



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

*Terakreditasi A
SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019*

***Twiplomacy India: Twitter Sebagai Instrumen Diplomasi
Digital Untuk Mewujudkan Visi “The Digital India”
(2014-2020)***

Skripsi

Oleh
Aurelia Callista Arinka
6091801159

Bandung
2022



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

Terakreditasi A
SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

***Twiplomacy India: Twitter Sebagai Instrumen Diplomasi
Digital Untuk Mewujudkan Visi “The Digital India”
(2014-2020)***

Skripsi

Oleh
Aurelia Callista Arinka
6091801159

Pembimbing
Anggia Valerisha, S.IP., M.Si.

Bandung
2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Aurelia Callista Arinka
Nomor Pokok : 6091801159
Judul : *Twiplomacy* India: *Twitter* Sebagai Instrumen Diplomasi Digital Untuk Mewujudkan Visi “*The Digital India*” (2014-2020)

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Hari Kamis, 20 Januari 2022
Dan Dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Prof. Dra. Sukawarsini Djelantik, M. Int. S., Ph. D. :

Sekretaris

Anggia Valerisha, S.IP., M.Si. :

Anggota

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol. :

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aurelia Callista Arinka
NPM : 6091801159
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : *Twiplomacy* India: *Twitter* Sebagai Instrumen
Diplomasi Digital Untuk Mewujudkan Visi “*The
Digital India*” (2014-2020)

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini merupakan hasil karya tulisan ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan tidak benar.

Bandung, 7 Januari 2022



Aurelia Callista Arinka

ABSTRAK

Nama : Aurelia Callista Arinka
NPM : 6091801159
Judul : *Twiplomacy* India: *Twitter* Sebagai Instrumen Diplomasi Digital Untuk Mewujudkan Visi “*The Digital India*” (2014-2020)

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, berbagai kegiatan politik internasional pun berubah. Praktik diplomasi yang sebelumnya tatap muka, kini dapat dilakukan di internet. Diplomasi yang dilakukan pada *platform* digital oleh aktor negara diketahui sebagai “diplomasi digital”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya diplomasi digital India yang dilakukan melalui platform media sosial *Twitter* pada masa pemerintahan Narendra Modi sejak tahun 2014 sampai dengan 2020. Sejak tahun 2014, Perdana Menteri Narendra Modi meningkatkan penggunaan media sosial *Twitter* dalam aktivitasnya terlebih dengan visi dan programnya yang disebut sebagai “The Digital India”. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan dari penelitian ini adalah: **“Apa upaya-upaya *Twiplomacy* India pada masa administrasi Narendra Modi dalam Mewujudkan Visi “The Digital India” (2014-2020)?”** Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan teori *soft power* oleh Joseph Nye dan konsep *diplomatic engagement* oleh Corneliu Bjola dan Lu Jiang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menekankan pada studi deskriptif dengan menggunakan studi dokumentasi terhadap data-data sekunder yang berupa buku, artikel jurnal, artikel media massa, websites, serta juga observasi terhadap *Twitter* dari para aktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya *Twiplomacy* yang dilakukan oleh India pada masa pemerintahan Narendra Modi adalah melakukan pendekatan yang lebih persuasif dalam berinteraksi dengan audiens *Twitter*, mendiseminasikan informasi yang mudah dipahami dan menarik, membentuk ruang interaksi yang nyaman antara pemerintah dengan masyarakat. Dari hasil analisis ditemukan bahwa beberapa poin dari visi “*The Digital India*” berhasil dicapai melalui Modi.

Kata kunci: diplomasi digital, India, *Twitter*, *Twiplomacy*, *The Digital India*, Narendra Modi

ABSTRACT

Nama : Aurelia Callista Arinka
NPM : 6091801159
Judul : India's *Twiplomacy*: Twitter as Digital Diplomacy Instrument to Achieve "The Digital India" Vision (2014-2020)

*The practice of diplomacy that was done face-to-face, now is able to be done online. Diplomacy that is done on a digital platform by state actors is also known as "digital diplomacy". Alongside the development of information and communication technology, international political activities also change. This research aims to describe and analyze India's digital diplomacy efforts that is done through Twitter as the social media platform during the administration of Narendra Modi since 2014 to 2020. Since 2014, Prime Minister Narendra Modi has been pushing the use of social media, Twitter, within his activities, as a way to achieve his program called "The Digital India". With that, the research question for this research is: **"What are India's Twiplomacy efforts during Narendra Modi's administration in order to achieve "The Digital India" Vision (2014-2020)?"** To answer the question, the author uses soft power theory by Joseph Nye and diplomatic engagement concept by Corneliu Bjola and Lu Jiang. This research uses qualitative methods and highlights the descriptive studies, using secondary data documentations such as books, journal articles, news, websites, and Twitter observation towards the actors. The result of this research being that the efforts of Twiplomacy that was done during Narendra Modi's creating a persuasive approach towards interacting with Twitter audiences, creating an interesting and comprehensible information dissemination, creating a comfortable space to interact between government and citizen. From the analysis, it can be concluded that some of the goals from "The Digital India" were achieved through Modi.*

Keywords: digital diplomacy, India, Twitter, The Digital India, Narendra Modi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME atas berkat dan bimbingan-Nya, penulis dapat menyelesaikan mata kuliah skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penelitian ini mengkaji *twiplomacy* yang dilakukan oleh India sebagai upaya untuk mencapai The Digital India pada masa administrasi Narendra Modi. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru atau menjadi inspirasi penyusunan penelitian lain yang serupa.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidaklah sempurna. Oleh karena itu, penulis hendak memohon maaf sebelumnya jika ada kekurangan dalam penelitian ini. Terlebih lagi, kritik dan saran yang membangun sangat dinantikan oleh penulis agar penelitian di masa depan lebih berguna.

Bandung, 7 Januari 2021

Aurelia Callista Arinka

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan YME telah menyertai penulis dalam proses pembentukan skripsi ini. Penulis juga ingin memberikan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang secara langsung dan tidak langsung mendukung penulis dalam proses perkuliahan hingga akhirnya penyelesaian skripsi. Kepada orang tua dari penulis, terima kasih telah mendukung keputusan penulis untuk berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan dan mebiayai kebutuhan perkuliahan penulis sampai akhir.

Teruntuk dosen pembimbing penulis, Mba Anggi, yang telah membantu proses pembentukan skripsi penulis dari awal hingga akhir. Terima kasih telah memberikan kritik dan saran yang membangun, serta memiliki kesabaran luar biasa dalam menghadapi penulis. Kepada dosen penguji, Mba Jess dan Mba Suke, terima kasih juga telah memberikan saran dan pengalaman sidang yang baik.

Kepada mentor penulis, Kak Aya, terima kasih telah memberikan pengetahuan yang berharga dan menuntun penulis dalam proses pembelajaran. Kepada teman-teman yang membantu perkembangan penulis secara personal dan profesional, tidak mungkin untuk dituliskan satu per satu, tetapi terima kasih atas seluruh momen yang telah dilewati, besar maupun kecil. Tidak lupa juga terima kasih banyak untuk teman-teman penulis di luar Universitas Katolik Parahyangan yang selalu mendukung penulis di setiap langkah yang diambil.

Kepada Jov, terima kasih telah menemani sebagian besar kehidupan perkuliahan penulis dan menjadi sumber hiburan yang tiada habisnya. Ketika bertemu lagi, semoga sudah memiliki lebih banyak jawaban atas pertanyaan

mengenai ayam dan keju. Kepada Gio, terima kasih telah menjadi inspirasi penulis untuk terus berkembang dan menemani di kala sedih dan senang. Apapun yang akan dihadapi, penulis bersyukur dapat melewati banyak momen bersama-sama. Semoga seluruh pengalaman dan pembelajaran yang telah dilewati, menjadi memori yang layak untuk disimpan. Terima kasih dan sampai jumpa nanti.

