

BAB II

PERKEMBANGAN DAN PRAKTIK DIPLOMASI BUDAYA DIGITAL DI INDONESIA DAN MEKSIKO

Bab ini menyajikan gambaran umum mengenai perkembangan diplomasi budaya digital serta bagaimana praktik tersebut dijalankan oleh Indonesia dan Meksiko sebagai dua negara yang memiliki latar historis, kelembagaan, dan strategi representasi budaya yang berbeda. Uraian dalam bab ini menempatkan transformasi digital sebagai faktor yang mengubah cara negara mempromosikan identitas budaya, dari pendekatan konvensional yang berbasis kegiatan fisik menuju praktik yang semakin terhubung dengan media sosial dan partisipasi publik. Dengan memetakan evolusi kebijakan, aktor yang terlibat, serta pemanfaatan TikTok sebagai medium komunikasi budaya, bab ini menjadi landasan kontekstual untuk memahami bagaimana praktik diplomasi budaya digital terbentuk sebelum dianalisis tingkat efektivitasnya pada bab selanjutnya.

2.1 Perkembangan Diplomasi Budaya Digital

Perkembangan diplomasi digital tidak dapat dilepaskan dari transformasi besar yang dibawa oleh revolusi teknologi informasi dan komunikasi pada awal abad ke-21. Pada awal tahun 2000-an, diplomasi digital mulai menjadi bagian integral dari diplomasi publik (*public diplomacy*) di berbagai negara (Manor & Huang, 2022). Sebelumnya, diplomasi dijalankan melalui jalur konvensional yang bersifat tertutup dan elitis, di mana interaksi diplomatik hanya dilakukan oleh

perwakilan resmi negara melalui saluran formal seperti kedutaan besar, konferensi internasional, atau nota diplomatik. Namun, munculnya internet dan media sosial telah mengubah paradigma tersebut secara fundamental. Diplomasi kini bergerak menuju pendekatan yang lebih terbuka, interaktif, dan berbasis jaringan, di mana publik memiliki peran penting dalam membentuk opini dan persepsi terhadap suatu negara.

Istilah *digital diplomacy* atau *e-diplomacy* mulai populer pada awal tahun 2000-an, seiring meningkatnya penggunaan media sosial oleh lembaga-lembaga diplomatik di berbagai negara. Pemerintah dan kementerian luar negeri mulai memanfaatkan platform seperti Twitter, Facebook, dan YouTube untuk menyampaikan kebijakan luar negeri, merespons isu global secara cepat, serta membangun kedekatan dengan masyarakat internasional. Diplomasi digital telah menjadi instrumen utama dalam *public diplomacy*, karena memungkinkan negara menyampaikan pesan langsung kepada audiens global tanpa perantara media tradisional. Amerika Serikat menjadi pelopor dengan inisiatif *21st Century Statecraft* pada akhir 2000-an, diikuti oleh negara-negara lain seperti Türkiye dan Spanyol yang mengembangkan model masing-masing sesuai kebutuhan nasional (Özdemir & Yıldız, 2024).

Diplomasi digital mengalami perkembangan yang signifikan ketika pandemi COVID-19 melanda dunia pada akhir 2019, yang mendorong proses digitalisasi dalam sistem internasional, termasuk dalam praktik diplomasi. Pembatasan perjalanan dan larangan pertemuan tatap muka memaksa para diplomat beradaptasi dengan cepat melalui pemanfaatan ruang digital sebagai sarana utama

komunikasi, negosiasi, dan kerja sama lintas negara. Dalam hal ini, media sosial berperan penting karena memungkinkan pemerintah berinteraksi langsung dengan publik global, menyampaikan kebijakan secara cepat, sekaligus menangkal arus disinformasi yang marak selama masa krisis. Dengan demikian, pandemi COVID-19 memperkuat posisi diplomasi digital sebagai pilar utama hubungan internasional kontemporer dan menjadi titik balik menuju bentuk diplomasi yang lebih terbuka, responsif, serta terintegrasi dengan kemajuan teknologi (Bazlutskaya & Zinovyeva, 2022).

