

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

Perdana Menteri Narendra Modi melihat bahwa India memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan *soft power* melalui diplomasi publik, sebab India memiliki banyak sumber daya yang dapat menjadi aset bagi *soft power*. Seiring dengan adanya modernisasi, India juga mengalami transformasi digital. Melihat bahwa India memiliki kapabilitas sistem informasi dan teknologi yang baik, Modi ingin mengembangkan dan mendorong potensi yang ada. Salah satu upaya Modi dalam mengembangkan *soft power* adalah melalui diplomasi publik. India memiliki Divisi Diplomasi Publik yang bertanggung jawab akan pembentukan citra India dan memastikan aktivitas pemerintahan India di media sosial sesuai dengan objektif yang sedang dicapai. Salah satu upaya untuk mencapai diplomasi publik adalah melalui diplomasi digital. Modi melihat bahwa media sosial menjadi medium yang tepat untuk melakukan diplomasi digital. Lebih dari itu, *Twitter* merupakan media sosial yang diutamakan oleh Modi dan merupakan media sosial yang sering digunakan oleh Modi.

Dalam menjawab rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: “Apa upaya-upaya *twiplomacy* India pada masa administrasi Narendra Modi dalam mewujudkan visi “*The Digital India*”?” maka dapat dikatakan bahwa untuk mencapai tujuan diplomasi digital India, Modi memiliki visi “*The Digital India*”. Modi dikatakan terlalu ambisius ketika meluncurkan visi tersebut. Nyatanya, program “*The Digital*

*India*” didukung oleh upaya yang sama besarnya. Objektif Modi melalui “*The Digital India*” adalah mentransformasi India menjadi negara yang berbasis digital dan memberdayakan masyarakat India agar lebih terbiasa mengintegrasikan teknologi digital ke kehidupan sehari-hari. Upaya yang ingin ditekankan dalam penelitian ini adalah upaya Modi dan Kementerian & Menteri Luar Negeri dalam menggunakan *Twitter* untuk mencapai objektifnya dalam rentang waktu tahun 2014 hingga 2020. Maka, upaya-upaya tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

**Pertama**, mengunggah tweet yang bersifat persuasif. Mayoritas dari tweet yang diunggah oleh Modi menggunakan *hashtag* dan bersifat mengajak. Contohnya menggunakan *#MagnificentIndia*, sebab dapat meningkatkan jumlah tweet yang terasosiasi dengan dirinya. Selain jangkauan dan perhatian yang ada semakin luas, di saat yang bersamaan, mendapat kesempatan untuk mempromosikan *soft power* India.

**Kedua**, membalas tweet dari pengguna *Twitter* yang ditujukan untuk pemerintah India. Tindakan ini lebih sering dilakukan oleh Swaraj dan berhasil memberikan dampak yang signifikan bagi perkembangan diplomasi digital. Karena bantuan yang sering dilakukan oleh Swaraj dan interaksi yang santai dengan pengikutnya, Swaraj semakin dikenal dengan banyak orang dan disenangi oleh masyarakat.

**Ketiga**, mengunggah tweet yang informatif terhadap kegiatan India. Tindakan ini sering dilakukan oleh Kementerian Luar Negeri untuk memberi tahu isu-isu yang sedang terjadi di India. Tindakan ini juga digunakan oleh Kementerian Luar Negeri untuk mempromosikan *soft power* yang dimiliki oleh India.

Berdasarkan penelitian ini, ditemukan pula bahwa aktor yang paling signifikan dalam implementasi *Twitter* sebagai instrumen diplomasi digital India adalah Modi sendiri dan Menteri Luar Negeri India, Sushma Swaraj. Modi berhasil meningkatkan jumlah pengikutnya hingga 200% dari sebelum dan sesudah ia menduduki kursi perdana menteri. Sedangkan Swaraj, berhasil menarik perhatian dan hati masyarakat internasional melalui tindakannya yang tidak segan mengulurkan tangan untuk warga India di seluruh dunia. Perbedaan antara Modi dan Swaraj adalah cara pendekatan dalam mengunggah tweet. Modi cenderung menggunakan *hashtag* dan mengunggah tweet yang bersifat persuasif atau mengajak. Sedangkan Swaraj cenderung memberi balasan langsung dan memberikan bantuan. Sementara itu posisi aktor Kementerian Luar Negeri adalah mengunggah tweet yang informatif mengenai isu yang ada di India.

