



Article Informations  
Corresponding Email:  
dinda.hapsari4@gmail.com

Received: 09/08/2024; Accepted:  
23/10/2024; Published: 23/10/2024

## **DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENYIKAPI HAMBATAN NON TARIF UNI EROPA TERADAP EKSPOR CPO INDONESIA TAHUN 2017- 2020**

**Dinda Hapsari Asmarita**

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Jenderal Achmad Yani

### **Abstrak**

Diplomasi publik dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam upaya menyikapi hambatan non tarif Uni Eropa terhadap CPO Indonesia. Hal tersebut dikarenakan besarnya potensi ekspor CPO Indonesia, namun terhambat dikarenakan kebijakan RED I dan RED II yang dikeluarkan oleh Uni Eropa berdampak pada menurunnya citra kelapa sawit Indonesia serta volume ekspor CPO Indonesia ke Uni Eropa dan beberapa negara lainnya.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menjelaskan mengenai Diplomasi Publik Indonesia Dalam Menyikapi Hambatan Non Tarif Uni Eropa Terhadap Ekspor CPO Indonesia Tahun 2017-2020 berdasarkan perspektif konstruktivisme, konsep diplomasi publik, konsep perdagangan internasional dan konsep hambatan perdagangan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana pemerintah Indonesia menanggapi kebijakan Uni Eropa yang menurunkan nilai ekspor CPO Indonesia ke Uni Eropa. Sementara itu, kebijakan Uni Eropa berdampak signifikan terhadap reputasi CPO Indonesia yang menyebabkan terganggunya perekonomian negara dan penurunan ekspor CPO Indonesia ke sejumlah negara pengimpor. Jika masalah ini diabaikan, maka akan merusak reputasi CPO Indonesia yang pada akhirnya akan menyebabkan mitra yang membangun kerja sama perdagangan kehilangan kepercayaan terhadap CPO Indonesia dan menyebabkan ketidakstabilan serta gangguan ekonomi. Penelitian ini pada akhirnya membuktikan dan mendeskripsikan upaya diplomasi publik yang dilakukan Pemerintah Indonesia melalui tiga dimensi diplomasi publik yaitu news management, strategic communication dan relationship buildings, sebagai upaya dalam menangkalkan kebijakan Uni Eropa yang merugikan reputasi CPO Indonesia.

**Kata Kunci** : Diplomasi Publik, Indonesia, Crude Palm Oil, Renewable Energy Directive, Uni Eropa

### **Abstract**

*Public diplomacy is carried out by the Indonesian government in an effort to address the non-tariff barriers of the European Union towards Indonesian CPO. This is because of the large export potential of Indonesian CPO, but hindered by the RED I and RED II*

*policies issued by the European Union which have an impact on weakening the image of Indonesian palm oil and the volume of Indonesian CPO exports to the European Union and several other countries.*

*The main objective of this research is to identify, analyze, and explain Indonesia's Public Diplomacy in Responding to Non-Tariff Barriers of the European Union Towards Indonesian CPO Exports from 2017-2020 based on constructivist perspective, public diplomacy concept, international trade concept, and trade barrier concept.*

*The results of this research, shows the final result how the Indonesian government is responding to the European Union policies that have reduced the value of Indonesian CPO exports to the EU. Meanwhile, EU policies have a significant impact on the reputation of Indonesian CPO, leading to economic disruption in the country and a decrease in Indonesian CPO exports to some importing countries. If this issue is overlooked, it will damage the reputation of Indonesian CPO, ultimately causing trading partners to lose trust in Indonesian CPO, leading to instability and economic disturbances. This research ultimately proves and describes the efforts of public diplomacy undertaken by the Indonesian government through three dimensions of public diplomacy: news management, strategic communication, and relationship building, as efforts to counter the detrimental EU policies to the reputation of Indonesian CPO.*

**Keyword** : *Public diplomacy, Indonesia, Crude Palm Oil, Renewable Energy Directive, European Union*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia sebagai pengeksport minyak sawit atau Crude Palm Oil (CPO) terbesar di dunia di pasar internasional. Indonesia menguasai 47,6% produksi minyak sawit dunia, menjadikannya pemain pasar yang dominan. Uni Eropa adalah salah satu konsumen utama minyak sawit Indonesia. Mayoritas negara-negara yang tergabung dalam Uni Eropa (UE) banyak menggunakan minyak nabati untuk membuat energi terbarukan. Setelah minyak biji rape, minyak sawit menempati urutan kedua dalam konsumsi CPO Indonesia di Uni Eropa. Jumlah penggunaan yang besar terhadap minyak sawit inilah yang menjadi motivasi mengapa CPO sangat dibutuhkan di Uni Eropa. Dengan volume 2 juta ton, Uni Eropa menyusul India sebagai konsumen minyak sawit India terbesar kedua, dengan volume 2,1 juta ton.

Ekspor komoditas minyak kelapa sawit dalam perekonomian Indonesia memiliki posisi yang penting karena menjadi penyumbang devisa terbesar negara, mencapai \$ 22.9 Miliar atau setara dengan

432.4 Triliun Rupiah.<sup>1</sup> Hal ini membuat Indonesia menjadikan kawasan Uni Eropa sebagai kawasan potensial dalam perdagangan CPO dikarenakan Uni Eropa dapat memberikan keuntungan bagi pemasukan devisa negara. Dengan meningkatnya permintaan global terhadap minyak kelapa sawit, ikut mendorong perkembangan lahan perkebunan kelapa sawit yang berada di Indonesia. Terdapat juga negara lain yang menjadi produsen kelapa sawit terbesar di dunia selain Indonesia, diantaranya adalah Malaysia, Thailand, Nigeria, dan Colombia.<sup>2</sup>

Namun dengan tingginya popularitas perdagangan Crude Palm Oil (CPO) memunculkan berbagai isu tentang kelapa sawit yang tidak ramah lingkungan dan menjadi sumber penyebab deforestasi, pemanasan global dan perubahan iklim. Berbagai isu tersebut akhirnya menjadikan kelapa sawit yang berasal dari Indonesia mengalami hambatan terkait dengan kegiatan ekspor CPO. Salah satu negara yang menggunakan isu – isu tersebut adalah Uni Eropa yang memberlakukan pembatasan terhadap impor minyak kelapa sawit Indonesia.