Seiring berjalannya waktu, diplomasi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi politik, tetapi juga berkembang menjadi alat promosi budaya, pendidikan, dan nilai-nilai nasional. Hal ini menandai lahirnya diplomasi budaya digital (*digital cultural diplomacy*), yakni pemanfaatan teknologi digital dan media sosial untuk memperkenalkan identitas, karya, dan nilai-nilai budaya suatu bangsa kepada masyarakat global. Media sosial menciptakan ruang partisipatif di mana individu, komunitas, dan organisasi non-negara dapat menjadi aktor diplomatik baru yang turut memperkuat citra budaya negara asalnya. Dengan demikian, diplomasi bergerak menuju bentuk *networked diplomacy* yang mengandalkan konektivitas global untuk membangun relasi antarbudaya dan memperluas pengaruh kultural suatu negara.

Selain itu, perkembangan sosial media telah mendorong diplomasi budaya digital menjadi lebih personal, visual, dan emosional. Platform seperti TikTok kini berperan strategis sebagai media diplomatik baru yang efektif untuk menjangkau generasi muda lintas negara melalui konten kreatif dan interaktif. Pergeseran ini

menandai evolusi diplomasi digital dari sekadar alat komunikasi pemerintahan menjadi sarana strategis dalam membentuk citra, mempromosikan nilai-nilai budaya, serta memperkuat posisi *soft power* suatu negara di era globalisasi yang semakin terdigitalisasi.

2.2 Diplomasi Budaya Indonesia

Diplomasi budaya merupakan salah satu instrumen penting dalam pelaksanaan kebijakan luar negeri Indonesia yang berfungsi memperkenalkan identitas nasional, memperkuat citra positif negara, serta membangun hubungan timbal balik dengan masyarakat internasional melalui kegiatan seni dan kebudayaan. Seni, baik dalam bentuk tari, musik, teater, film, maupun pameran budaya, menjadi sarana *soft power* yang efektif untuk memperluas pengaruh Indonesia di dunia internasional. Diplomasi budaya Indonesia juga menjadi bagian integral dari strategi komunikasi global yang berperan dalam membentuk persepsi dunia terhadap Indonesia sebagai bangsa yang beragam, kreatif, dan berperadaban tinggi (Cohen, 2019). Melalui pendekatan ini, Indonesia tidak hanya menampilkan keindahan budaya dan keragaman etnisnya, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai universal seperti perdamaian, solidaritas, dan kebangsaan yang menjadi dasar pembentukan identitas nasional.

Sejak masa awal kemerdekaan, diplomasi budaya Indonesia mengalami perkembangan yang erat kaitannya dengan perubahan arah politik nasional dan kebijakan luar negeri. Pada masa Presiden Sukarno, seni digunakan sebagai alat perjuangan diplomatik untuk memperkuat identitas bangsa di hadapan dunia, antara

lain melalui misi kebudayaan dan pertunjukan monumental seperti Ramayana Ballet di Prambanan (Cohen, 2019). Memasuki era pemerintahan Soeharto, diplomasi budaya mulai dilembagakan dan diarahkan pada upaya pembangunan citra negara secara sistematis. Menteri Luar Negeri Mochtar Kusumaatmadja pada tahun 1983 memperkenalkan konsep diplomasi budaya sebagai bagian dari strategi membangun citra positif Indonesia di luar negeri. Pemerintah kemudian meluncurkan berbagai program seperti Beasiswa Darmasiswa (1974), pengiriman seniman sebagai staf kedutaan besar, serta penyelenggaraan Festival of Indonesia (KIAS) tahun 1990–1991 di Amerika Serikat yang memperkenalkan keberagaman budaya Indonesia dalam skala global (Nainggolan, n.d.). Perubahan ini menandai transisi dari diplomasi seni yang bersifat personalistik di masa Sukarno menuju diplomasi budaya yang lebih terstruktur dan berbasis kelembagaan.