Bandung, 7 Januari 2022

Aurelia Callista Arinka

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	12
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.4 Kajian Literatur	14
1.5 Kerangka Pemikiran	21
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	27
1.6.1 Metode Penelitian	27
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.7 Sistematika Pembahasan	28
BAB II.....	30
TUJUAN DIPLOMASI DIGITAL INDIA PADA MASA ADMINISTRASI NARENDRA MODI (2014-2020).....	30
2.1 Tujuan Nasional India Pada Masa Administrasi Modi	31
2.2 Diplomasi Publik Sebagai Instrumen Kebijakan Luar Negeri India	34

2.3 Diplomasi Digital India dan Media Sosial	35
2.3.1 Tujuan Diplomasi Digital India Dalam Visi “The Digital India”	36
2.3.2 Pemanfaatan Media Sosial Dalam Diplomasi Digital India	42
2.3.3 <i>Twiplomacy: Twitter</i> dalam Diplomasi Digital India	47
2.4 Pemetaan Aktor dan Kelembagaan dalam Diplomasi Digital India.....	54
2.4.1 Perdana Menteri Narendra Modi	55
2.4.2 Kementerian Luar Negeri India	57
2.4.3 Menteri Luar Negeri India Sushma Swaraj	58
BAB III	60
Upaya <i>Twiplomacy</i> India Dalam Memanfaatkan <i>Twitter</i> Sebagai Instrumen Diplomasi Digital India (2014-2020).....	60
3.1 Implementasi Penggunaan <i>Twitter</i> Sebagai Instrumen Diplomasi Digital India.....	60
3.1.1 Aktivitas Perdana Menteri Narendra Modi di <i>Twitter</i>	61
3.3.3 Aktivitas Menteri Luar Negeri India Sushma Swaraj di <i>Twitter</i>	65
3.2 Analisis Aktivitas <i>Twiplomacy</i> India pada Masa Administrasi Narendra Modi (2014-2020)	73
3.2.1 Keselarasan Visi “The Digital India” dengan Aktivitas <i>Twiplomacy</i> India	73
3.2.2 Analisis <i>Twiplomacy</i> India Berdasarkan Aspek-aspek <i>Diplomatic</i> <i>Engagement</i>	77
BAB IV	82
KESIMPULAN.....	82
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pernyataan Pers Tweet Aadhar mengenai kebocoran data.....	40
Gambar 2. 2 Diskusi bilateral antara India dan Perancis	49
Gambar 3. 1 Modi mengunggah video yang menunjukkan rutinitas pagi harinya	63
Gambar 3. 2 Tweet Sushma Swaraj meminta bantuan mengontak keluarga Shikha Garg.....	66
Gambar 3. 3 Balasan tweet Swaraj kepada warga yang meminta bantuan	67
Gambar 3. 4 Salah satu pengguna <i>Twitter</i> meminta bantuan kepada Swaraj	68
Gambar 3. 5 Balasan tweet Swaraj dengan fitur quote tweet	68
Gambar 3. 6 Balasan tweet Swaraj yang berisi salah satu warga India yang meminta bantuan	69
Gambar 3. 7 Informasi lanjutan yang diberikan oleh Swaraj mengenai bantuan yang dibutuhkan.....	69
Gambar 3. 8 Informasi lanjutan dari Swaraj mengenai kegiatan evakuasi dari Yaman	70
Gambar 3. 9 Balasan tweet Swaraj kepada salah satu pengguna <i>Twitter</i> yang bercanda	71
Gambar 3. 10 Balasan tweet Swaraj kepada pengguna yang meminta bantuannya dalam konteks bercanda	72
Gambar 3. 11 Balasan tweet Swaraj kepada salah satu pengguna yang bertanya mengenai legitimasi Swaraj di <i>Twitter</i>	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki abad ke-21, dunia mengalami revolusi industri keempat (Revolusi Industri 4.0) dimana terjadi perubahan bentuk interaksi antarmanusia. Penggabungan teknologi siber dan otomatisasi juga berhasil menggabungkan diri ke dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini lantas meningkatkan efektivitas dan efisiensi pada suatu lingkungan kerja, serta mengurangi proses keterlibatan tenaga manusia. Fenomena tersebut menuntut rakyat di seluruh dunia agar memiliki akses terhadap internet dan jaringan digital yang baik. Revolusi Industri 4.0 memiliki lima pilar utama dalam mengembangkan industri digital, yaitu: *Internet of Things (IoT)*, *Big Data*, *Artificial Intelligence (AI)*, *Cloud Computing*, dan *Additive Manufacturing*.¹

Aktivitas entitas politik tidak terhindar dari pengaruh perubahan revolusi teknologi global. Kedaulatan dan batas-batas negara yang sudah tertera dalam sistem Westphalia menjadi semakin kabur akibat digitalisasi informasi dan komunikasi.² Dalam tulisan R. W. Mansbach berjudul *International Relations and Information Technology*, Mansbach mengatakan bahwa kekuasaan dan pengaruh

¹ Leski Rizkinaswara, "Revolusi Industri 4.0", Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika. Diakses pada 20 April 2021, <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/revolusi-industri-4-0/>

² Sapta Dwikardana, 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

(*influence*) tidak lagi dibatasi oleh letak geografis, melainkan melampaui batas-batas tersebut. Bukan berarti bentuk fisik dan perbatasan negara hilang, tetapi individu terkait hanya perlu memberi tahu lokasinya kemudian kegiatan dapat terus berjalan secara daring berkat satelit dan frekuensi radio.³ Alhasil, praktik diplomasi yang dilakukan secara tatap muka dianggap formal, kaku, dan tradisional. Terbentuknya teknologi terutama media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *WhatsApp* menjadi alat transformasi praktik diplomasi menuju arah yang lebih informal, cair, dan modern.⁴ Perkembangan informasi dan teknologi merubah cara kerja praktik diplomasi. Tetapi, fungsi dan tujuan dari praktik diplomasi tidak akan lepas dari aktor-aktor berikut, yakni: media, globalisasi dalam bisnis dan ekonomi, komunitas internasional, dan partisipasi publik.

Diplomasi seyogianya dijalankan untuk mewujudkan kepentingan nasional serta melaksanakan visi-misi negara. Dalam Ilmu Hubungan Internasional, tipe diplomasi yang menggunakan pendekatan kekuatan formal dikatakan sebagai *realpolitik*, berasal dari istilah Jerman yang artinya “*power politics*.” Menurut David Bollier dalam *The Rise of Netpolitik*, ada gaya diplomasi baru yang bertujuan menggunakan kekuatan internet hingga kapabilitas maksimumnya untuk membentuk politik, budaya, nilai, dan identitas personal. *Netpolitik* dianggap sebagai pendekatan yang lebih halus dan informal sebab mengedepankan

³ R W Mansbach, “*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>

⁴ Hermanadi dan Saputri Rizal, “*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>

penggunaan moral, identitas budaya, nilai sosial, dan persepsi publik. Sedangkan *realpolitik* mengedepankan kekuatan fisik, seperti kemampuan militer, untuk mencapai tujuannya.⁵ Dalam beberapa tahun terakhir, studi mengenai diplomasi publik semakin menarik perhatian komunitas internasional. Sudah diakui oleh pakar studi bahwa penggunaan diplomasi publik, terutama media sosial untuk mempengaruhi dan menyebarkan informasi adalah metode yang efektif. Konsep diplomasi publik dapat diinterpretasikan sebagai proses diplomasi yang melibatkan partisipasi aktif dari aktor negara dan non-negara untuk menyampaikan pesan dan membentuk persepsi dari masyarakat mengenai identitas, nilai, dan kebijakan suatu negara.