Kerusakan lingkungan menjadi alasan utama mengapa Uni Eropa mempersulit impor CPO dari Indonesia. Uni Eropa bahkan berupaya melarang penggunaan minyak sawit sebagai bahan bakar biodiesel untuk sumber energi terbarukan melalui parlemennya. Kebijakan Renewable Energy Directive (RED) yang dikeluarkan oleh Eropa tahun 2009 menetapkan CPO sebagai bahan bakar tidak ramah lingkungan dan penggunaannya akan dihapuskan secara berkala dari Uni Eropa pada 2030.<sup>3</sup> Indonesia sebagai negara eksportir minyak

---

<sup>1</sup> Indonesian Eximbank Institute, *Analisa Rantai Pasok (Suppl Chain) Komoditas Unggulan Ekspor Indonesia: Minyak Sawit*, Jakarta, UNIED Unviersity Network for Indonesia Export Development, dapat diakses di <http://indonesiaeximbank.go.id/research/downloads/13>

<sup>2</sup> GAPKI, *Refleksi Industri Kelapa Sawit Tahun 2017 dan Prospek 2018*, Indonesian Palm Oil Association (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia), Dapat diakses di <https://gapki.id/news/4140/refleksi-industri-kelapa-sawit-2017-dan-prospek-2018>

<sup>3</sup> Directive (EU), “The Promotion Of The Use Of Energy From Renewable Sources”, Of The European Parliament And Of The Council, (11 December 2018) internet, 29 Oktober 2022, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content>

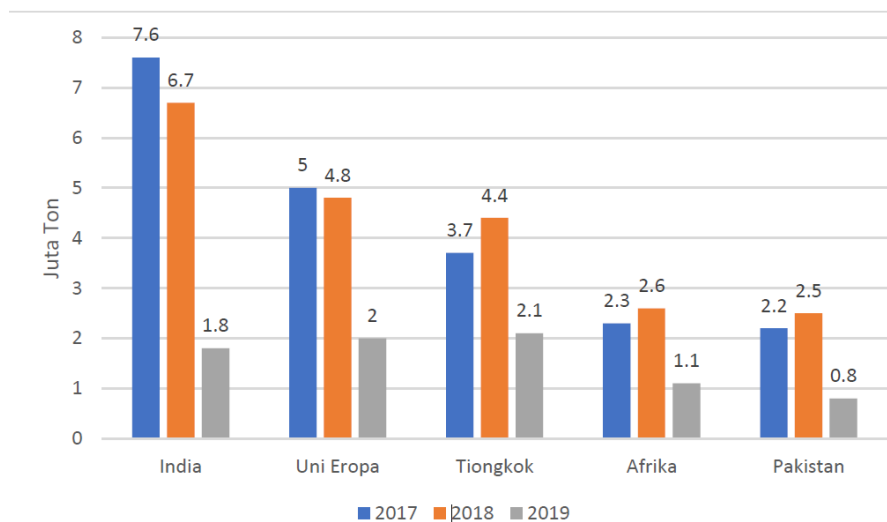
kelapa sawit terbesar, penerapan RED oleh Uni Eropa dianggap sebagai hambatan yang dibuat oleh UE untuk dapat melindungi eksistensi komoditas minyak nabati yang diproduksi di negaranya.

Kebijakan Renewable Energy Directive (RED) yang dikeluarkan oleh Eropa tahun 2009 menetapkan CPO sebagai bahan bakar tidak ramah lingkungan dan penggunaannya akan dihapuskan secara berkala dari Uni Eropa pada 2030.<sup>4</sup> Indonesia sebagai negara eksportir minyak kelapa sawit terbesar, penerapan RED oleh Uni Eropa dianggap sebagai hambatan yang dibuat oleh UE untuk dapat melindungi eksistensi komoditas minyak nabati yang diproduksi di negaranya.

Parlemen Uni Eropa mengeluarkan *Official Journal of the European Union* pada 4 April 2017 berjudul *Palm Oil and Deforestation of Rainforests* yang merupakan sebuah resolusi sawit yang menetapkan kebijakan tentang minyak kelapa sawit. Dalam catatan tersebut berisi catatan negatif terkait dengan industri kelapa sawit. Disebutkan bahwa lahan yang digunakan untuk perkebunan kelapa sawit akan mengalami masalah besar karena dihadapkan pada isu deforestasi, kerusakan habitat, bahkan isu - isu terkait pelanggaran hak asasi manusia dan pekerja di bawah umur.