Dalam struktur kelembagaan, diplomasi budaya Indonesia dilaksanakan oleh berbagai instansi pemerintah yang saling berkoordinasi. Kementerian Luar Negeri melalui Direktorat Diplomasi Publik dan Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik bertanggung jawab atas perencanaan serta pelaksanaan diplomasi budaya di luar negeri. Di sisi lain, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Subdirektorat Diplomasi Budaya berperan dalam mengelola berbagai program dan kegiatan yang menonjolkan potensi budaya Indonesia di tingkat global. Sementara itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga memiliki peran penting dalam mempromosikan budaya dan pariwisata, terutama melalui pemanfaatan industri kreatif serta platform digital sebagai media promosi.

Kerangka hukum pelaksanaan diplomasi budaya diperkuat dengan disahkannya Pasal 43 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan, yang menegaskan bahwa pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menggunakan kebudayaan sebagai media diplomasi internasional dan meningkatkan kerja sama internasional di bidang kebudayaan. Sejak saat itu, diplomasi budaya tidak lagi dipandang sekadar kegiatan seremonial, melainkan sebagai instrumen strategis untuk memperkuat kerja sama internasional berbasis nilai dan identitas budaya nasional.

Dalam perkembangannya, diplomasi budaya Indonesia terus bertransformasi mengikuti dinamika globalisasi dan kemajuan teknologi digital. Jika pada masa sebelumnya diplomasi budaya dilakukan melalui pertukaran seni, festival, dan pameran fisik, maka kini pendekatan digital menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi diplomasi budaya Indonesia. Pemerintah mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan audiens internasional serta membangun interaksi budaya yang lebih inklusif. Salah satu contoh konkret adalah akun resmi @wonderfulindonesia, yang dikelola oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sebagai representasi transformasi menuju diplomasi budaya digital. Melalui platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, akun ini secara rutin menampilkan konten mengenai pariwisata, kuliner, kesenian, dan warisan budaya Indonesia dalam format visual yang menarik dan mudah diakses oleh publik global. Langkah ini menandai transisi penting dari diplomasi budaya konvensional menuju diplomasi budaya digital, di mana citra dan

identitas Indonesia kini dibangun tidak hanya melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui ruang virtual yang bersifat global, partisipatif, dan interaktif.

Meskipun demikian, hingga saat ini belum terdapat regulasi khusus yang secara eksplisit mengatur diplomasi budaya melalui platform digital di Indonesia. Regulasi yang ada masih bersifat umum dan berfokus pada pengelolaan komunikasi pemerintah di ruang digital. Salah satunya adalah Peraturan Menteri Luar Negeri Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2024 tentang Pengelolaan Media Sosial Resmi di Lingkungan Kementerian Luar Negeri dan Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri. Peraturan ini memang tidak secara langsung mengatur pelaksanaan diplomasi budaya digital, melainkan menitikberatkan pada tata kelola akun resmi, standar komunikasi, keamanan informasi, serta koordinasi antarunit di lingkungan Kemenlu. Namun demikian, kebijakan ini dapat dipandang sebagai fondasi administratif yang penting dalam membangun tata kelola ruang digital bagi diplomasi publik Indonesia. Dengan demikian, regulasi ini menjadi langkah awal menuju praktik diplomasi budaya digital yang lebih sistematis dan terintegrasi di masa depan.

