/indonesia-s-movie-industry-should-attract-investors?leadSource=uverify%20wall>
- European Commision. (2007). *A glance at EU public diplomacy at work*. Diakses dari https://europa.eu/50/around_world/images/2007_50th_anniv_broch_en.pdf
- European Commision. (2016) *European film festivals as a unique opportunity for EU cultural diplomacy*. Diakses dari <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-film-festivals-unique-opportunity-eu-cultural-diplomacy>
- European Commision. (2019) *International cultural relations*. Diakses dari <https://ec.europa.eu/culture/policies/international-cultural-relations>
- EU in Indonesia. Diakses dari <https://twitter.com/uniropa/status/1126672056265744384>
- Ministry of Investment/BKPM. *Supporting the Indonesian Film Industry through The National Film Market*. Diakses dari <https://www.investindonesia.go.id/en/article-investment/detail/supporting-the-indonesian-film-industry-through-the-national-film-market>
- Osojnik, Marta. *Cultural Diplomacy and the European Union: Key Characters and Historical Development*. Diakses dari <http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/cd-eu.pdf>
- Salna, Karis. (2019). *Hollywood Finds a New Golden Age of Cinema in Indonesia*. Bloomberg. Diakses dari <https://www.bloomberg.com/news/features/2019-03-04/hollywood-finds-a-new-golden-age-of-cinema-in-indonesia>
- Shackleton, Liz. (2018). *“Is Indonesia the world’s next big growth story?”*. Screen Daily. Diakses dari <https://www.screendaily.com/features/is-indonesia-the-worlds-next-big-growth-story/5134256.article>

Skripsi

- Fadli (2016) *Film The Raid I Sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan*. Univeristas Andalas.
- Hun Ji Kwon. *The Impact of Cultural Events on the Cinema and Tourism in a Community, Busan: Busan’s Alternative Industry to the Cinema and Tourism Industry After the Pusan International Film Festival (PIFF)*.