Jika dikaitkan dengan tiga aspek kunci yang dapat menilai seberapa efektif media sosial berdampak pada *diplomatic engagement* yang dicetuskan oleh Bjola dan Lu Jiang, yaitu *digital agenda-setting*, *digital presence-expansion*, dan *digital conversation-generating*, maka, upaya Modi berhasil mencapai dua dari tiga aspek kunci yang ada. Pada aspek pertama, yaitu *digital agenda-setting*, dirasa kurang selaras dengan upaya yang dilakukan Modi dan Swaraj. Namun, patut dinyatakan bahwa tujuan Modi menggunakan media sosial tidak untuk *agenda-setting* melainkan untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan intensitas komunikasi dengan masyarakat. Maka dari itu, upaya-upaya yang telah dilakukan, lebih selaras dengan poin kedua yaitu *digital presence-expansion* dan poin ketiga yaitu *digital conversation-generating*.

Secara keseluruhan, diplomasi digital India pada masa administrasi Modi berkembang dengan pesat. Adanya upaya-upaya *twiplomacy* oleh Modi dan Swaraj, beserta program “The Digital India” berhasil membantu perkembangan diplomasi digital. Temuan-temuan tersebut menunjukkan signifikansi *Twitter* sebagai platform media sosial dalam aktivitas diplomasi secara umum dan diplomasi publik dalam bentuk diplomasi digital secara spesifik. Melalui implementasi dan upaya yang dilakukan India, keberadaan platform media sosial *Twitter* nyatanya membantu berlangsungnya dan berkembangnya diplomasi digital, sekaligus mempromosikan *soft power* yang dimiliki oleh India.

Sebagai penutup, penelitian ini masih dirasa terbatas dalam jumlah data yang dikumpulkan sehingga belum menghasilkan kesimpulan dengan data yang sangat detail. Rekomendasi yang dapat diberikan bagi penelitian selanjutnya adalah dengan mencari rentang waktu yang dirasa masih cukup dekat agar data digital yang diperlukan masih mudah didapatkan dan relevan dengan kondisi terbaru.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Cull, Nicholas J., *“Public Diplomacy: Lessons from the Past”*, USC Center on Public Diplomacy, 2009, hlm. 13

Mansbach, R W, *“International Relations and Information Technology”*, International Relations, Vol. II, Encyclopedia of Life Support Systems (EOLSS). Diakses pada 20 April 2021, <http://www.eolss.net/sample-chapters/c14/e1-35-03-03.pdf>

S. Nye, Jr, Joseph *“Soft Power: The Means to Success in World Politics”*, Foreign Affairs. Diakses pada 21 April 2021, <https://www.foreignaffairs.com/reviews/capsule-review/2004-05-01/soft-powermeans-success-world-politics#:~:text=in%20World%20Politics-.By%20Joseph,Nye%2C%20Jr.&text=Coined%20by%20Nye%20in%20the,invoked%20in%20foreign%20policy%20debates>.

### Jurnal

*India’s Vision for Cyber Diplomacy”*, Directions Cyber Digital Europe, 2021. Diakses pada 26 November 2021, <https://directionsblog.eu/indias-vision-for-cyber-diplomacy>

*“Overview”*, World Bank. Diakses pada 20 April 2021, <https://www.worldbank.org/en/country/india/overview>.

