

ABSTRACT

The background of this study is the importance of international public relations practices to encourage intercultural interaction by each country to compete in spreading influence to its foreign public through their diplomatic and cultural institutions. The Federal Republic of Germany through its foreign ministry launched a project called "*Schulen: Partner der Zukunft*" (PASCH) in 2008 which gathered 2000 schools worldwide or 29 partner schools in Indonesia through Goethe-Institut Indonesien and produced 19,000 German learners in Indonesia.

The focus of this study is on the practice of international public relations through the Goethe-Institut Indonesien in the PASCH project to promote German culture and language in Indonesia. The intersection between public relations and public diplomacy made researchers use the concept of integrated public diplomacy that was made by Guy J. Golan (2013) and Relationship Management by John A. Ledingham (2011).

This study uses a case study research methodology. The data gathering uses unstructured interviews and documentation from the Goethe-Institut Indonesien, SMA Negeri 3 Yogyakarta, and SMA Kolese de Britto.

This study shows that the relationship between Goethe-Institut Indonesien and 29 PASCH partner schools is guarded through coordination and programs that can engage the public, starting from the principals, teachers, and students. German reputation and branding have also been developed through programs in the PASCH project. New media is also used to spread positive content about Germany and PASCH. The PASCH project invites more people to get an in-depth experience of Germany. Besides that, the public is also kept through alumni projects, so that they are still "connected" with Germany.

Keywords: International Public Relations, Goethe-Institut, Federal Republic of Germany, PASCH, Public Diplomacy, Integrated Public Diplomacy, Relationship Management

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh interaksi antarbudaya yang mendorong pentingnya praktik *international public relations* setiap negara untuk berlomba menyebarkan pengaruh kepada publik luar negerinya melalui lembaga-lembaga diplomasi dan budaya yang mereka miliki. Republik Federal Jerman melalui kementerian luar negerinya meluncurkan proyek bernama “*Schulen: Partner der Zukunft*” (PASCH) pada tahun 2008 yang telah menghimpun 2000 sekolah di seluruh dunia atau 29 sekolah mitra di Indonesia melalui Goethe-Institut Indonesien dan menghasilkan 19.000 siswa pembelajar bahasa Jerman di Indonesia.

Titik berat dari penelitian ini pada praktik *international public relations* melalui Goethe-Institut Indonesien dalam proyek PASCH untuk mempromosikan budaya dan bahasa Jerman di Indonesia. Persinggungan antara *public relations* dengan diplomasi publik membuat peneliti menggunakan konsep *integrated public diplomacy* yang dicetuskan oleh Guy J. Golan (2013) dan Manajemen Hubungan oleh John A. Ledingham (2011).

Penelitian kualitatif ini menggunakan metodologi penelitian studi kasus. Pengumpulan data menggunakan wawancara tak terstruktur dan dokumentasi dari Goethe-Institut Indonesien, SMA Negeri 3 Yogyakarta, dan SMA Kolese de Britto.

Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa hubungan antara Goethe-Institut Indonesien dengan 29 sekolah mitra PASCH dijaga melalui koordinasi dan program-program yang dapat melibatkan publik-publiknya, mulai dari kepala sekolah, guru, dan para siswa. Reputasi dan *branding* Jerman juga ikut terbangun melalui program-program dalam proyek PASCH. Media baru juga dimanfaatkan untuk dapat menyebarkan konten positif mengenai Jerman dan PASCH. Proyek PASCH mengundang lebih banyak orang untuk mengenal dan merasakan Jerman lebih dalam. Selain itu, publik juga dijaga dengan proyek-proyek alumni, sehingga mereka “terikat” dengan Jerman.

Kata kunci: Public Relations Internasional, Goethe-Institut, Republik Federal Jerman, PASCH, Diplomasi Publik, Diplomasi Publik Terintegrasi, Manajemen Hubungan