

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

*Europe on Screen* (EoS) adalah festival internasional terlama yang ada di Indonesia dan sudah diselenggarakan sebanyak 22 kali. Sejak diadakan secara independen pada tahun 2007, EoS sudah berganti Direktur Festival sebanyak tiga kali yaitu Sri Ratna Setiawati (2007-2011), Orlow Seunke (2012-2017) serta Meninaputri Wismurti dan Nauval Yazid (2018-2022). EoS mempunyai manajemen yang kompleks karena eksistensinya tidak hanya sebagai festival film, namun juga alat diplomasi kebudayaan. Sebagai festival film, keberhasilan EoS sangat bergantung dengan faktor eksternal. Sedangkan sebagai alat diplomasi budaya, EoS harus memenuhi agenda diplomasi budaya Eropa.

Manajemen diplomasi budaya EoS terdiri dari 6 aspek yaitu rekrutmen dan kepemimpinan, pendanaan, ruang *screening*, program film, interaksi sosial dan pengalaman festival. Dalam setiap aspeknya, EoS mempertimbangkan tujuan dan prinsip diplomasi budaya seperti adanya komunikasi dua arah; penghormatan dan pengakuan terhadap keanekaragaman budaya; mengembangkan reputasi budaya; dialog bersifat global yang mengutamakan hak asasi manusia; serta memelihara kesepahaman antara Eropa dan Indonesia lewat pertukaran budaya. Kemudian kedua Direktur Festival juga mempunyai visi yang sama yaitu cinta terhadap film pendek dan ingin memberikan kontribusi bagi perfilman Indonesia. Alhasil EoS

semakin berkembang menjadi festival film yang ‘lebih dekat’ dengan masyarakat lokal.

Adapun cara untuk mempertahankan EoS menjadi *event* yang diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu adanya dukungan dana yang berkelanjutan dari kedutaan; pemimpin dan kepanitiaan yang dapat beradaptasi dengan perbedaan budaya; pemutaran film-film Eropa yang berkualitas dan *audience friendly*; program festival yang merangkul dan relevan bagi masyarakat Indonesia; pengalaman unik saat mengikuti festival; dan *loyal audience*. *Loyal audience* EoS tidak terbentuk dalam waktu yang singkat. Kebiasaan menonton EoS sudah dibentuk sejak tahun 2007-2011. Kemudian pada tahun 2012-2017, jumlah pengunjung EoS ditingkatkan secara drastis lewat pemutaran film yang dilakukan di ruang publik (selain pusat kebudayaan Eropa). Akhirnya pada tahun 2018-2022, pengunjung EoS sudah terbentuk dan *engagement* dengan pengunjung semakin diperdalam lewat media sosial, film dan program festival yang relevan.

## **B. Saran**

Saran dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

### **1. Saran Praktis**

Penyelenggara EoS perlu melakukan survei ke seluruh pengunjung selama festival berlangsung. Hasil survei tersebut dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi dan harapan pengunjung terhadap EoS, yang kemudian dapat digunakan sebagai landasan dalam menciptakan pengalaman festival yang semakin relevan dan memperluas *engagement* EoS lewat saluran komunikasi pemasaran

yang sering digunakan oleh pengunjung. Alhasil dengan adanya pemahaman yang mendalam tentang minat masyarakat Indonesia dan meningkatnya *engagement* dapat memaksimalkan dampak diplomasi EoS ke tahap *influence*.

Penelitian ini juga mendorong pemerintah Indonesia dan negara-negara ASEAN untuk mengadakan festival film sebagai bagian dari upaya diplomasi budaya. Berkaca dari apa yang dilakukan Uni Eropa dan keseriusannya dalam menyelenggarakan festival film, upaya ini terbukti dapat menyebarkan nilai-nilai yang dianut secara halus, damai dan berkelanjutan. Adapun nilai-nilai khas yang dapat diangkat oleh ASEAN yaitu kekeluargaan dan inklusivitas. Sedangkan nilai yang dapat dibawa oleh Indonesia secara khusus adalah keberagaman yang berlandaskan persatuan. Hal ini sesuai dengan ideologi Pancasila sebagai dasar negara Indonesia dan semboyan bangsa Bhinneka Tunggal Ika.