*“Vision and Vision Areas”*, Digital India, 2019

Anand, Uttam, *“India’s soft power diplomacy under Modi govt. 1”*, International Journal of Research and Analytical Reviews, 2019, hlm. 898

*“Vision and Vision Areas”*, Digital India, 2019

Anand, Uttam, *“India’s soft power diplomacy under Modi govt. 1”*, International Journal of Research and Analytical Reviews, 2019, hlm. 898

Bansal, Samarth, *“How the BJP Used Technology to Secure Modi’s Second Win”*, Centre for International Governance Innovation, 2019

Bollier, David, *“The Rise of Netpolitik”*, Aspen Institute. Diakses pada 20 April 2021, [http://www.bollier.org/files/aspen\\_reports/NETPOLITIK.PDF](http://www.bollier.org/files/aspen_reports/NETPOLITIK.PDF)

- Creswell, John W., *“Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Second Edition”*, California: SAGE Publications, Inc., 2002, hlm. 20
- Cull, Nicholas J., “Public Diplomacy” Before Gullion: The Evolution of a Phrase. USC Center on Public Diplomacy. Diakses pada 21 April 2021, <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/publicdiplomacy-gullion-evolution-phrase>
- Dev Tamboli, *Twitter*, 2015
- Devlin, Kat, *“A Sampling of Public Opinion in India,”* Pew Research Center's Global Attitudes Project. Diakses pada 20 April 2021, <https://www.pewresearch.org/global/2019/03/25/a-sampling-of-public-opinion-in-india/>.
- Dumčiuvienė, Ausra, *“Twiplomacy: the meaning of social media to public diplomacy and foreign policy of Lithuania”*, Lithuanian Foreign Policy Review, 2016. Diakses pada 25 November 2021, [https://www.researchgate.net/publication/320469390\\_Twiplomacy\\_the\\_meaning\\_of\\_social\\_media\\_to\\_public\\_diplomacy\\_and\\_foreign\\_policy\\_of\\_Lithuania](https://www.researchgate.net/publication/320469390_Twiplomacy_the_meaning_of_social_media_to_public_diplomacy_and_foreign_policy_of_Lithuania)
- Dwikardana, Sapta, dkk, *“Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia”*, Laporan Penelitian LPPM Universitas Katolik Parahyangan. Diakses pada 20 April 2021, [https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/4719/lpdsc189\\_Sapta%20Dwikardana\\_Transformasi%20strategi%20diplomasi-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/4719/lpdsc189_Sapta%20Dwikardana_Transformasi%20strategi%20diplomasi-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gupta, Anchal, et al., *“Analyzing the Interaction of Barriers in E-Governance Implementation for Effective Service Quality: Interpretive Structural Modeling Approach”*, SAGE Publications, 2018
- Gupta, Komal, *“UIDAI denies any breach of Aadhaar database”*, The Centre for Internet & Society, 2018
- Mazumdar, A, *“India’s Public Diplomacy in the Twenty-First Century: Components, Objectives and Challenges”*, SAGE Journals. Diakses pada 20

April 2021,  
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0974928419901188>

Natarajan, Kalathmika, “*Digital Public Diplomacy and a Strategic Narrative for India*”, Taylor & Francis Online, 2014

Organ, Duygu Dersan, “*Making Foreign Policy Through Twitter: An Analysis of Trump’s Tweets on Iran*”, IGI Global, 2021

Palit, Parama Sinha, “*India’s Use of Social Media in Public Diplomacy*”, *Rising Powers Quarterly*, 2018. Diakses 25 November 2021,  
<https://risingpowersproject.com/files/wp-content/uploads/2019/01/vol3.3-palit.pdf>

Palit, Parama Sinha, “*India’s Use of Social Media in Public Diplomacy - Rising Powers in Global Governance*,” *Rising Powers Quarterly*. Diakses pada 20 April 2021, <https://risingpowersproject.com/quarterly/indias-use-of-social-media-in-public-diplomacy>