Akibat adanya perbedaan agenda dan kapabilitas, perangkat digital dan kegiatan diplomasi digital yang dilakukan oleh setiap negara berbeda-beda. Dalam memahami diplomasi digital, ada berbagai definisi yang dipaparkan oleh para akademisi. Marcus Holmes berpendapat bahwa diplomasi digital merupakan kegiatan diplomasi yang dilakukan melalui perangkat digital dan kolaborasi virtual bertujuan untuk mengelola perubahan. Perangkat digital tersebut termasuk komunikasi daring dan Ilmu Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Sedangkan Corneliu Bjola berpendapat bahwa diplomasi digital tidak sebatas tren yang nantinya akan hilang, tetapi perubahan kegiatan diplomasi tatap muka ke layanan daring. Lebih luas dari itu, diplomasi digital juga termasuk dengan layanan konsuler, manajemen kebijakan, dan negosiasi internasional. Selain itu, Dr. Jovan

⁵ David Bollier, "*The Rise of Netpolitik*", Aspen Institute. Diakses pada 20 April 2021, http://www.bollier.org/files/aspen_reports/NETPOLITIK.PDF

Kurbalija mengatakan bahwa diplomasi digital diperlukan oleh negara-negara untuk memperjuangkan inovasi. Agar dapat bersaing dengan negara lain, Kementerian Luar Negeri harus memiliki suatu fleksibilitas sehingga dapat beradaptasi dengan arus globalisasi dan perubahan teknologi.⁶

Dalam menghadapi era diplomasi digital, negara-negara barat dinilai lebih siap karena telah lebih dulu membangun infrastruktur dan memiliki sumber daya yang cukup untuk melaksanakan rancangan tersebut. Amerika Serikat (AS) merupakan negara pelopor diplomasi digital dalam politik luar negeri. Saat ini, negara dengan diplomasi digital terkuat jatuh pada Inggris dan Swedia. Diplomasi digital juga berkembang di daerah Asia, spesifiknya di kawasan Asia Selatan yang dipelopori oleh India. Mengikuti pesatnya laju globalisasi dan perkembangan teknologi, India merupakan salah satu negara di kawasan Asia yang dapat dengan cepat beradaptasi dengan kecepatan tersebut.

Dalam sejarahnya, India mengalami isu kemiskinan yang mengakar sehingga menyebabkan krisis ekonomi. Memasuki abad ke-21, India telah menunjukkan perkembangan signifikan dalam memutar balikkan keadaan ekonomi mereka. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bank Dunia, India membantu mengeluarkan sekitar 90 juta warga dari kemiskinan yang akhirnya juga membantu pertumbuhan ekonomi negara.⁷ Bahkan, ketika ekonomi dunia secara umum menurun akibat pandemi Covid-19, India berhasil mempertahankan perekonomiannya dalam keadaan stabil dengan bantuan investasi asing dalam

⁶ Hermanadi dan Saputri Rizal, *Op.cit.*,

⁷ “*Overview*”, World Bank. Diakses pada 20 April 2021, <https://www.worldbank.org/en/country/india/overview>.

jumlah besar. Sebuah statistik yang dipaparkan oleh GlobalData menunjukkan bahwa perekonomian India diperkirakan akan meningkat sejumlah 9.7% pada tahun 2021, yang berarti lebih tinggi dari mayoritas perekonomian negara-negara di dunia.⁸

Kunci dari kesuksesan India berada pada kemajuan revolusi industri Teknologi, Informasi dan Komunikasi. Praktik diplomasi publik India dipelopori oleh Perdana Menteri Jawaharlal Nehru pada tahun 1947. Sejak saat itu, India berhasil menjalin hubungan diplomatis dengan negara-negara seperti Amerika Serikat, Afghanistan, Bhutan, Nepal, dan beberapa negara di benua Afrika. Kerjasama tersebut mencakup bantuan finansial dan teknikal. Praktik diplomasi publik India terus berkembang dan semakin pesat di abad ke-21 ini. Perdana Menteri ke-14, Narendra Modi, membawa lebih banyak dampak positif dari praktik diplomasi publiknya sejak berhasil menduduki kursi pemerintahan pada tahun 2014. Satu tahun setelah menjabat yaitu pada tahun 2015, Modi mengeluarkan visi dan program *The Digital India* yang bertujuan membangun infrastruktur digital nasional.⁹ Hal ini terbukti ketika India berhasil meraih peringkat ke-7 pada *Digital Diplomacy Review 2016*.¹⁰ Modi juga merupakan salah satu aktor pemerintah India yang aktif di media sosial seperti Facebook, Instagram, *Twitter*, dan Weibo. Selain

⁸ "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/>.

⁹ "Brand India," IBEF. Diakses pada 20 April 2021, <https://www.ibef.org/blogs/digital-india-power-toempower>.

¹⁰ Hermanadi dan Saputri Rizal, *Op.Cit.*

itu, Modi juga memberikan perhatian kepada industri pariwisata India dan oportunitas investasi asing.¹¹

Ambisi Modi untuk memperluas jangkauan India dan meningkatkan kerjasama internasional dapat dilihat dalam kebijakannya bernama *Act East Policy*. Dimana melalui kebijakan ini, Modi ingin India fokus berekspansi ke negara-negara di bagian timur, seperti Tiongkok, Jepang, Australia, Indonesia, dan ASEAN. *Act East Policy* merupakan perkembangan dari *Look East Policy* yang dicetuskan oleh Narasimha Rao pada tahun 1990-an. Selaras dengan tujuan dari *Look East Policy*, Modi menggunakan diplomasi digital sebagai upaya untuk meningkatkan keberadaan India dan membangun *presence* India di dunia internasional. Mengingat bahwa negara-negara tujuan India juga memiliki keberadaan media sosial yang tinggi.¹²

India sebagai kekuatan global baru berhasil mendapatkan perhatian dari para akademisi, pemerintahan luar negeri, dan komunitas internasional. Selain kekuatan India di bidang teknologi dan komunikasi, India juga merupakan negara berkembang di Asia yang memiliki kekuatan nuklir, kekuatan militer yang besar, dan negara dengan perekonomian terbesar ketiga di dunia, setelah Amerika Serikat dan Tiongkok. Di sisi lain, keterbatasan India terletak pada minimnya perkembangan manusia, kasus-kasus pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM), dan pemerintahan yang lemah. Melihat isu-isu tersebut, komunitas internasional

¹¹ A Mazumdar, "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>

¹² Danielle Rajendram, "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

meragukan kekuatan India dan melihat India sebagai salah satu *emerging power* yang mengancam. Di sinilah Modi ingin memanfaatkan diplomasi publik India sebagai alat untuk menghilangkan perspektif dan keraguan tersebut diantara aktor-aktor negara dan non negara. India bertujuan untuk menjadi aktor protagonist yang membawa dampak positif bagi negara-negara di sekitarnya.¹³ Warga lokal India mayoritas memiliki pandangan yang sama terhadap tantangan yang dimiliki oleh India. Pada tahun 2018, The Pew Research Center mengumpulkan data mengenai opini publik di India. Hasilnya menunjukkan bahwa warga India memiliki pandangan positif dan kepuasan terhadap arah berkembangnya negara mereka, tetapi wajah internasional India yang sudah beredar di media internasional dipenuhi dengan kekacauan internal, ketidakadilan sosial, diskriminasi, pelanggaran HAM, kasus korupsi, pelecehan seksual, dan pemerintah yang lemah. Hal ini sudah menjadi stereotip komunitas internasional terhadap India.¹⁴ Warga pun bersikap pesimis bahwa gambaran tersebut dapat dihilangkan hanya dengan menggunakan sosial media.