2.3 Diplomasi Budaya Meksiko

Diplomasi budaya Meksiko memiliki akar historis yang kuat dan berperan penting dalam membangun citra positif negara di dunia internasional. Sejak pertengahan abad ke-20, pemerintah Meksiko secara aktif menggunakan seni, musik, bahasa, dan kebudayaan pribumi sebagai instrumen diplomasi untuk memperkuat *soft power* dan mempererat hubungan antarbangsa. Salah satu tonggak

bersejarahnya adalah penyelenggaraan Cultural Olympiad tahun 1968 di Mexico City yang diinisiasi oleh Comité Organizador de los XIX Juegos Olímpicos (COJO). Program ini menggabungkan dua puluh cabang olahraga dengan dua puluh kegiatan budaya seperti pameran seni rupa dunia, festival seni pertunjukan internasional, pertemuan penyair, dan pameran seni rakyat internasional yang diikuti oleh empat puluh lima negara. Dalam pidato pembukaannya, arkeolog Luis Aveyra Arroyo de Anda menegaskan bahwa perbedaan budaya bukanlah sumber konflik, melainkan sarana untuk memperkuat persahabatan antarbangsa (Memoria. La Olimpiada Cultural, 1968). Kegiatan ini menunjukkan bagaimana Meksiko menggunakan seni dan budaya sebagai medium diplomasi yang efektif untuk memproyeksikan identitas nasional di kancah global.

Selain melalui Cultural Olympiad, pemerintah Meksiko membentuk berbagai lembaga untuk memperkuat peran budaya dalam kebijakan luar negerinya. Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) berperan sebagai lembaga utama yang mengoordinasikan kebijakan diplomasi budaya, didukung oleh Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AMEXCID) dan Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL). Lembaga-lembaga ini menjadi motor dalam memperluas kerja sama internasional di bidang seni, musik, dan pendidikan. Fernando Gamboa, salah satu tokoh penting dalam sejarah seni Meksiko, memonopoli penyelenggaraan pameran seni di luar negeri dan berhasil menampilkan citra Meksiko sebagai negara yang modern namun tetap berakar pada nilai-nilai tradisional (Dorotinsky, 2020). Strategi tersebut memperlihatkan bagaimana Meksiko menjadikan kebudayaan sebagai alat politik luar negeri yang

efektif, terutama untuk memperkuat citra nasional di tengah ketegangan ideologis Perang Dingin.

Diplomasi budaya Meksiko juga mencerminkan upaya untuk menyeimbangkan antara pelestarian warisan tradisional dan adaptasi terhadap modernitas. Pemerintah bekerja sama dengan lembaga internasional seperti UNESCO dan Inter-American Indian Institute (III) dalam penyelenggaraan berbagai seminar dan kongres seni rakyat yang menyoroti pentingnya *arte popular* dan *artesanía* sebagai bagian dari identitas bangsa (Dorotinsky, 2020). Melalui kolaborasi ini, Meksiko tidak hanya menonjolkan kekayaan budayanya, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai pemimpin dalam diplomasi budaya di kawasan Amerika Latin. Keterlibatan lembaga pendidikan seperti Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) juga memperkaya dinamika diplomasi budaya melalui riset, pameran seni, dan pertukaran akademik lintas negara. Dengan demikian, budaya tidak hanya dilihat sebagai warisan masa lalu, tetapi juga sebagai alat pembangunan hubungan internasional yang berkelanjutan.

Dalam perkembangannya, diplomasi budaya Meksiko berevolusi seiring dengan perubahan global dan kemajuan teknologi komunikasi. Pemerintah mulai menyesuaikan strategi diplomasi budaya dengan konteks globalisasi, di mana pertukaran budaya tidak lagi terbatas pada ruang fisik. Melalui festival internasional, pameran seni keliling, dan kerja sama multilateral, Meksiko menampilkan seni dan tradisi lokal sebagai bagian dari narasi global yang inklusif. Menurut Domínguez (2019), kebijakan diplomasi budaya ini mencerminkan upaya Meksiko untuk menegaskan eksistensinya sebagai negara dengan identitas budaya

yang kuat sekaligus modern. Pendekatan ini menjadikan Meksiko bukan hanya penerima pengaruh budaya asing, tetapi juga produsen nilai budaya yang diakui secara internasional.