Panagariya, Arvind, “*The Economic Cost of the Mumbai Tragedy*”, Brookings, 2008

Ray, Trisha, “*6 Years of Digital India: How successful has PM Modi’s plan been?*”, Observer Research Foundation, 2021. Diakses pada 16 November 2021, <https://www.orfonline.org/research/6-years-of-digital-india-how-successful-has-pm-modis-plan-been/>

Roy, Samridhhi, “*India edges closer to the digitization of diplomacy*”, *The Kootneeti*, 2021. Diakses pada 25 November 2021,  
<https://thekootneeti.in/2021/03/22/india-edges-closer-to-the-digitization-of-diplomacy/>

Rizal, Saputri dan Hermanadi “*Memahami Diplomasi Digital: Implikasi dan Implementasi*”, Center for Digital Society Universitas Gadjah Mada. Diakses pada 20 April 2021, <https://cfds.fisipol.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1423/2021/01/11-CfDS-Case-StudyMemahami-Diplomasi-Digital-Implikasi-dan-Implementasi-Studi-Komparasi-di-Uni-Eropa-BrazilIndia-dan-Korea-Selatan.pdf>

Roy-Chaudhury, Rahul, “*Understanding Modi’s vision for the Indo-Pacific*”, Institute for Strategic Studies, 2018

## Artikel Web

“15 Indians Conned, Stranded in Iraq, Seek Sushma Swaraj’s Help”, NDTV, 2019

“Brand India,” IBEF. Diakses pada 20 April 2021, <https://www.ibef.org/blogs/digital-india-power-toempower>.

“Make In India”, PMIndia. Diakses pada 11 Oktober 2021, [https://www.pmindia.gov.in/en/major\\_initiatives/make-in-india/](https://www.pmindia.gov.in/en/major_initiatives/make-in-india/)

“Narendra Modi’s Twitter followers increase by four times but PM still behind Bachchan, SRK”, Zeen News, 2015. Diakses pada 3 Januari 2021, [https://zeenews.india.com/news/net-news/pm-modi-behind-bachchan-srk-on-Twitter\\_1831575.html](https://zeenews.india.com/news/net-news/pm-modi-behind-bachchan-srk-on-Twitter_1831575.html)

Khursheed, Racheel, “Ministry of External Affairs (@MEAIndia) takes citizen engagement global with Twitter Seva”, Twitter Blog, 2016. Diakses pada 3 Desember 2021, [https://blog.Twitter.com/en\\_in/a/2016/meaindia-takes-citizen-engagement-global-with-Twitter-seva](https://blog.Twitter.com/en_in/a/2016/meaindia-takes-citizen-engagement-global-with-Twitter-seva)

Kumar, Nikhil dan Swati Gupta, “Narendra Modi sworn in for second term as India’s Prime Minister”, CNN, 2019

Manghnani, Bharat, “Make in India PM Narendra Modi Full Speech”, Bharat Go Digital, 2017

McCarthy, Julie, “Praise For Indian PM’s Diplomacy, Then A Backlash For His Undiplomatic Remark”, NPR, 2015

Ministry of Culture Govt. of India, Profile, Youtube. Diakses pada 25 November 2021, <https://www.youtube.com/c/MinistryofCultureGovtofIndia/videos>

Narendra Modi, Profile, Twitter. Diakses pada 20 April 2021, [https://Twitter.com/narendramodi?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://Twitter.com/narendramodi?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)

Narendra Modi, Twitter. Diakses pada 25 November 2021, <https://Twitter.com/narendramodi/status/1471858047592980484>

Rajendram, Danielle, “India’s New Asia-Pacific Strategy: Modi Acts East”, Lowy Institute. Diakses pada 22 Januari 2022, India’s new Asia-Pacific strategy: Modi acts East | Lowy Institute



## Laporan

*“India to Be Fastest Growing among Major Economies with Growth Rate of 9.72% in 2021, Says GlobalData,”* GlobalData. Diakses pada 20 April 2021, <https://www.globaldata.com/india-fastestgrowing-among-major-economies-growth-rate-9-72-2021-says-globaldata/>.