## 2. Saran Teoritis

Perlu diadakan penelitian lebih lanjut secara kuantitatif untuk mengukur bagaimana apresiasi masyarakat Indonesia terhadap *Europe on Screen* dan bagaimana dampak diplomasi budaya yang ditimbulkan. Kemudian penelitian tentang karakteristik, motivasi dan loyalitas pengunjung *Europe on Screen* juga perlu dilakukan untuk mendapatkan gambaran pemetaan pengunjung festival secara spesifik. Selain itu penelitian khusus tentang manajemen relawan dan dampak dari keterlibatan relawan *Europe on Screen* juga menarik untuk dilakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. J. K. N. (2015). *Representasi Imigran dalam Promosi Film Europe on Screen Indonesia*. Universitas Indonesia.
- Ang, I., Isar, Y. ., & Mar, P. (2015). Cultural diplomacy: beyond the national interest? *International Journal of Cultural Policy*, 21(4), 365–381. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1042474> Cultural
- Browaeyns, M.-J., & Price, R. (2015). *Understanding Cross-Cultural Management* (3rd ed.). Pearson Education Limited.
- Carbone, F. (2017). International tourism and cultural diplomacy: A new conceptual approach towards global mutual understanding and peace through tourism. *Tourism*, 65(1), 61–74.
- Choi, K., Meng, B., & Kim, S. B. (2018). The influence of cultural familiarity on Tanzanian millennials' perceptions of Korea: the mediating roles of involvement. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(1), 64–75. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1553200>
- Cole, K. (2019). *Leadership and Management: Theory and Practice* (7th ed.). Cengage Learning Australia Pty Limited.
- Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Figueroa Press.
- Dalgıç, A., & Birdir, K. (2020). Key success factors on loyalty of festival visitors: The mediating effect of festival experience and festival image. *Tourism and Management Studies*, 16(1), 28–38. <https://doi.org/10.18089/tms.2020.160103>
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. Pearson Education.
- de Kock, J., & Wagner, C. (2012). The psychological processes that culminate in audience loyalty to a South African soap opera. *Communicatio*, 38(3), 293–311. <https://doi.org/10.1080/02500167.2012.687752>
- de Valck, M. (2016). Introduction: What is a film festival? How to study festivals and why you should. In M. de Valck, B. Kredell, & S. Loist (Eds.), *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*. Routledge.
- Delegation of the European Union to Indonesia and Brunei Darussalam. (2021, September). *Europe on Screen: The EU Film Festival in Indonesia*. <http://ditjenbun.pertanian.go.id>
- Denis, J.-L., Langley, A., & Sergi, V. (2012). Leadership in the Plural. *Academy of*

*Management Annals*, 6(1), 211–283.  
<https://doi.org/10.5465/19416520.2012.667612>

Dessler, G. (2017). *Human Resource Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Ebbers, J. J., & Wijnberg, N. M. (2017). Betwixt and between: Role conflict, role ambiguity and role definition in project-based dual-leadership structures. *Human Relations*, 70(11), 1342–1365.  
<https://doi.org/10.1177/0018726717692852>

Eldridge, P., & Voss, J. (2001). *How to set up a Film Festival*.

Enverga, M. R., & Tangco, M. Y. A. (2017). Cine Europa: behind the scenes of a collaborative cultural diplomacy initiative in the Philippines. *International Journal of Cultural Policy*, 1–13.  
<https://doi.org/10.1080/10286632.2017.1420790>

Europe on Screen. (2016). *Europe on Screen 2016 Catalogue*.

Europe on Screen. (2018a). *Europe on Screen 2018 Catalogue*.

Europe on Screen. (2018b). *LIVE IG – Closing Europe on Screen 2018*.  
<https://www.youtube.com/watch?v=WxdiKaHsqko&t=1011s>

Europe on Screen. (2019a). *Europe on Screen 2019 Catalogue*.

Europe on Screen. (2019b). *Hal apakah yang ingin kamu lihat ada di EOS tahun depan?* <https://www.instagram.com/p/Bw0viJIA4DT/>

Europe on Screen. (2020a). *Europe on Screen 2020 Catalogue*.

Europe on Screen. (2020b). “*Europe on Screen*” Film Festival goes online for its 20th edition. Press Release. [https://europeonscreen.org/home/wp-content/uploads/2020/11/Press-Release\\_KonferensiPers\\_EoS.pdf](https://europeonscreen.org/home/wp-content/uploads/2020/11/Press-Release_KonferensiPers_EoS.pdf)

Europe on Screen. (2020c). *Hal apa yang dikangenin dari Europe on Screen?* <https://www.instagram.com/p/CF9nD0UgncE/>

Europe on Screen. (2020d). *Special Announcement #20EoS20*. <https://www.instagram.com/reel/CFzEPwVgoMP/>

Europe on Screen. (2021a). *Europe on Screen 2021 - Closing Ceremony*. <https://www.youtube.com/watch?v=8dLMRa1BWLY>

Europe on Screen. (2021b). *Europe on Screen 2021 Catalogue*.