Dalam menjalankan perannya pada praktik diplomasi publik, Modi menunjukkan bahwa dirinya aktif di berbagai media sosial, terutama *Twitter*. Laman akun *Twitter* Modi (@NarendraModi) merupakan akun dengan jumlah pengikut ketiga terbanyak di dunia dalam kategori pemimpin negara dengan angka

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Kat Devlin, "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/>.

67,3 juta pengikut.¹⁵ Modi juga mendorong para menterinya untuk meningkatkan peran media sosial dalam menyebarkan informasi dan strategi komunikasi. Modi percaya bahwa sosial media memegang kunci utama dalam meningkatkan demokratisasi di India sebab sosial media dapat memberikan wadah bagi warga domestik dan internasional mengekspresikan opini mereka dan berkreasi. Meskipun audiens Modi mayoritas warga negara India, unggahannya juga dianggap menarik bagi audiens internasional. Hal tersebut adalah salah satu strategi Modi untuk meningkatkan diaspora. Selain itu, Modi juga percaya bahwa sosial media memiliki kemampuan untuk merubah asumsi negatif menjadi positif apabila dilakukan dengan pendekatan yang baik dan dialog sosial yang positif. Hal ini terbukti berhasil dilakukan oleh Modi, sebab kampanye melalui sosial media lah yang mendapatkan posisinya di bangku perdana menteri saat ini.¹⁶

Kemampuan sosial media dalam menyebarkan informasi memang sudah tidak diragukan. Dengan hitungan detik, informasi sudah dapat diterima oleh ratusan bahkan ribuan orang tanpa batasan wilayah negara. Sosial media juga memiliki kemampuan memanipulasi audiens dan mempengaruhi cara berpikir manusia. Hal inilah yang ingin dimanfaatkan oleh Modi. Ia percaya bahwa penggunaan kapasitas maksimum sosial media dengan strategi yang matang akan membuka potensi besar bagi hubungan diplomatik India dengan negara-negara lain.

¹⁵ Narendra Modi, Profile, *Twitter*. Diakses pada 20 April 2021, https://Twitter.com/narendramodi?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

¹⁶ Parama Sinha Palit, "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>

Berdasarkan paparan tersebut, maka penelitian ini diberi judul **“Twiplomacy India: Twitter Sebagai Instrumen Diplomasi Digital untuk Mewujudkan Visi “The Digital India” (2014-2020)”**. Topik diplomasi digital dipilih sebagai latar belakang penelitian sebab penulis merasa isu ini penting bagi perkembangan ilmu hubungan internasional dan menarik untuk diteliti, mengingat bahwa seluruh dunia sedang mengalami transformasi digital akibat revolusi industri 4.0. Contoh konkrit dari transformasi digital dapat terlihat di seluruh aspek kehidupan manusia. Di bidang ekonomi, terciptanya *financial technology* telah mengubah cara bertransaksi antara penjual dan pembeli. Metode pembayaran non-tunai kini lebih diutamakan, sebab setelah ditinjau lebih lanjut, lebih banyak dampak positif yang didapatkan daripada transaksi tunai. Dalam bidang bisnis, transformasi digital dapat membantu UMKM untuk memasarkan produknya dan menjangkau lebih banyak pelanggan menggunakan media sosial. Menurut sudut pandang negara, transformasi digital memberikan lebih banyak ruang untuk berkomunikasi dengan negara lain. Begitu pula dalam ruang lingkup individu, dimana penggunaan media sosial dan aplikasi komunikasi lainnya, membantu mempersingkat proses komunikasi.

Lebih lanjut pada bidang diplomasi, penggunaan media sosial sebagai alat diplomatik juga belum memiliki banyak pengakuan oleh para ahli hubungan internasional. Tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa cara berkomunikasi telah berubah berkat adanya medium baru, yaitu media sosial. Dalam penelitian ini, pemilihan *Twitter* sebagai platform yang ingin diteliti memiliki hubungan dengan fakta bahwa Modi merupakan salah satu pemimpin dunia yang sangat aktif di

Twitter, bersama dengan Menteri Luar Negeri India ketika masa administrasi Modi, yaitu Sushma Swaraj. Atas dasar itu, penelitian ini dilakukan dengan pemikiran bahwa *Twitter*, sebagai media sosial yang populer, dapat meningkatkan diplomasi digital yang dapat membantu negara mencapai tujuannya.

Melihat begitu banyak dampak dari transformasi digital, terutama dalam konteks pemerintah dan cara kerja pemerintahan, penulis merasa topik diplomasi digital penting untuk perkembangan ilmu hubungan internasional. Mengingat bahwa konsep diplomasi digital dan penggunaan media sosial untuk kegiatan diplomatik merupakan ilmu yang relatif baru di dunia hubungan internasional, perlu lebih banyak penelitian agar ilmu tersebut terus berkembang. Selain untuk memberikan pengetahuan bagi ilmu di masa sekarang, penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau sumber informasi bagi penelitian yang akan datang.

1.2 Identifikasi Masalah

Perkembangan teknologi yang mempengaruhi perubahan gaya diplomasi bergerak dengan sangat cepat di era ini. Diplomasi digital menjadi alat yang sangat efektif dalam menjalin hubungan dengan masyarakat maupun aktor negara. Diplomasi digital India dianggap sebagai pandangan konstruktivis terhadap diplomasi, dimana kegiatan yang dilakukan mengutamakan penggunaan ide, nilai, dan *soft power* yang signifikan. Transformasi digital India dalam masa

kepemimpinan Modi selama enam tahun belakang ini menunjukkan perkembangan ke arah yang lebih positif.

Dewasa ini, praktik diplomasi digital India diwujudkan lebih lanjut dalam agenda diplomasi publik mereka yang berfokus pada pendekatan diplomasi digital. Keadaan diplomasi digital India dan strateginya memiliki potensi yang besar dalam penggunaan sosial media sebagai alat diplomasi. Hal ini dapat membuka pintu baru dan peluang bagi hubungan antarnegara dan *engagement* dengan warga domestik maupun internasional. Dengan hal tersebut, India bahkan dapat mempromosikan atau melakukan *nation branding* demi mewujudkan kepentingan nasional yang sudah ditentukan.

Twitter, sebagai *platform* media sosial yang populer di kalangan masyarakat berbagai usia, juga digunakan oleh pemimpin-pemimpin negara dan staf administrasi mereka. Informasi yang disampaikan di *Twitter* mayoritas berkaitan dengan agenda pemerintahan, berita yang harus diketahui masyarakat, atau pernyataan resmi untuk menanggapi suatu fenomena. Perdana Menteri Narendra Modi sebagai salah satu pemimpin negara dengan jumlah pengikut terbanyak, memiliki kesempatan untuk menjangkau masyarakat internasional. Selain itu, melalui keberadaannya di media sosial, Modi dapat membentuk persepsi masyarakat internasional terhadap India.

Diplomasi digital bukan konsep yang baru bagi pemerintah India. Sebelum Perdana Menteri Narendra Modi menjabat, sudah ada program dan inisiatif yang datang dari para pemimpin sebelumnya namun untuk bidang-bidang di luar diplomasi. Namun, Modi melihat bahwa India memiliki potensi dan sumber daya

yang dapat mendorong kemampuan *soft power* India, yaitu melalui diplomasi digital. Maka dari itu, Modi mengerahkan fokus dan perhatiannya khususnya semasa jabatannya sebagai perdana menteri, untuk mendorong diplomasi digital India secara maksimal.