Memasuki abad ke-21, diplomasi budaya Meksiko mulai bertransformasi ke arah digital. Pemerintah dan lembaga budaya mengadopsi konsep *digital cultural diplomacy* dengan memanfaatkan media sosial, situs web resmi, dan platform digital untuk memperkenalkan kebudayaan nasional secara lebih luas. Platform seperti VisitMexico dan akun resmi Secretaría de Relaciones Exteriores aktif mempromosikan seni, kuliner, musik, dan pariwisata budaya kepada masyarakat internasional. Pendekatan digital ini membuat diplomasi budaya Meksiko menjadi lebih dinamis, partisipatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Transformasi tersebut menandai babak baru dalam strategi *soft power* Meksiko, di mana budaya tidak lagi hanya disebarakan melalui pameran fisik, tetapi juga melalui ruang digital yang mampu menjangkau audiens global secara instan dan interaktif.

2.4 Aktor dalam Diplomasi Budaya Digital

Terdapat perdebatan mengenai batas konseptual antara *cultural communication* dan *cultural diplomacy*. Sebagian kalangan berpendapat bahwa diplomasi budaya hanya dapat dikategorikan demikian apabila terdapat intervensi atau keterlibatan langsung dari pemerintah. Tanpa unsur tersebut, aktivitas pertukaran budaya dianggap sebatas komunikasi budaya. Namun, pandangan lain menekankan bahwa absennya peran pemerintah tidak meniadakan dimensi diplomatik. Aktivitas masyarakat tetap dapat dipahami sebagai bentuk diplomasi

budaya, terutama melalui konsep *grassroots diplomacy* dan pendekatan *bottom-up diplomacy*, di mana inisiatif warga negara berperan langsung dalam membangun citra positif negara di ranah internasional.

Perkembangan pesat teknologi digital dan media sosial telah mengubah lanskap diplomasi budaya. Dalam praktik *digital cultural diplomacy*, aktor yang terlibat tidak lagi terbatas pada pemerintah atau lembaga diplomatik resmi, melainkan juga mencakup aktor non-negara seperti institusi budaya, komunitas kreatif, media, dan individu. Pemerintah tetap memegang peran sentral melalui kementerian luar negeri, kedutaan besar, dan lembaga kebudayaan nasional yang bertanggung jawab membangun citra negara. Namun, aktor non-negara kini memainkan peran yang semakin besar karena memiliki fleksibilitas dalam menciptakan narasi budaya yang lebih otentik, partisipatif, dan relevan bagi publik global (Manor & Huang, 2022).

Warga negara dengan demikian dapat berperan sebagai *cultural ambassadors* yang berkontribusi terhadap praktik diplomasi dan komunikasi antarbudaya melalui partisipasi aktif di ruang digital. Studi menunjukkan bahwa *bottom-up cultural diplomacy* yang digerakkan oleh masyarakat cenderung lebih adaptif, inklusif, dan autentik dibandingkan dengan diplomasi budaya yang sepenuhnya dikendalikan oleh pemerintah (Holoborodko, 2025). *Grassroots diplomacy* dipahami sebagai keterlibatan warga biasa atau aktor non-pemerintah dalam aktivitas diplomatik yang mendorong pertukaran budaya lintas batas (Lee & Ayhan, 2015).