Europe on Screen. (2021c). *Europe on Screen 2021 ends with high attendance and awards*. [https://europeonscreen.org/home/wp-content/uploads/2021/09/Press-Release\\_ENG-ID\\_Europe-on-Screen-2021-ends-with-high-attendance-and-awards.pdf](https://europeonscreen.org/home/wp-content/uploads/2021/09/Press-Release_ENG-ID_Europe-on-Screen-2021-ends-with-high-attendance-and-awards.pdf)

- Europe on Screen. (2021d). *Festival Update IGLive with 1st Winner of SFPP 2021: Bibir Merah Siapa yang Punya*.  
<https://www.instagram.com/tv/CUXGcQtlSG9/?igshid=MDJmNzVkmjY=>
- Europe on Screen. (2022a). *Europe on Screen 2022 Catalogue*.
- Europe on Screen. (2022b). *Europe on Screen 2022 Diselenggarakan Secara Hybrid: Menyajikan 69 Film dari 25 Negara Eropa*.
- Europe on Screen. (2022c). *Europe on Screen 2022 sukses digelar, penonton senang bisa kembali nonton offline Festival umumkan 3 pemenang kompetisi pitching film pendek*. Press Release. [https://europeonscreen.org/home/wp-content/uploads/2021/08/RILIS-EOS22\\_PENUTUPAN.pdf](https://europeonscreen.org/home/wp-content/uploads/2021/08/RILIS-EOS22_PENUTUPAN.pdf)
- Europe on Screen. (2022d). *Festival Update IG Live with 3rd Winner of SFPP 2022: Make A Wish*. <https://www.instagram.com/reel/CfWHbDmjnPn/>
- Europe on Screen. (2022e). *Festival Update IGLive with 1st Winner Short Film Pitching Project Europe on Screen 2022: SING, BEE SING!*  
[https://www.instagram.com/reel/CfbTJ\\_Tj9vI/](https://www.instagram.com/reel/CfbTJ_Tj9vI/)
- Europe on Screen. (2022f). *IGLIVE Opening speech by Yolande Melsert, Head Culture & Communication, Director @erasmushuis\_jakarta*.  
<https://www.instagram.com/reel/CeWAp1pDV9Y/>
- European Commission. (2015). *Film Festivals at EU Delegations*.  
<https://doi.org/10.2766/382048>
- European Commission. (2016). *A Joint Communication to the European Parliament and the Council: towards an EU Strategy for International Cultural Relations, by the , 2016*.  
<https://doi.org/10.1080/09548963.2017.1274371>
- Fathurrozak. (2020). *Tantangan Menghadirkan Sinema Dunia*. *Media Indonesia*.  
<https://mediaindonesia.com/weekend/296636/tantangan-menghadirkan-sinema-dunia>
- Festival Film Indonesia. (2020). *Sejarah Festival Film Indonesia*. Festival Film Indonesia. <https://festivalfilm.id/sejarah/>
- Fischer, A. (2013). *Sustainable Projections: Concepts in Film Festival Management*. St Andrews Film Studies.
- Gienow-Hecht, J. C. E., & Donfried, M. C. (2010). The Model of Cultural Diplomacy: Power, Distance, and the Promise of Civil Society. In J. C. E. Gienow-Hecht & M. C. Donfried (Eds.), *Searching for a Cultural Diplomacy* (pp. 13–29). Berghahn Books.
- Gupta, M., & Sukamto, K. E. (2020). Cultural communicative styles: The case of India and Indonesia. *International Journal of Society, Culture and Language*,



8(2), 105–120.