Namun demikian, setelah hampir dua periode menduduki posisi sebagai perdana menteri, mulai terlihat perkembangan diplomasi digital berkat upaya-upaya yang dilakukan oleh Modi serta oleh Kementerian Luar Negeri India (*Ministry of External Affairs, Government of India*). Dalam hal ini, masih terdapat ruang untuk membahas masalah yang ada yaitu upaya-upaya yang dilakukan oleh India dalam diplomasi digital untuk mewujudkan visi "*The Digital India*" dan keselarasan upaya yang dilakukan dengan tujuan-tujuan yang ada di "*The Digital India*".

1.2.1 Pembatasan Masalah

Studi ini membatasi pembahasan pada beberapa hal pokok diantaranya adalah: *Pertama*, agar fokus pada rumusan masalah yang ada, penelitian ini hanya membahas mengenai penggunaan *Twitter* sebagai instrumen diplomasi digital India. *Kedua*, penelitian akan dibatasi pada linimasa pemerintahan PM Narendra Modi, yaitu pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2020. Rentang waktu tersebut dipilih dengan pertimbangan bahwa perkembangan diplomasi publik India melalui diplomasi digital berkembang pesat pada masa pemerintahan Modi dimana Ia dinilai sebagai pemimpin dunia teraktif di *Twitter*. *Ketiga*, pembahasan akan

dititikberatkan pada upaya dan aktivitas yang dilakukan oleh India, yaitu oleh aktor-aktor kunci di India seperti Perdana Menteri, Kementerian Luar Negeri, dan Menteri Luar Negeri. Tiga aktor tersebut dipilih karena keberadaan *Twitter* yang signifikan serta Kementerian Luar Negeri adalah aktor yang melakukan beberapa program yang berkaitan dengan diplomasi digital di *Twitter*. *Keempat*, analisis terhadap data-data aktivitas atau upaya tersebut dilakukan melalui aspek-aspek *Diplomatic Engagement* oleh Corneliu Bjola dan Lu Jiang.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang hendak dijawab adalah *“Apa upaya-upaya Twiplomacy India pada masa administrasi Narendra Modi dalam Mewujudkan Visi “The Digital India” (2014-2020)?”*

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan serta menganalisis upaya India dalam menggunakan *Twitter* sebagai instrumen diplomasi digital, khususnya pada masa pemerintahan Narendra Modi di tahun 2014-2020. Penelitian ini pun ditunjukkan untuk menjawab rumusan masalah yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menambah wawasan dan memberikan perspektif baru bagi para pembaca mengenai studi diplomasi, serta dapat berguna bagi para peminat studi diplomasi publik, secara lebih spesifik yaitu diplomasi digital dalam hubungan internasional. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai *Twiplomacy* India. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu hubungan internasional khususnya terkait bidang kajian politik media dan masyarakat transnasional.

1.4 Kajian Literatur

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan empat kajian literatur sebagai sumber sebelum memulai penelitian. Kajian literatur pertama yang akan digunakan dalam penelitian ini ditulis oleh Uttam Anand dan diterbitkan oleh *International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)* berjudul “*India’s Soft Power Diplomacy under Modi Govt. First*”. Dalam literatur ini diberikan penjelasan bahwa Modi melihat potensi dalam menggunakan *soft power* sebagai kekuatan untuk membangun hubungan India dengan negara lain. Kebijakan India dahulu cenderung bertumpu pada aspek tradisional, seperti budaya tradisional, peninggalan sejarah bekas peradaban jaman dahulu. Sebelum Modi menduduki kursi sebagai perdana menteri, India memiliki lima prinsip yang mendasari kebijakan luar negeri, yaitu: 1) saling menghormati integritas teritorial dan kedaulatan negara; 2) perilaku non-agresi; 3) tidak ikut campur atas urusan internal negara lain; 4) keadilan dalam

kerjasama dan keuntungan bersama; serta 5) hidup berdampingan dalam damai. Prinsip-prinsip tersebut telah digunakan oleh pemerintah India dalam jangka waktu yang cukup lama dan berhasil membawa India ke kondisi dimana India menjadi *emerging power* di dunia. Tetapi, Modi memutuskan untuk mengubah prinsip kebijakan luar negeri menjadi 5S atau *Pancharmrita*. Prinsip ini lebih menekankan pada hubungan yang dapat dijalin India dengan negara-negara tetangga di Asia dan mengedepankan kepentingan mereka. Kebijakan yang muncul di bawah prinsip *Pancharmrita* dikenal dengan *Neighborhood First Policy*. Kebijakan ini berhasil menjangkau Iran, Tiongkok, dan Myanmar. India juga berhasil menjalin hubungan yang lebih erat dengan negara-negara Asia Timur berkat kebijakan *Look East Policy*. Dalam literatur ini, dituliskan juga bahwa Modi memiliki strategi dimana India akan focus pada peningkatan hubungan bilateral dan hubungan ekonomi dengan ASEAN dan negara-negara Asia Timur lainnya.

Selain perubahan kebijakan, Modi juga mengedepankan menggunakan *soft power* sebagai alat untuk menyebarkan *influence* kepada negara-negara tertuju. Agar menguatkan penelitiannya, contoh kasus yang dianalisis oleh Uttam Anand adalah penggunaan *soft power* India yaitu budaya tradisional, dunia hiburan, dan peran Modi sendiri; dimana hal-hal tersebut juga merupakan faktor-faktor yang didorong oleh Modi agar meningkatkan *soft power* India. Dalam bidang budaya tradisional, Uttam Anand mengatakan bahwa budaya peradaban manusia India, yaitu yoga dan ajaran agama Buddha memiliki penyebaran yang saat ini sudah mendunia. Dunia hiburan India atau *entertainment industry* yaitu Bollywood, juga memiliki audiens yang tersebar di seluruh dunia. Dibalik *soft power* yang dimiliki

India, ada peran signifikan dari Modi sendiri. Modi dikenal sebagai pemimpin yang berkarisma, sehingga ia mudah menjalin hubungan diplomatik dengan pemimpin negara lain, dan mudah menarik perhatian masyarakat.

Literatur pertama ini menunjukkan bahwa Modi melihat potensi bahwa India memiliki sumber daya yang dapat digunakan sebagai *soft power* dan berhasil mengimplementasikannya dalam kebijakan luar negeri. Penulis merasa literatur pertama memberikan gambaran general mengenai *soft power* India, dimana penulis meneliti hal yang sama, tetapi penelitian penulis lebih fokus kepada media sosial, yaitu *Twitter*. Maka dari itu, dibutuhkan kajian literatur lain untuk mendukung penelitian ini.

Karya literatur kedua yang akan digunakan ditulis oleh Soodan Sarvjeet, diterbitkan oleh Universitas Paris-Sorbonne pada tahun 2016 dengan judul “*Digital Diplomacy in India: Virtual Networks, Real Gains*”. Dalam tulisannya, dinyatakan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye Modi pada tahun 2014 menjadi kunci dari kemenangannya. Modi berhasil menjangkau seluruh masyarakat India dalam kampanyenya secara digital. Pada masa pemerintahannya, Modi juga mendorong penggunaan teknologi digital, khususnya menggunakan diplomasi digital, untuk kepentingan India. Kementerian Luar Negeri India (*Ministry of External Affairs India*) telah menjadi pelopor dalam ruang digital di pemerintahan India. Modi yakin kebijakannya akan membuat India dikenal di tingkat nasional dan internasional. Baik Modi dan Kemenlu India memiliki banyak pengikut di sosial media. Dengan demikian, keterlibatan India berhasil

menempatkan mereka di peringkat kedelapan dalam *Digital Diplomacy Review* 2016 diikuti dengan beberapa negara Eropa dan Amerika Serikat.