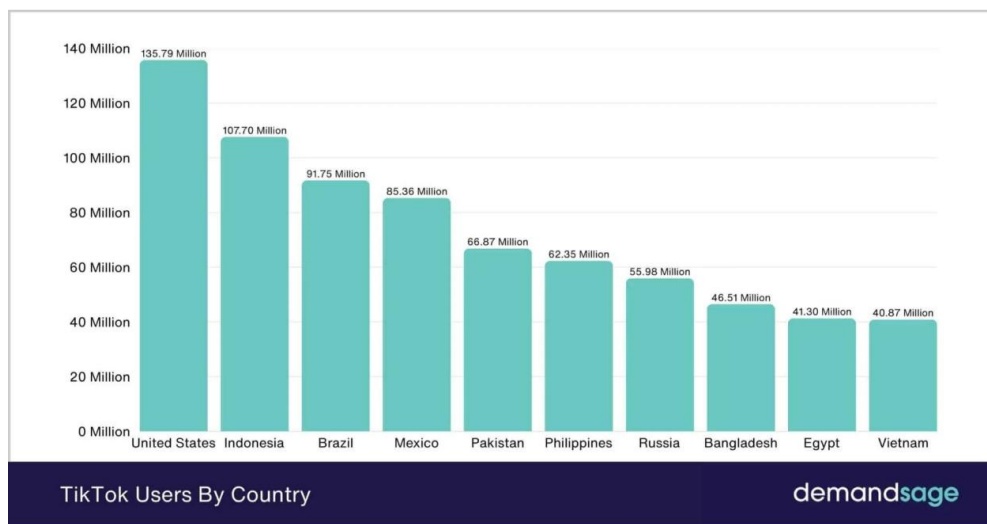
Meskipun kegiatan promosi budaya di TikTok berlangsung tanpa intervensi langsung pemerintah, aktivitas tersebut tetap dapat dikategorikan sebagai bentuk diplomasi budaya karena berkontribusi terhadap pembentukan citra positif dan penguatan *soft power* negara. Dalam kerangka *bottom-up diplomacy*, masyarakat berperan sebagai aktor non-negara yang melengkapi upaya diplomasi resmi melalui ekspresi budaya digital yang autentik, partisipatif, dan responsif terhadap dinamika publik global. Konsep *grassroots diplomacy* menunjukkan bahwa praktik ini memperluas aktor diplomasi dari pejabat resmi menjadi warga biasa, di mana hubungan interpersonal yang terbentuk di ruang digital turut memengaruhi citra negara dan dinamika politik internasional (Sobocinska, 2023).

2.5 TikTok sebagai Media Diplomasi Budaya Digital

TikTok merupakan platform jejaring sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan berinteraksi melalui konten audiovisual secara cepat dan interaktif. Aplikasi ini dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, dan resmi diluncurkan pada tahun 2016. Setelah melakukan akuisisi terhadap aplikasi Musical.ly pada tahun 2018, TikTok mulai dikenal luas di pasar internasional dan berkembang menjadi salah satu aplikasi dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Popularitasnya meningkat tajam selama pandemi COVID-19, ketika pembatasan sosial membuat masyarakat lebih aktif mencari hiburan dan interaksi sosial secara daring.

TikTok memiliki tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi dibandingkan media sosial lainnya, menjadikannya sarana efektif untuk menyebarkan informasi,

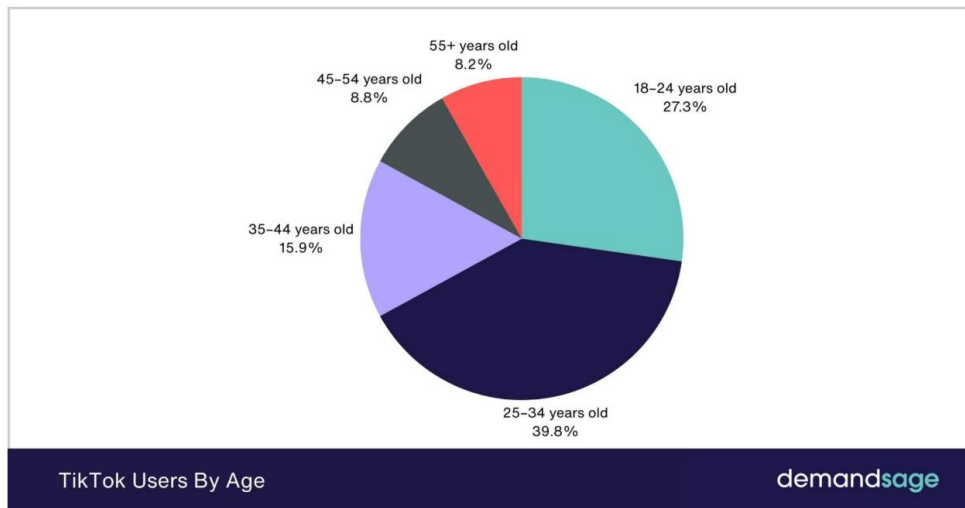
membangun komunitas, dan memengaruhi opini publik secara luas. Selain sebagai media hiburan, TikTok juga berfungsi sebagai ruang pembelajaran, komunikasi budaya, dan eksplorasi sosial yang didukung oleh analisis data, algoritma, dan teknologi machine learning untuk memahami tren, perilaku pengguna, serta topik yang sedang berkembang. Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya sekadar wadah untuk hiburan, melainkan juga menjadi ruang sosial baru yang merepresentasikan pola interaksi dan budaya digital masyarakat global.