- Herrschnner, I. V. (2018). *Screening Germany in Australia: Analyzing the Australian Festival of German Films as Cultural Diplomacy* (Issue June). The University of Melbourne.
- Huber, B., Barnidge, M., Gil de Zúñiga, H., & Liu, J. (2019). Fostering public trust in science: The role of social media. *Public Understanding of Science*, 28(7), 759–777. <https://doi.org/10.1177/0963662519869097>
- Hughes, R., Ginnett, R., & Curphy, G. (2012). *Leadership: Enhancing The Lessons of Experience* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Komite Film Dewan Kesenian Jakarta & COFFIE. (2019). *Festival Film*. Dewan Kesenian Jakarta.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Teknologi untuk Kemanusiaan*. PT Gramedia.
- Labisch, C. (2018). *Film Festivals As Platform for Cultural Diplomacy*. Universiteit Gent.
- Lenczowski, J. (2009). Cultural Diplomacy, Political Influence and Integrated Strategy. In J. M. Waller (Ed.), *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda and Political Warfare* (Revision). The Institute of World Politics Press.
- Leonard, M., Stead, C., & Sweming, C. (2002). *Public Diplomacy* (1st ed.). The Foreign Policy Centre.
- Liputan6.com. (2019). *Festival Film Europe on Screen Kembali Hadir di 8 Kota Indonesia*. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/3933153/festival-film-europe-on-screen-kembali-hadir-di-8-kota-indonesia>
- Marzuqi, A. M. (2019, April 12). Europe on Screen (EOS) Hadir Kembali. *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/weekend/227261/europe-on-screen-eos-hadir-kembali>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. In *News.Ge* (3rd ed.). SAGE Publications.
- MNC World News. (2016). *Europe on Screen 2016: Interview with Orlow Seunke*. <https://www.youtube.com/watch?v=V2vjzWrpVH0>
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.

- Pajtinka, E. (2016). Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations. *Politické Vedy*, 17(4), 95–108.
- Permatasari, A. (2014). *Festival Film sebagai Arena Sistem Terbuka Studi Kasus pada Festival Film Dokumenter (FFD) dan Jogja-NETPAC Asian Film Festival (JAFF)*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Rana, K. S. (2011). *21st Century Diplomacy: A Practitioner's Guide*. The Continuum International Publishing Group.
- Reynolds, S., Tonks, A., & MacNeill, K. (2017). Collaborative Leadership in the Arts as a Unique Form of Dual Leadership. *Journal of Arts Management Law and Society*, 47(2), 89–104. <https://doi.org/10.1080/10632921.2016.1241968>
- Ruoff, J. (2012). Introduction: Programming Film Festivals. In J. Ruoff (Ed.), *Coming Soon to A Festival Near You: Programming Film Festivals*. St Andrews Film Studies.
- Saputra, D., Arief, M., Gharnaditya, D., & Vhany, D. (2018). Mediating effect of job satisfaction on relation between power distance and collectivism toward employee performance in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(S), 75–86.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior Global Edition* (11th ed.). Pearson Education Limited.
- Schneider, C. P. (2006). Cultural Diplomacy: Hard to Define, but You'd Know It if You Saw it. *The Brown Journal of World Affairs*, XIII(1). [http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/articles/e-learning/read/a1/Cultural\\_Diplomacy-\\_Hard\\_to\\_Define-\\_Schneider,\\_Cynthia.pdf](http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/articles/e-learning/read/a1/Cultural_Diplomacy-_Hard_to_Define-_Schneider,_Cynthia.pdf)
- Schneider, C. P. (2009). The Unrealized Potential of Cultural Diplomacy: “Best Practices” and What Could Be, If Only. *Journal of Arts Management Law and Society*, 39(4), 260–279. <https://doi.org/10.1080/10632920903449027>
- Scialdone, F. C., & Weeks, S. J. (2017). *Management of Uncertain Resources in Film Festival Organisations: a first European Picture*. Umeå Universitet.
- Scott-Smith, G. (2016). Cultural Diplomacy. In *Global Diplomacy: Theories, Types, and Models* (pp. 176–189). Routledge.
- Setiawan, D. (2016). *Festival Film Europe On Screen 2007-2016: Diplomasi Kebudayaan Uni Eropa Ditengah Krisis Ekonomi Eropa*. Universitas Indonesia.
- Sölter, A. A. (2015). Festival circus, golden gnomes and cultural diplomacy. The Audi Festival of German films in the context of multicultural festivals in Australia. *Studies in Australasian Cinema*, 9(2), 190–204.



<https://doi.org/10.1080/17503175.2015.1058647>

Stoczynska, H. E. B. (2022). *Video Message from H.E. Beata Stoczynska*.  
<https://www.instagram.com/reel/Cemm8BohTAc/>

UCIFEST. (2021a). *Profil Meninaputri sebagai Juri Kompetisi Picthing Forum*.  
<https://www.instagram.com/p/CMj7PqWHCzU/>

UCIFEST. (2021b). *Profil Nauval sebagai Juri Kompetisi Picthing Forum*.  
<https://www.instagram.com/p/CMjeLFynXBG/>

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*.