Divisi Diplomasi Publik di Kemenlu India telah melakukan pekerjaan yang baik dengan tetap mengikuti perkembangan terbaru dan berhasil beradaptasi mengikuti inovasi yang sedang tren untuk menjangkau audiens yang besar. Dari *Twitter* hingga membuat dokumenter pendek yang menarik perhatian. Film dokumenter komersial pendek yang juga dikenal sebagai *docu-mercial* dibuat untuk menunjukkan kunjungan Modi selama ke Belgia. Dengan perhatian manusia yang secara umum pendek, dokumen ini merupakan cara kreatif untuk menarik perhatian dan memberikan informasi tanpa durasi yang lama sehingga menyebabkan kebosanan.

Literatur oleh Soodan Sarvjeet memberikan wawasan mengenai perjalanan Modi dari awal ia menggunakan diplomasi digital sebagai strategi memenangkan suara di pemilihan perdana menteri. Selain itu, Sarvjeet juga memberikan contoh konkrit mengenai upaya yang telah dilakukan oleh Divisi Diplomasi Publik India. Pemaparan ini memberikan gambaran secara general mengenai kondisi, upaya, dan perjalanan diplomasi publik di India pada masa administrasi Modi. Literatur ini dapat membantu penelitian penulis sebab memiliki kesamaan dalam konsep yang dipilih, yaitu diplomasi publik dan diplomasi digital.

Kajian literatur yang ketiga merupakan penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dari Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian yang diketuai oleh Sapta Dwikardana, Ph.D ini berjudul “Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi

Digital di Indonesia”. Pada dasarnya, penelitian ini menjelaskan bagaimana dimensi diplomasi dalam era digitalisasi berkembang menjadi apa yang diketahui sebagai “diplomasi digital.” Dalam penelitian ini, para peneliti menganalisis aktivitas diplomasi Indonesia dalam ruang digital sebagai instrumen untuk mencapai kepentingan nasional. Aktor-aktor Hubungan Internasional yaitu negara, termasuk staf administrasi pemerintah, memiliki akses yang semakin mudah untuk menyebarkan informasi ke masyarakat. Karena lingkungan global sudah beralih ke platform media sosial, alangkah baiknya jika Indonesia juga tidak tertinggal. Dalam sebuah situs bernama *Diplomacy.Live* yang melakukan riset terhadap aktivitas ruang digital Kementerian Luar Negeri seluruh dunia, didapati bahwa Indonesia berada di posisi ke-37. Satu-satunya negara Asia yang masuk ke dalam peringkat sepuluh besar hanyalah India yang menduduki posisi ketujuh. Diplomasi seyogianya diarahkan pada tujuan akhir yaitu *diplomatic excellence*. Hal ini tertuang dalam visi dan tujuan Kementerian Luar Negeri RI.

Dalam literatur ini, Sapta Dwikardana, dkk, mengevaluasi postur diplomasi digital Indonesia yang dilakukan Presiden Joko Widodo untuk mewujudkan visi “Nawacita”. Kerangka kerja yang digunakan adalah tingkatan implementasi diplomasi digital oleh negara yang dicetuskan oleh Fergus Hanson. Setelah data yang digunakan diselaraskan dengan kerangka kerja Hanson, hasilnya menunjukkan bahwa Indonesia berada di tahap menengah atau *middle stage*. Hal ini karena masih ada beberapa hal yang belum dilakukan oleh pemerintah Indonesia, sehingga belum mencapai *diplomatic excellence*. Dapat dilihat juga bahwa Kementerian Luar Negeri Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan

dari beberapa sektor sehingga masih ada hambatan yang menghalangi *diplomatic excellence*.

Selain meneliti topik yang sama yaitu diplomasi digital, literatur ini juga menggunakan *Twitter* sebagai sumber data. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa penulis memilih penelitian ini sebagai kajian literatur. Selain itu, metode analisis dan kerangka kerja yang digunakan oleh Sapta Dwikardana, dkk, dapat menjadi referensi bagi penelitian penulis.

Kajian literatur keempat ditulis oleh Ausra Dumciuviene dan diterbitkan oleh *Lithuanian Foreign Policy Review*. Penelitian yang berjudul "*Twiplomacy: The Meaning of Social Media to Public Diplomacy and Foreign Policy of Lithuania*" meneliti bagaimana media sosial mempengaruhi diplomasi publik dan kebijakan luar negeri negara Lituania. Dalam penelitian ini, Ausra Dumciuviene menggunakan teori *soft power* yang kemudian dikaitkan dengan diplomasi publik dan penggunaan media sosial, lalu dipaparkan juga penjelasan dari *twiplomacy*. Dijelaskan bahwa Lituania memiliki tujuan untuk *twiplomacy* mereka, dan salah satu alasan mengapa Lituania sangat mendorong penggunaan *soft power* adalah karena mereka tidak memiliki kapabilitas *hard power* yang tinggi. Maka dari itu, pemerintahan Lituania menggunakan media sosial *Twitter* sebagai salah satu platform untuk mengimplementasikan dan memberikan informasi mengenai kebijakan luar negeri, serta meningkatkan citra negaranya dengan cara mengimplementasikan komunikasi strategis dengan audiens di *Twitter*. Ausra Dumciuviene menggunakan website *twiplomacy.com* sebagai sumber penelitiannya dan jangka waktu yang dipilih adalah tahun 2014 hingga 2016. Ia memilih tiga belas

akun pemerintah Lituania yang paling aktif dan memilih 10 topik yang paling sering dibahas oleh pemerintah Lituania di *Twitter*. Setiap topik diberikan informasi mengenai jumlah *retweet* oleh audiens *Twitter*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa upaya *twiplomacy* pemerintah Lituania membawa dampak positif bagi penyebaran informasi kebijakan luar negeri Lituania. Namun, Ausra Dumciuviene juga memberikan catatan bahwa Lituania tidak memiliki tujuan yang jelas dan tujuan diplomasi publik mereka pun belum didukung oleh strategi yang matang. Literatur ini sangat membantu penelitian penulis sebab *twiplomacy* juga menjadi area penelitian penulis. Selain itu, metode penelitian yang digunakan dapat menjadi inspirasi bagi penulis. Perbedaannya terletak di subjek yang diteliti, dimana penulis meneliti mengenai India, dan metode penelitiannya, dimana penulis menggunakan metode kualitatif. Meskipun begitu, penelitian ini memberikan informasi baru yang dapat membantu penulis mendalami penelitian yang akan dilakukan.

Keempat literatur yang telah dipaparkan memberikan informasi yang berbeda-beda tetapi memiliki manfaat besar bagi penelitian penulis. Secara garis besar, keempat literatur meneliti hal yang berhubungan dengan *soft power*, diplomasi publik, dan *twiplomacy* yang dapat membantu proses penelitian penulis. Tetapi, bagian yang tidak tertera dalam empat kajian literatur yang digunakan adalah penggunaan dan analisis dari visi *The Digital India* oleh pemerintahan Narendra Modi. Bagian tersebut lah yang ingin diteliti oleh penulis melalui penelitian ini.