---

<sup>4</sup> Directive (EU), 2018, Of The European Parliament And Of The Council Of 11 December 2018 On The Promotion Of The Use Of Energy From Renewable Sources Parlemen Eropa, Dapat diakses difile:///C:/Users/USER/Downloads/Documents/DIRECTIVE%20(EU)%202018\_2001%20of%20th%20European%20Parliament%20and%20of%20the%20Council%20of%2011%20December%202018.pdf



Grafik Negara Tujuan Utama Ekspor CPO Indonesia

Sumber : Katadata

Kebijakan yang dibuat oleh Uni Eropa yang menjadi hambatan dalam kegiatan ekspor impor minyak kelapa sawit dibuat untuk melindungi komoditas lokal seperti *rapeseed oil* atau minyak bunga canola dan minyak bunga matahari yang sulit bersaing dengan CPO dari Indonesia yang masuk ke pasar Uni Eropa. Ekspor CPO dari Indonesia ke beberapa negara telah menurun mulai sekitar tahun 2017 hingga 2019, sebagaimana terlihat dari informasi di atas. Oleh sebab itu, dengan melihat besarnya potensi industri CPO bagi Indonesia namun terhambat oleh kebijakan yang dikeluarkan oleh Uni Eropa, Indonesia berupaya menyusun strategi dalam upaya untuk menstabilkan posisi ekspor CPO dalam negeri agar kembali normal dan volume dagang ekspor CPO tidak terus menurun setiap tahunnya. Sehingga penulis tertarik untuk menganalisis “Bagaimana Upaya Diplomasi Publik Indonesia dalam menyikapi hambatan non tarif Uni Eropa terhadap ekspor CPO Indonesia pada tahun 2017-2020?”

**UPAYA DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENYIKAPI HAMBATAN NON TARIF UNI EROPA TERADAP EKSPOR CPO INDONESIA TAHUN 2017-2020 MELALUI TIGA DIMENSI AKTIVITAS DIPLOMASI PUBLIK**

Menurut Mark Leonard, dalam diplomasi publik keterkaitan isu dan image saling berkesinambungan, saling mempengaruhi, dalam kata lain disebut resiprokal. Hal tersebut menandakan bahwa, baik isu mempengaruhi image maupun sebaliknya yaitu image juga mempengaruhi isu. Seperti isu tidak ramah lingkungan (penyebab utama deforestasi dan perubahan iklim), isu korupsi, isu pekerja anak, isu pelanggaran HAM (Hak Asasi Manusia), isu mengesampingkan hak masyarakat adat, dan isu kerusakan habitat yang dilekatkan kepada CPO asal Indonesia oleh Uni Eropa dalam kebijakan RED I dan II. Isu-isu tersebut tentu berdampak besar terhadap image atau citra CPO asal Indonesia sehingga perekonomian Indonesia terutama ekspor CPO di beberapa negara importir terganggu dan cenderung menurun. Jika isu tersebut dibiarkan, tentu akan memperburuk image CPO Indonesia yang pada akhirnya berujung kepada hilangnya kepercayaan mitra yang membangun kerjasama dalam perdagangan CPO dan mengganggu perekonomian dan stabilitas Indonesia. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia harus melakukan upaya-upaya atas isu yang mempengaruhi image negatif atas CPO Indonesia. Menurut Mark Leonard, Isu-isu yang melekat pada sebuah negara dapat diubah dengan image yang dibentuk melalui tiga dimensi diplomasi publik yaitu aktivitas-aktivitas diplomasi publik.

Aktivitas diplomasi publik terdiri atas news management, strategic communications, dan relationship building. Secara garis besar tujuan yang hendak dicapai dalam diplomasi publik menurut Mark Leonard yaitu untuk membangun image suatu negara atas isu-isu yang berkembang di negara tersebut; membentuk opini publik di masyarakat untuk mengubah persepsi publik pada negara tersebut; menarik minat masyarakat kepada suatu negara; dan mempengaruhi perilaku publik. Tujuan diplomasi publik dapat diperoleh melalui aktivitas-aktivitas diplomasi publik. Aktivitas-aktivitas diplomasi publik dilakukan oleh Pemerintah Indonesia untuk menepis isu negatif CPO Indonesia atas black campaign maupun hambatan non tarif Uni

Eropa melalui Kebijakan RED I dan II, selain itu juga untuk membentuk image atau citra positif CPO Indonesia di kancah internasional. Image atau citra positif CPO Indonesia dibentuk melalui aktivitas-aktivitas diplomasi publik Indonesia dengan mempengaruhi persepsi publik domestik dan internasional. Aktivitas dan konten publikasi hasil aktivitas mengandung dan menunjukkan pesan-pesan yang meningkatkan image positif CPO Indonesia, bahwa CPO asal Indonesia terjamin aman, tidak merusak lingkungan, dan menjunjung tinggi HAM dalam tiap prosesnya baik tahapan produksi hingga distribusi. Oleh karena itu, berikut upaya Pemerintah Indonesia melalui aktivitas-aktivitas diplomasi publik Indonesia dalam menepis isu negatif CPO Indonesia atas black campaign maupun hambatan non tarif Uni Eropa melalui Kebijakan RED I dan II juga untuk membentuk image atau citra positif CPO Indonesia akan dijelaskan secara lebih detail di bawah ini.

### **News Management yang Dilakukan Pemerintah Indonesia dalam menyikapi hambatan Uni Eropa terhadap CPO Indonesia**

Didorong oleh globalisasi yang menyebabkan perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat, membuat news management atau manajemen berita sebagai fasilitas, alat atau penyalur hubungan government to public (G to P) mengalami banyak perkembangan yang memudahkannya menjangkau lebih banyak audiens penerima pesan. Oleh karena itu, bentuk news management tidak hanya terpaku pada media konvensional saja, namun juga media yang bentuknya digital. Bentuk-bentuk news management dapat berupa media massa konvensional, elektronik, dan digital; Platform atau aplikasi sosial media melalui internet; Website resmi; Pers Conference atau Konferensi Pers; dan lain sebagainya. Berikut merupakan aktivitas diplomasi publik news management yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia periode tahun 2017-2020

Pemerintah Indonesia menggunakan Website Untuk meningkatkan citra positif CPO Indonesia dengan menyebarkan informasi kepada dua audiens yaitu lokal dan internasional sesuai dengan bagaimana peran dari

News Management. Selain itu juga, terdapat website resmi milik instansi atau organisasi swasta, yang digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai kelapa sawit Indonesia. Melalui Website resmi terdapat Website Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Website Direktorat Jenderal Perkebunan, Website Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, Website Serikat Petani Kelapa Sawit, Website Resmi BPK (Badan Pemeriksa Keuangan) Republik Indonesia.