*“The 50 Most Followed World Leaders”*, Twiplomacy, 2020

*“Twiplomacy Study 2020”*, Twiplomacy, 2020. Diakses pada 25 November 2021, <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2020/>

Arindam Bagchi, Profile, *Twitter*

Dutta, Medha, *“Election 2014 is all about social media”*, The Times of India, 2014

Express News Service, *“With 130 Handles, MEA Outshines Other Central Departments on Twitter”*, The New Indian Express, 2016

Express Web Desk, *“‘Help me reach her family’: Sushma Swaraj seeks help on Twitter to find kin of Indian killed in Ethiopian Airlines crash”*, The Indian Express, 2019

FE Online, *“Most trending hashtags in India: How PM Narendra Modi ruled Twitter in 2017 - Here is proof”*, Financial Express, 2017

Firstpost Staff, *“Full text of Narendra Modi’s speech at ASEAN Summit: PM stresses on ‘Act East’ policy”*, Firstpost, 2017

*Framework & Guidelines for Use of Social Media for Government Organisations*”, Department of Electronics and Information Technology, 2012. Diakses pada 16 November 2021, <https://www.meity.gov.in/writereaddata/files/Social%20Media%20Framework%20and%20Guidelines.pdf>

Kawasati, Risky dan Irayana, , *“Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif”*, OSF. Diakses pada 21 April 2021, <https://osf.io/cy9de/download/?format=pdf>

*MEA’s Digital Diplomacy Footprint”*, Ministry of External Affairs. Diakses pada 25 November 2021,

[http://www.mea.gov.in/Uploads/PublicationDocs/29120\\_MEAs\\_Digital\\_Diplomacy\\_Footprint.pdf](http://www.mea.gov.in/Uploads/PublicationDocs/29120_MEAs_Digital_Diplomacy_Footprint.pdf)

Minister of Foreign Affairs of Italy, “*Twitter for diplomats*” DiploFoundation and Istituto Diplomatico, 2013, hlm. 24

Pandey, Vineeta, “‘*Social Media*’ *The Indian Success Story/ Twitter Diplomacy*”, *The Pioneer*. Diakses pada 25 November 2021, <https://hci.gov.in/nicosia/?pdf6336>

Pareek, Shreya, “*Twitter & Govt. Of India Now Enable Citizens Without Internet To Receive Tweets Of Leaders Via SMS*”, *The Better India*, 2015

Press Trust of India, “*PM Narendra Modi Is Now Most Followed Indian On Twitter*”, *NDTV*, 2016. Diakses pada 3 Januari 2021, <https://www.ndtv.com/india-news/pm-narendra-modi-is-now-most-followed-indian-on-Twitter-1450364>

Rizkinaswara, Leski, “*Revolusi Industri 4.0*”, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika. Diakses pada 20 April 2021, <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/revolusi-industri-4-0/>

Singh, Smriti, “*Digital Diplomacy on Twitter: Impact of COVID-19*”, *The Kootneeti*, 2020

Sivarajah, Hamad Almuftah dan Uthayansankar “*Towards Formulating a Digital Diplomacy Maturity Framework: A Theoretical Prospective*”, *Twenty-second Americas Conference on Information Systems*, 2016, hlm. 4

Sushma Swaraj, *Twitter*, 2015

Sushma Swaraj, *Twitter*, 2015

Sushma Swaraj, *Twitter*, 2016

Tewari, Saumya, “*Narendra Modi becomes second most followed on Twitter*”, *Mint*, 2020. Diakses pada 3 Januari 2021, <https://www.livemint.com/industry/media/narendra-modi-becomes-second-most-followed-leader-on-Twitter-11595341241095.html>

Zelazny, Frances, “*The Evolution of India’s UID Program*”, *Center for Global Development*, 2012