1.5 Kerangka Pemikiran

Diplomasi merupakan salah satu studi utama dalam Ilmu Hubungan Internasional yang memiliki banyak lapisan. Diplomasi adalah representasi dari implementasi politik, teknik negosiasi, dan aktivitas profesional yang dilakukan oleh diplomat. Menggunakan pendekatan yang tradisional, dapat dikatakan bahwa diplomasi merupakan seni dalam bernegosiasi untuk mencapai kesepakatan bersama dengan tujuan mewujudkan kepentingan nasional masing-masing.¹⁷ Corneliu Bjola dalam bukunya berjudul “Digital Diplomacy: Theory and Practice” menjelaskan bahwa diplomasi secara fundamental adalah sebuah bentuk dari metode manajemen perubahan yang canggih (*advanced change management*). Dan signifikan atau tidaknya perubahan yang terjadi tergantung pada aktor yang berperan, yaitu diplomat. Seorang diplomat harus memiliki kemampuan untuk mengenali dan memanipulasi kekuatan (*power*), mengerti sebuah keinginan negara, dan yang terpenting, beradaptasi. Karena diplomasi adalah sebuah “manajemen perubahan”, maka diplomat harus memiliki kapabilitas untuk “*me-manage* perubahan.”¹⁸

Seiring berjalannya waktu, bentuk diplomasi berubah dan beradaptasi mengikuti perubahan arus globalisasi dan revolusi industri 4.0.¹⁹ Pionir dari diplomasi publik adalah tidak lain dari Joseph S. Nye pada tahun 1980-an. Nye

¹⁷ Nicholas J. Cull, “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>

¹⁸ Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, Routledge New Diplomacy Studies, 2015, hlm. 3

¹⁹ Nicholas J. Cull, “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>

menetapkan istilah *soft power* yang didefinisikan sebagai – kemampuan negara untuk mempengaruhi atau membujuk aktor lain untuk melakukan apa yang diinginkan tanpa menggunakan kekerasan. Nye menyatakan bahwa negara yang kuat dan sukses adalah negara yang berhasil menggunakan *hard* dan *soft power* untuk mewujudkan kepentingan nasionalnya. Contohnya adalah Amerika Serikat sebagai negara yang sukses menggunakan *hard* dan *soft power*-nya. AS dapat mendominasi negara lain secara tradisional yaitu menggunakan kekuatan militer, tetapi di sisi lain juga berhasil menyebarkan budaya, nilai, dan norma-normanya melalui bantuan perusahaan, industri kreatif, universitas, dan institusi lainnya. Kekurangan dari kekuatan ini adalah bahwa tidak mudah untuk mengendalikan *soft power* untuk mencapai tujuan yang spesifik. Diaspora dari *soft power* sulit untuk dikendalikan dan dihitung hasilnya untuk menunjukkan data yang detail.²⁰

Diplomasi publik merupakan salah satu bentuk dari penggunaan *soft power*. Menurut Nicholas J. Cull, diplomasi publik merupakan perkembangan dari praktik diplomasi tradisional dan sifatnya lebih informal. Ada delapan aspek yang berubah dalam perbedaan diplomasi tradisional dan diplomasi publik, yaitu 1) aktor yang melakukan diplomasi, 2) teknologi yang digunakan, 3) media yang digunakan, 4) bentuk pendekatan, 5) terminologi, 6) struktur pendekatan, 7) tujuan khusus, dan 8) tujuan secara general. Pada poin pertama, dalam diplomasi tradisional, hanya aktor

²⁰ Joseph S. Nye, Jr, “*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%20for eign%20policy%20debates>.

negara yang melakukan kegiatan diplomatik, sementara pada diplomasi publik, praktik diplomasi dapat dilakukan oleh aktor negara dan non-negara. Untuk poin kedua, pada praktik diplomasi tradisional, kegiatan diplomatik dilakukan melalui media tradisional seperti koran, radio, dan telepon. Sedangkan untuk diplomasi publik, kegiatan diplomatik dapat dilakukan di media masa, internet, dan telepon genggam. Untuk poin ketiga, media pada diplomasi tradisional memiliki perbedaan yang jelas antara berita domestik dan internasional. Sedangkan pada diplomasi publik, tidak terlihat jelas antara berita yang khusus domestik dan internasional sebab adanya media sosial dan media yang dimiliki oleh aktor non-negara. Poin keempat menekankan pada perbedaan pendekatan, dimana pada diplomasi tradisional lebih menggunakan pendekatan advokasi politik dan propaganda, sedangkan pada diplomasi publik menggunakan pendekatan yang lebih komersial. Pada poin kelima, ditekankan pada perbedaan terminologi, dimana pada diplomasi tradisional disebut dengan "*international image*" sedangkan diplomasi publik disebut dengan "*nation brand*". Poin keenam membicarakan tentang struktur pendekatan, dimana diplomasi tradisional menggunakan pendekatan *top-down* yaitu dari pemerintah ke masyarakat, sedangkan diplomasi publik menggunakan pendekatan horizontal artinya kegiatan diplomatik yang dilakukan difasilitasi oleh aktor non-negara, yang juga dapat dikategorikan sebagai masyarakat. Poin ketujuh yang menekankan pada tujuan, membedakan antara diplomasi tradisional yang sudah memiliki target audiens, sedangkan diplomasi publik yang bertujuan untuk membangun hubungan diantara komunitas internasional. Dan poin yang terakhir, secara tujuan general, diplomasi tradisional dan diplomasi publik memiliki tujuan

general yang sama, yaitu mengatur lingkungan hubungan internasional antar negara.²¹

Salah satu bentuk diplomasi publik yang semakin dikenali adalah diplomasi digital. Keberadaan dan pengetahuan dari diplomasi digital masih seringkali diragukan oleh para ahli. Pertanyaan yang kerap muncul adalah apakah diplomasi digital memang benar membawa perubahan atau hanya menjaga stabilitas yang sudah ada. Diplomasi digital digerakkan dengan sebuah program yang disebut *digital initiatives* atau inisiatif digital. Berbagai inisiatif digital sudah dilakukan oleh Kementerian Luar Negeri negara-negara di seluruh dunia. Semakin banyak negara yang melakukan diplomasi digital, maka lama kelamaan, pemerintah dan organisasi internasional pun mengakui keberadaan sosial media yang mampu membawa perubahan bagi hubungan internasional. Khususnya dalam diplomasi digital dimana pemerintah menggunakan sosial media sebagai wadah berdiplomasi.²²

Menurut Holmes dan Bjola, ada dua dampak sosial media dan diplomasi digital mempengaruhi hubungan internasional, yaitu membantu membentuk sebuah kebijakan dan membantu membentuk institusi yang sudah ada lebih mampu beradaptasi dengan dunia modern. Dalam pembentukan kebijakan, peneliti ingin mencari cara bagaimana sosial media dapat mempengaruhi cara berdiplomasi, berkomunikasi, dan berelasi. Sedangkan dalam institusi, peneliti bermaksud mengeksplorasi bagaimana cara Kementerian Luar Negeri dapat beradaptasi

²¹ Nicholas J. Cull, *“Public Diplomacy: Lessons from the Past”*, USC Center on Public Diplomacy, 2009, hlm. 13

²² Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, *“Digital Diplomacy: Theory and Practice”*, Routledge New Diplomacy Studies, 2015, hlm. 21

dengan zaman yang lebih modern. Holmes mengatakan bahwa ada dua tipe perubahan di sistem internasional: *top-down* dan *bottom-up*. Diplomasi merupakan salah satu cara efektif bagi negara untuk mengawasi dan merespon perubahan yang terjadi. Diplomasi digital lebih berfungsi untuk perubahan *bottom-up* dimana proses analisa diawali dengan mengumpulkan data dari lapangan dan memproses data tersebut yang hasilnya akan digunakan untuk di lapangan lagi. Corneliu Bjola dan Lu Jiang menyatakan ada tiga aspek yang dapat menilai efektivitas media sosial dalam keterlibatan diplomatik, yaitu pembentukan agenda digital (*digital agenda-setting*), perluasan keberadaan digital (*digital presence-expansion*), dan inisiasi percakapan digital (*digital conversation-generating*).²³