Pemerintah Indonesia melaksanakan aktivitas penyebaran informasi untuk meningkatkan citra positif terhadap CPO Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari upaya Pemerintah Indonesia dalam melakukan diplomasi intensif terhadap pemerintahan maupun masyarakat di negara kawasan Uni Eropa dengan turut menghadiri berbagai press conference (konferensi pers). Pada tanggal 15 Mei 2018 melalui Kementerian Koordinator Bidang Kemitraan dan Investasi menghadiri konferensi Internasional yang berjudul “Eradicating Poverty Through The Agriculture and Plantation Industry to Empower Peace and Humanity” yang berlokasi di Universitas Pontifical Urbana di Roma, Italy. konferensi pers tersebut dihadiri oleh berbagai perwakilan negara, yang terdiri dari duta besar, akademisi dan juga para pelaku industri. dalam konferensi pers ini, Indonesia diwakili oleh Duta Besar RI di Jerman yang merupakan salah satu kawasan Eropa yaitu Arif Havas Oegroseno dan juga Menteri koordinator bidang kemitraan dan Investasi yaitu Luhut Binsar Pandjaitan. Menko kemitraan juga mengatakan bahwa dalam mengembangkan industri perkebunan kelapa sawit dan industri turunan CPO yang dikaitkan dengan isu lingkungan Pemerintah Indonesia akan bersikap transparan dalam mengatasi isu tersebut. Selain itu, pemerintah juga mematuhi program sertifikasi dan standar minyak sawit berkelanjutan di negara tujuan ekspor. Selain itu, dalam paparannya bahwa industri kelapa sawit dan perkebunan Indonesia sangat penting untuk mengurangi kemiskinan. Menurutnya, 2,3 juta rakyat kecil mengelola 41% dari 11,26 juta hektar perkebunan kelapa sawit. Ia berharap pembahasan forum internasional tersebut akan menghasilkan rekomendasi yang adil dan bermanfaat bagi kebijakan pemerintah di kawasan Uni Eropa



Pemerintah Indonesia melaksanakan berbagai upaya diplomasi publik untuk meningkatkan citra positif CPO Indonesia di mata global melalui news management dengan mengeluarkan Press Release atau siaran pers terkait CPO Indonesia. sehingga informasi yang disampaikan oleh Pemerintah Indonesia sesuai dengan tujuan dari citra positif yang ingin ditingkatkan terhadap CPO Indonesia yang merupakan sikap untuk menepis citra buruk minyak kelapa sawit yang diisukan oleh Uni Eropa. Terdapat Press Release Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dengan judul “Pertemuan Tingkat Menteri Keempat CPOPC : Mempertahankan Industri Minyak Sawit di Tengah Tantangan Global”; Press Release Kementerian Keuangan Republik Indonesia dengan tajuk Pemerintah melalui Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDPKS) Kucurkan Rp. 2,78 triliun untuk Pengembangan Sawit Berkelanjutan.

### **Strategic Communication yang Dilakukan Pemerintah Indonesia dalam menyikapi hambatan Uni Eropa terhadap CPO Indonesia**

Strategic Communications atau komunikasi strategis yang menurut penuturan Mark Leonard merupakan dimensi kedua diplomasi publik ini adalah sebuah rangkaian pembentukan tema atau materi dari pesan utama yang ingin disampaikan negara dan secara garis besar bentuknya seperti kampanye politik dengan menyebarkan nilai-nilai positif negara. Komunikasi strategis tentunya bertujuan untuk mempromosikan atau mengkampanyekan pesan yang ingin disampaikan dalam mempengaruhi dan membentuk persepsi publik. Kegiatan strategis yang dilakukan merupakan kegiatan yang dirancang memperkuat pesan inti dan mempengaruhi persepsi audiens yang berkaitan dengan penggunaan budaya populer maupun diskursus dan didasari oleh identitas maupun nilai suatu negara baik dari budaya maupun bahasa. Oleh karena itu, berikut penjelasan lebih lanjut terkait aktivitas strategic communications yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia periode tahun 2017-2020.

Pemerintah Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Image Positif CPO Indonesia Dengan Promosi atau Kampanye Melalui Poster kampanye dibuat

oleh Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) di Lyon, Prancis, dengan tujuan untuk mengedukasi konsumen Prancis tentang kemajuan Indonesia menuju produksi minyak kelapa sawit yang berkelanjutan. Keluhan publik dicatat terhadap iklan misi tersebut, yang diterima oleh JDP (Jury de Deontologie Publicitaire/JDP) komisi moral promosi Prancis. Untuk mengumpulkan informasi guna mendukung klaim bahwa minyak kelapa sawit Indonesia memenuhi standar ekologis dan berkelanjutan.

Pemerintah Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Image Positif CPO Indonesia Dengan Promosi atau Kampanye Melalui Video yang didukung dan diproduksi oleh Kementerian Pertanian mengangkat tema kampanye atau promosi kebijakan ISPO atau Kelapa Sawit Berkelanjutan dan ramah lingkungan di Indonesia yang berkerjasama dengan Yayasan Keanekaragaman Hayati (KEHATI) melalui Program SPOS Indonesia bersama mitra Lembaga Ekolabel Indonesia. Kampanye terkait kebijakan ISPO tersebut dituangkan dalam bentuk video yang diunggah pada akun youtube symSPOSia bertujuan untuk menyebarkan informasi, latar belakang dan penjelasan mengenai Sertifikasi ISPO.