Perkembangan diplomasi digital memiliki beberapa tingkatan implementasi. Implementasi ini nantinya dilakukan melalui platform yang menjadi fokus pemerintahan negara masing-masing, seperti Facebook, YouTube, atau *Twitter*. Tingkatan tersebut terdiri dari tiga, yaitu tahapan awal atau *initial stage*, tahapan menengah atau *middle stage*, dan tahapan akhir atau *final stage*. Tahapan awal ditunjukkan dengan ada atau tidaknya aksesibilitas yang diberikan pemerintah terhadap layanan teknologi komunikasi dan informasi untuk masyarakat. Tahapan menengah ditunjukkan dengan ada atau tidaknya interaksi antara masyarakat negara tersebut dengan pemerintah di platform diplomasi digital. Tahapan akhir ditunjukkan dengan kemajuan fitur komunikasi yang dimiliki negara untuk mendukung implementasi diplomasi digital.²⁴

²³ Ibid.

²⁴ Hamad Almuftah dan Uthayansankar Sivarajah, "Towards Formulating a Digital Diplomacy Maturity Framework: A Theoretical Prospective", Twenty-second Americas Conference on Information Systems, 2016, hlm. 4

Sementara itu, *twiplomacy* adalah suatu istilah yang memiliki banyak sinonim, seperti “cyber diplomacy” atau “e-diplomacy”, tetapi *twiplomacy* termasuk dalam diplomasi digital, yaitu dimana kegiatan diplomasi dilakukan menggunakan media sosial, khususnya *Twitter*. Media sosial di zaman modern ini sudah menjadi platform yang mampu membawa banyak perubahan pada diplomasi digital.²⁵

Lebih lanjut, penggunaan *Twitter* sebagai media sosial memberikan ruang yang baik bagi perkembangan diplomasi digital negara. Menurut Jeremy Gailbraith, CEO dari Burson-Masrteller Eropa, Timur Tengah, dan Africa, *Twitter* adalah alat yang menjembatani proses komunikasi antar masyarakat dan pemimpin dunia. Interaksi dan komunikasi yang tadinya jauh menjadi lebih terjangkau. Keberadaan *Twitter* dapat meningkatkan keberadaan digital pemerintah negara dan meningkatkan potensi pertumbuhan audiens. Mengingat bahwa begitu banyak masyarakat di dunia yang menggunakan *Twitter*, menjadi sebuah kesempatan emas bagi pemerintah apabila mereka juga menggunakan *Twitter* untuk berkomunikasi dengan masyarakat.²⁶ Meskipun begitu, keberadaan pemimpin dunia di *Twitter* dan jumlah pengikut tidak menjamin efektivitas komunikasi yang dilakukan. *Twitter* hanya menyediakan 140 karakter untuk setiap tweet. Maka dari itu, untuk menjelaskan sebuah isu, biasanya diperlukan tweet yang banyak hingga membentuk untaian atau *thread*. Apabila *Twitter* digunakan sebagai pengganti diplomasi tradisional, tentu saja tidak akan berhasil, sebab media sosial bukan

²⁵ Duygu Dersan Organ, “*Making Foreign Policy Through Twitter: An Analysis of Trump’s Tweets on Iran*”, IGI Global, 2021

²⁶ Minister of Foreign Affairs of Italy, “*Twitter for diplomats*” DiploFoundation and Istituto Diplomatico, 2013, hlm. 24

diciptakan untuk tujuan diplomatik. Tetapi, *Twitter* dapat membantu meningkatkan potensi atau mengakselerasi tercapainya tujuan diplomatik yang dimiliki negara.²⁷

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya-upaya *Twiplomacy* India. Menurut Creswell, metode penelitian kualitatif menekankan pada kemampuannya untuk memberikan pemahaman secara deskriptif dari perilaku manusia dan konteks sosial, politik dan budaya. Selain itu, metode penelitian kualitatif memandang fenomena sosial secara holistik dan menganalisis secara detail keterkaitan antara subjek penelitian dan data yang dikumpulkan. Metode ini berfokus pada fakta dan realita, serta menjadikan teori sebagai landasan untuk membuktikan relevansi dari penelitian ini.²⁸ Penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menyertakan upaya penting seperti menganalisis data secara general kemudian mengerucut hingga lebih spesifik dan menjelaskan makna data secara komprehensif. Penulis menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif, dimana akan dilakukan pengembangan terhadap pendalaman subjek penelitian.²⁹

²⁷ Ibid.

²⁸ John W. Creswell, "*Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Second Edition*", California: SAGE Publications, Inc., 2002, hlm. 20

²⁹ Ibid.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dimana penulis menggunakan sumber-sumber media elektronik baik berupa media cetak seperti buku dan koran. Selain itu, penulis juga menggunakan data sekunder berupa jurnal, buku digital, berita, dokumen resmi, dan sumber lain yang diperoleh melalui internet.³⁰

1.7 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi ke dalam empat bab yang disusun sebagai berikut:

BAB I merupakan bab Pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah yang mendasari seluruh penelitian ini. Pendahuluan terdiri dari identifikasi masalah, tujuan dari penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan pertanyaan penelitian. Teori dan konsep yang digunakan sebagai landasan menganalisis penelitian juga akan dipaparkan secara komprehensif dalam bab ini.

BAB II memaparkan Tujuan dan Kerangka Kelembagaan Diplomasi Digital India Pada Masa Pemerintahan Narendra Modi, yaitu rentang tahun 2014 hingga 2020. Dalam bab ini dibahas mengenai tujuan dan kepentingan nasional yang diutamakan pada masa administrasi Modi, diplomasi publik sebagai instrumen kebijakan luar negeri, kerangka diplomasi digital India, dan pemetaan aktor dan kelembagaan yang berperan dalam diplomasi digital India. Akan dijelaskan lebih

³⁰ Irayana, Risky Kawasati, "*Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*", OSF. Diakses pada 21 April 2021, <https://osf.io/cy9de/download/?format=pdf>

lanjut mengenai kerangka diplomasi digital India yang terdiri dari arah dan tujuan diplomasi digital India dalam visi dan program “*The Digital India*”, pemanfaatan media sosial dalam diplomasi digital India, dan *twiplomacy* yang dilakukan oleh India untuk mencapai tujuan diplomasi digital.

BAB III mendeskripsikan implementasi penggunaan *Twitter* sebagai instrumen diplomasi digital India serta menganalisis aktivitas *twiplomacy* sepanjang masa administrasi Modi yaitu pada rentang tahun 2014 hingga 2020. Paparan mengenai implementasi terdiri dari aktivitas Perdana Menteri Narendra Modi, Kementerian Luar Negeri India, dan aktivitas Menteri Luar Negeri, Sushma Swaraj, ketiga-tiganya pada platform media sosial *Twitter*. Sementara itu, analisis aktivitas *twiplomacy* India terdiri dari hasil analisis keselarasan visi “*The Digital India*” dengan aktivitas *twiplomacy* yang telah dilakukan dan analisis *twiplomacy* India berdasarkan aspek-aspek *diplomatic engagement*.

Terakhir yaitu **BAB IV** berisi Kesimpulan dimana pertanyaan penelitian dijawab berdasarkan hasil temuan dan analisis yang telah dilakukan.