Pemerintah Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Image Positif CPO Indonesia Dengan Promosi atau Kampanye Melalui Media Visit (Kunjungan Media Massa) seperti yang dilakukan Deputi II Kementerian Koordinasi dan Perekonomian Bidang Pertanian dan Pangan sebagai Narasumber Pada Senin 04 November 2019 di Program Power Lunch CNBC Indonesia dan memberikan pernyataan terkait proses administrasi dan proses komunikasi publik terkait Indonesian Sustainable Palm Oil System (ISPO) telah dilaksanakan dan akan segera ditandatangani Presiden Jokowi. Wawancara yang dilakukan di CNBC Indonesia merupakan langkah yang tepat; Deputi Bidang II Kementerian Koordinasi dan Perekonomian sebagai Narasumber Pada Program Berita Satu BTV Pada 23 Februari 2018, menyampaikan informasi terkait Kebijakan ISPO Indonesia merupakan sertifikasi yang menyatakan produk sawit Indonesia sesuai dengan standar yang diperlukan; Wawancara Spesial Menteri Luar Negeri RI Retno Marsudi Pada Program Berita Satu BTV Marsudi memberikan beberapa penjelasan dan tanggapan atas persoalan CPO Indonesia yang tengah menghadapi hambatan Uni Eropa;

Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia sebagai Narasumber Pada Program Squawk Box CNBC Indonesia Pada hari Rabu tanggal 21 Maret 2019 pemerintah Indonesia siap melawan diskriminasi Uni Eropa atas CPO Indonesia dan akan menengkuh langkah yang tegas atas persoalan ini; Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sebagai Narasumber Pada Program Squawk Box CNBC Indonesia Pada tanggal 5 Agustus 2019 dan menyatakan status quo “Indonesia tengah menghadapi pelarangan ekspor sawit (CPO) oleh Uni Eropa” yang dikaitkan dengan komitmen penggunaan energi berkelanjutan dan isu CPO Indonesia tidak memenuhi kriteria berkelanjutan hanyalah berita yang kurang tepat.

Pemerintah Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Image Positif CPO Indonesia Dengan Promosi atau Kampanye Sebagai Pembicara di Konferensi Palm Oil Pada tanggal 31 Oktober hingga 1 November 2019 telah diselenggarakannya Konferensi minyak sawit dunia dengan tajuk "15th Indonesian Palm Oil Conference (IPOC) 2019 and 2020 Price Outlook" yang berlokasi di The Westin Resort di Bali International Convention Center, Nusa Dua, Bali, Indonesia. pemerintah Indonesia pada konferensi ini didapuk menjadi salah satu pembicara, yang diwakili oleh Wakil Presiden Republik Indonesia, KH Ma'ruf Amin; Deputi Bidang Koordinasi Pangan dan Pertanian Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Muzdalifah; dan Wakil Menteri Luar Negeri (Wamenlu) Republik Indonesia, Mahendra Siregar. Merupakan kesempatan yang baik dalam menyampaikan pesan-pesan inti mengenai komitmen pemerintah Indonesia dalam peningkatan kualitas CPO Indonesia yang berkelanjutan. Menjadi pembicara pada konferensi ini tentu menjadi langkah strategis diplomasi publik Indonesia dalam meningkatkan citra CPO Indonesia, karena konferensi ini dihadiri 1.100 peserta delegasi 18 negara dan diliput oleh hampir hampir 70 wartawan media massa nasional dan internasional juga beberapa jurnalis terpilih. Secara garis besar perwakilan Pemerintah Indonesia yang menjadi pembicara memberikan beberapa informasi terkait CPO Indonesia seperti:

- Memberikan sains data terkait kebijakan Indonesian Sustainable Palm Oil System (ISPO) bahwa, jumlah total 72 anggota GAPKI atau Perusahaan Sawit Indonesia telah memiliki sertifikasi

(ISPO) dan akan terus ditingkatkan hingga 725 di tahun 2020. Sehingga kampanye hitam antisawit yang dilontarkan Uni Eropa bisa terbantahkan dengan sendirinya seiring penerapan industri sawit berkelanjutan. Pemerintah Indonesia mendorong Program Peremajaan Sawit Rakyat (PSR) dengan target 185 ribu hektare peremajaan lahan sawit pada tahun 2019.

- Pemerintah Indonesia akan bersifat defensif terkait persoalan hambatan Uni Eropa atas CPO Indonesia ke WTO. Karena Sawit merupakan komoditas strategis nasional yang mencangkup 17 Juta jiwa yang bergantung atas Industri ini. Industri sawit merupakan salah satu pemenuhan SDGs 2030.
- Sebagai tambahan, selain pembicara atas nama Pemerintah Indonesia terdapat juga dukungan Prof. Pietro Paganini, John Cabot University of Roma. Prof. Pietro Paganini memberikan peringatan atas kampanye global antisawit yang membawa isu kesehatan hanyalah kamuflase dari strategi pasar Uni Eropa dalam memperkuat pasar minyak nabati produksinya di kancah internasional.

### **Relationship Buildings yang Dilakukan Pemerintah Indonesia Dalam Menyikapi Hambatan Uni Eropa Terhadap CPO Indonesia**

Relationship building atau pembangunan hubungan merupakan dimensi diplomasi publik ketiga atau terakhir menurut Mark Leonard ini merupakan aktivitas diplomasi publik dalam membangun hubungan jangka panjang, yang melibatkan kegiatan bersama antar aktor individu-individu dan tokoh kunci negara lain. Rangkaian aktivitas pembangunan hubungan ini bentuknya dapat dilakukan berupa kerjasama melalui beasiswa, pertukaran, pelatihan tenaga ahli dan pembentukan alumni atau diaspora, seminar, konferensi dan akses ke seluruh media yang tersedia. Aktivitas relationship building inilah yang memiliki skala waktu yang paling lama, yang mana relationship building membutuhkan jangka waktu tahunan untuk melihat dampaknya agar nantinya dapat memenuhi kepentingan masing-masing pihak dalam kerjasama selanjutnya. Selain itu, mengembangkan

hubungan yang telah dibangun dapat memastikan bahwa pengalaman yang diambil orang adalah positif sehingga memberikan image yang baik. Secara singkat, pada aktivitas relationship building terdapat keterlibatan tokoh kunci melalui belajar langsung dan kegiatan melihat kehidupan langsung masyarakat lokal (people to people contact).

Dalam diplomasi publik, aktivitas relationship ini sangat penting untuk dilaksanakan karena hubungan yang dibangun memberikan pengalaman langsung yang dirasakan aktor (target audiens) mengenai image yang ingin dibangun. Sehingga pengalaman aktivitas yang dirasakan aktor (target audiens) tidak hanya menerima pesan inti yang diinginkan namun juga akan memiliki nilai-nilai serta negara tersebut dan diharapkan akan dibagikan dalam bentuk informasi maupun ilmu di negara asalnya. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Mark Leonard bahwa, yang terpenting dalam relationship building tidak hanya membangun hubungan saja, tetapi untuk memastikan bahwa dapat memberikan pengalaman positif atau legacy kepada mereka dan menindaklanjuti dalam menerapkan pengalaman yang di dapat. Dalam melakukan Relationship building dengan aktor lainnya terutama negara anggota Uni Eropa dan negara mitra dagang CPO dalam meningkatkan image positif CPO Indonesia. Aktivitas yang akan dijelaskan peneliti berupa kegiatan bersama atau kegiatan belajar langsung/visit yang dilakukan oleh pemerintah indonesia/pengusaha atau pebisnis CPO/ tokoh penting atau terkemuka/masyarakat asal indonesia dengan masyarakat lokal (terutama negara eropa atau negara mitra dagang CPO). Oleh karena itu, berikut penjelasan lebih lanjut terkait aktivitas relationship building yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia periode tahun 2017-2020:

Pemerintah Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan image positif CPO Indonesia Melalui Kegiatan Oil Palm Course 2017 Selama tiga minggu, pada 20 November hingga 9 Desember 2017, diselenggarakan Oil Palm Course. Rangkaian kegiatan Oil Palm Course 2017 dibuka secara resmi oleh Wakil Menteri Luar Negeri Republik Indonesia, Dr. A. M. Fachir di Ruang Nusantara, Kementerian Luar Negeri, pada 20 November 2017. Wakil Menteri Luar Negeri menegaskan dalam sambutannya bahwa upaya Indonesia membangun industri kelapa sawit yang berkelanjutan sejalan dengan

komitmennya untuk mencapai tujuan dalam Agenda 2030, yaitu Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau Sustainable Development Goals. Diharapkan kursus ini dapat memberikan satu sudut pandang lagi tentang industri kelapa sawit. Selain itu, dengan partisipasi dan dukungan dari para pemangku kepentingan di industri kelapa sawit Indonesia, Wakil Menteri Luar Negeri berharap upaya serupa dapat terus berlanjut di masa mendatang. Dihadiri Sebanyak 16 orang yang mengikuti kursus kelapa sawit pada tahun 2017, terdiri dari 5 orang perwakilan dari warga negara Indonesia dan 11 orang perwakilan dari warga negara asing. Sebanyak 11 orang peserta asing terdiri dari 7 orang warga negara Jerman, 1 orang warga negara Spanyol, 1 orang warga negara Italia, 1 orang warga negara Kolombia, dan 1 orang warga negara Malaysia. Sementara itu, 5 orang delegasi Indonesia terdiri dari 3 orang akademisi yang merupakan perwakilan dari Institut Pertanian Bogor, Universitas Jambi, dan Universitas Tadulako Palu, serta 2 orang perwakilan muda dari Kementerian Luar Negeri.

Pemerintah Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Image positif CPO Indonesia Melalui Working Group Komisi Eropa bidang Lingkungan Hidup dan Perubahan Iklim bersama Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan dan Joint Mission of the Council of Palm Oil Producing Countries (CPOPC) antara Indonesia-Malaysia-Kolombia. Membahas mengenai kebijakan Pemerintah Indonesia dalam menekan angka deforestasi dan penguatan sistem sertifikasi kelapa sawit berkelanjutan (Indonesia Sustainability Palm Oil/ISPO); penurunan signifikan angka deforestasi dari 1,09 juta hektar menjadi 0,61 juta hektar pada tahun 2017; berbicara dengan para pemimpin UE tentang keprihatinan serius Pemerintah Indonesia dan menyampaikan keberatan yang kuat terhadap Delegated Regulation Supplementing Directive 2018/2001 dari European Union Renewable Energy Directive II, yang juga dikenal sebagai Delegated Act.

Pada tanggal 16 hingga 18 April 2018 Pemerintah Indonesia melaksanakan salah satu aktivitas diplomasi publiknya melalui relationship building, dengan melakukan program eksekutif praktik kunjungan langsung kelapa sawit berkelanjutan di Indonesia. Program tersebut diinisiasi oleh Kementerian Luar Negeri melalui Badan Perencanaan dan Pengembangan

Kebijakan bersama dengan Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDPKS), Pemerintah Provinsi Jambi dan Universitas Jambi. Program tersebut secara khusus mengundang dan mengajak Duta Besar serta Diplomat dari sembilan negara anggota Uni Eropa guna melihat secara langsung praktik kelapa sawit berkelanjutan yang dilaksanakan di Asian Agri, Jambi.

## **KESIMPULAN**

Dalam menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana Upaya Diplomasi Publik Indonesia dalam menyikapi hambatan non tarif Uni Eropa terhadap ekspor CPO Indonesia pada tahun 2017-2020?” peneliti menjawab dengan mendeskripsikan dan menganalisis temuan penelitian menggunakan perspektif konstruktivisme, konsep diplomasi publik, konsep perdagangan internasional dan konsep hambatan perdagangan.

Diplomasi publik dibutuhkan dalam menyelesaikan persoalan antara Indonesia dan Uni Eropa terkait dengan pemberlakuan kebijakan yang dikeluarkan oleh Uni Eropa yang dimana terjadinya diskriminasi terhadap CPO Indonesia. Kebijakan yang dikeluarkan oleh Uni Eropa tersebut merugikan produk CPO Indonesia, dikarenakan Uni Eropa mengeluarkan kebijakan yang menganggap CPO Indonesia tidak ramah lingkungan dan tidak memperhatikan indikator pemenuhan SDG's tentang keberlanjutan. Hal tersebut tentunya sangat berdampak terhadap image atau citra CPO Indonesia yang dianggap negatif di mata global dan mengakibatkan turunnya volume perdagangan tidak hanya terhadap ekspor ke Uni Eropa tetapi juga terhadap negara lain.

Pemerintah Indonesia melaksanakan diplomasi publik dengan masyarakat internasional untuk mempromosikan atau menyebarkan pesan bahwa CPO Indonesia merupakan minyak nabati yang memperhatikan lingkungan dan keberlanjutan serta sesuai dengan standar internasional dalam proses pembuatannya. Upaya pemerintah Indonesia dalam melaksanakan diplomasi publiknya juga dapat memperoleh manfaat dari kerja sama dan keterlibatan aktor-aktor lain di luar pemerintah. Hal ini

didasari dengan adanya pertemuan-pertemuan Pemerintah Indonesia dengan berbagai tokoh kunci dan masyarakat internasional, Salah satunya adalah kegiatan Palm Oil Course yang dilakukan oleh Indonesia dengan mengundang perwakilan masyarakat internasional untuk ikut serta dalam bagaimana proses CPO Indonesia dibuat. Dimana salah satu perwakilan Palm Oil Course yaitu Markus Wolter dari World Wildlife Fund (WWF) di Jerman, memuji kesempatan untuk mempelajari proses produksi minyak sawit di Indonesia, termasuk aspek sosial dan kemanusiaan petani kelapa sawit kecil, atas nama semua peserta. Hal ini kemudian dapat menjadi citra bahwa upaya - upaya Diplomasi Publik yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia merupakan media yang dapat dimanfaatkan sebagai instrumen taktik publik untuk menggarap citra positif suatu negara.

Pemerintah Indonesia telah melaksanakan berbagai kegiatan diplomasi publik yang sejalan dengan pelaksanaan dimensi-dimensi diplomasi publik yang sesungguhnya. Diplomasi publik yang dilakukan Pemerintah Indonesia dalam Upaya menyikapi hambatan yang dikeluarkan oleh Uni Eropa tersebut, khususnya News Management, Strategic Communication, dan Relationship building, yang semuanya telah dilaksanakan dengan baik. Berdasarkan hasil dari tiga dimensi diplomasi publik Indonesia, tampak bahwa Pemerintah Indonesia berupaya untuk membangun citra positif CPO Indonesia dengan mempromosikan minyak kelapa sawit Indonesia yang ramah lingkungan dan sesuai standar internasional dalam pertemuan – pertemuan ataupun forum internasional dan penyebaran berita positif tentang CPO Indonesia melalui website resmi ataupun media massa.

Dimensi News Management dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dengan memaksimalkan website resmi, Press Conference, dan Press Release yang menghubungkan Pemerintah Indonesia dengan dunia internasional. Hal ini kemudian sesuai dengan tugas peran News Management untuk menyebarkan data tidak hanya kepada masyarakat lokal tetapi juga ke masyarakat internasional.

Dilihat dari Strategic Communication upaya-upaya yang dilakukan Pemerintah Indonesia untuk menyampaikan pesan utamanya, khususnya untuk memajukan industri CPO, telah berjalan dengan baik. Hal ini dapat



dibuktikan dengan Pemerintah Indonesia yang memastikan bahwa upaya penyebaran pesan utama terkait CPO Indonesia dapat diterima oleh masyarakat baik di dalam negeri maupun di luar negeri, penyampaian pesan tersebut juga dilakukan melalui kampanye-kampanye ataupun promosi yang dilaksanakan di dalam negeri maupun luar negeri.

Dilihat dari Relationship building Pemerintah Indonesia bersama dengan negara-negara sahabat dan negara tetangga telah membangun hubungan langsung dengan tokoh-tokoh penting, melalui berbagai kegiatan, seperti kegiatan kunjungan dan pertemuan langsung dengan masyarakat setempat untuk memberikan nilai-nilai positif yang nantinya akan disampaikan ke negara masing-masing.

Hal ini merupakan salah satu bentuk upaya membangun citra positif terhadap CPO Indonesia di matadunia. Pemerintah Indonesia berupaya mewujudkan ketiga nilai dari tiga tujuan diplomasi publik dalam kegiatan diplomasi publiknya, dimana menurut Mark Leonard, tiga dimensi diplomasi publik ini jika terlaksana dengan baik dinilai membawa manfaat positif bagi citra positif CPO Indonesia dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap industri CPO sebagai minyak nabati yang ramah lingkungan dan berprinsip pembangunan berkelanjutan. Dari sini dapat dikatakan bahwa Diplomasi Publik memegang peranan penting dalam terwujudnya citra positif CPO Indonesia.

## **REFERENSI**

### **A. Sumber Buku/Jurnal**

#### **Buku**

Anak Agung Banyu Perwita & Yayan Mochamad, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006.

Lembaga Penerbitan Universitas Nasional. *Perdagangan Internasional dan strategi pengendalian impor*. Jakarta Selatan : LPUN Press., 2021.

Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2000.

Melissen, Jan. *The New Publik Diplomacy: Soft Power in International Relations*. ( New York : Palgrave Macmillan, 2005.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta, Cetakan ketiga, 2020.

### **Jurnal**

Akbar Kurnia Putra. "Agreement on Agriculture dalam World Trade Organization." *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, No.1 Vol. 46 (Februari 2016) 90. Online.Internet, 2 November 2022, <http://jhp.ui.ac.id/index.php>

Ardyanata Billy Habibie. "Strategi Indonesia Dalam Mengatasi Black Campaign Sawit Untuk Meningkatkan Ekspor Crude Palm Oil (CPO) Periode Tahun 2007-2012." *FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur*, (2016).Online.Internet, 1 november 2022, <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jgp/article/view/1923>

Cecep Zakarias. "Konstruktivisme Hubungan Internasional: Meretas Jalan Damai Perdamaian Antarparadigma," *Jurnal Hubungan Internasional*. Vol. 1 No. 2 (2011).

Erwiza Erman. "Dibalik Keberlanjutan Sawit: Aktor, Aliansi Dalam Ekonomi Politik Sertifikasi Uni Eropa." *Jurnal Garuda Kemdikbud*, No. 1 Vol. 43 (2017)Online.Internet, 1 November 2022 <https://garuda.kemdikbud.go.id/>

Eddy Soegiarto. "Pengaruh Sawit Sebagai Penggerak Perekonomian Indonesia Terhadap Pelestarian Hutan," *Jurnal LEGALITAS*. Vol. 2 No. 1 ( 2017 ).

John F, Mccarthy, dan R. A. Cramb."Policy Narratives, Landholder Engagement, and Oil Palm Expansion on the Malaysian and Indonesian Frontiers," *Geographical Journal*. No. 2 Vol. 175 (2009) 112-23.

Joko Priyanto. "Hambatan teknis dibidang Perdagangan Dalam Kaitannya Dengan Kasus Tembakau Indonesia-Amerika Serikat." *Jurnal UNDIP*, No. 2 Vol. 42 (2013) 155. Online.Internet, 2 November 2022, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/mmh/article/view/5802>

Martin Junginger, Jinke Van Dam, Simonetta Zarrilli, Fatin Ali Mohamed, Didier Marchal, dan Andre Faaij. "Opportunities and Barriers for International Bioenergy Trade," *Energy Policy*. Vol. 39 No. 4 (2011) 42.

Yeni Ariza Rostia. "Langkah Indonesia Menghadapi Tuduhan Uni Eropa Terhadap Praktek Dumping Produk Biodiesel Indonesia Tahun 2013." *JOM FISIP Universitas Riau*, No. 2 Vol. 3 (Oktober 2016) 4. Online.Internet, 30 oktober 2022, <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP>

## **B. Sumber Internet**

Redaksi CNN."Buntut Kampanye Hitam, Ekspor CPO RI ke Uni Eropa Anjlok." Cable News Network (CNN) Indonesia (16 April 2019) internet. 30 Oktober 2022, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi>

## **Website dan Situs Resmi**

Arise+ Indonesia. "Kerja Sama Uni Eropa dengan Indonesia". Bappenas Indonesia, (2019) internet. 3 November 2022. <https://ariseplus-indonesia.org/id/>

Badan Pusat statistik Indonesia. "Negara bagian Uni Eropa sebagai tujuan ekspor CPO terbesar Indonesia tahun 2019". Republik Indonesia, (2022).

Biro KLIP Kemenko Perekonomian. “Dinamika dan Perkembangan Terkini Minyak Sait dan Minyak Nabati Lain di Uni Eropa”. Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, ( 11 Mei 2022 ) internet. 15 November. <https://ekon.go.id/publikasi/>

Directive (EU). “European Parliament Resolution of April 2017 on palm oil and deforestation of rainforest”. Parlemen Eropa, (April 2017) internet. 29 Oktober 2022. <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent>

Directive (EU). “The Promotion Of The Use Of Energy From Renewable Sources”. The European Parliament And Of The Council, (11 December 2018) internet. 29 Oktober 2022. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content>

European Commision. “EU trade relations with Indonesia. Facts, figures and latest developments”. Uni Eropa, (3 Juni 2021) internet. 19 November 2022. <https://ec.europa.eu/trade/policy>

GAPKI. “Refleksi Industri Kelapa Sawit Tahun 2017 dan Prospek 2018”. Siaran Pers Indonesian Palm Oil Association (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia), (2 Februari 2018) internet. 28 Oktober 2022. <https://gapki.id/news//refleksi-industri-kelapa-sawit-2017-dan-prospek-2018>

Indonesian Eximbank Institute. “Analisa Rantai Pasok (Suppl Chain) Komoditas Unggulan Ekspor Indonesia: Minyak Sawit”. UNIED Unviersity Network for Indonesia Export Development, internet. 28 Oktober 2022. [indonesiaeximbank.go.id/research](https://indonesiaeximbank.go.id/research)

United States Department of Agriculture (USDA). “Indeks mundi, agricultural stastic”. Washington D.C. USDA, (2016) internet. 15 November 2022. <https://www.irwp.org/>

### **C. Referensi Makalah, Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Proposal.**

Muhammad Hanif Faisal. “ Penerapan Asas Non-Diskriminasi Dalam Perdagangan Sawit Indonesia dan Uni Eropa.” skripsi, Universitas Airlangga, 2018, 12.

Suhaila Binti Alang Mahat. “The Palm Oil Industry From The Perspective of Sustainable development: A Case Study of Malaysian Palm Oil Industry, Thesis, Japan: International Cooperation Policy (Development Economic).” tesis, Asia Pacific Studies Ritsumeikan Asia Pacific University, 2012.