Gambar 2.1. Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak
(Sumber: DemandSage, 2025)

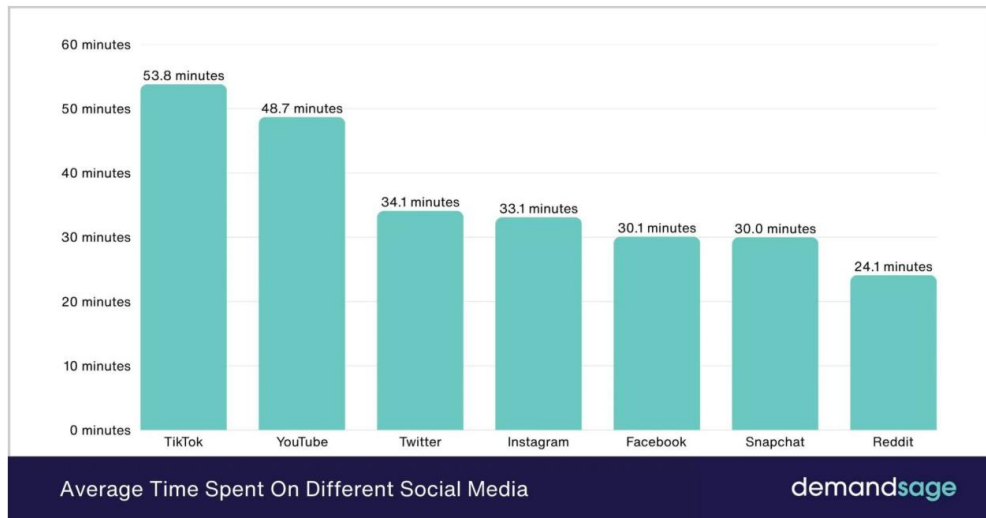
Gambar di atas menunjukkan jumlah pengguna TikTok berdasarkan negara. Data tersebut memperlihatkan bahwa Amerika Serikat menjadi negara dengan pengguna TikTok terbesar, diikuti oleh Indonesia, Brasil, dan Meksiko. Jumlah pengguna yang tinggi di negara-negara tersebut menegaskan posisi TikTok sebagai salah satu platform media sosial paling berpengaruh di dunia. Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna yang mencapai lebih dari seratus juta menandakan tingginya tingkat penetrasi teknologi digital dan antusiasme masyarakat terhadap konten

berbasis video pendek. Dengan basis pengguna yang luas ini, TikTok menyediakan infrastruktur komunikasi yang mampu menjangkau audiens internasional secara simultan, sehingga memiliki potensi signifikan sebagai medium distribusi budaya dalam praktik diplomasi budaya digital.



Gambar 2.2. Distribusi Penggungn TikTok berdasarkan kelompok usia
(Sumber: DemandSage, 2025)

Diagram diatas menampilkan distribusi pengguna TikTok berdasarkan kelompok usia. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna berada pada rentang usia 25–34 tahun, diikuti oleh kelompok usia 18–24 tahun. Komposisi ini menggambarkan bahwa TikTok didominasi oleh generasi muda, yang menjadi sasaran utama dalam praktik diplomasi budaya di era digital. Dominasi pengguna usia muda menunjukkan bahwa TikTok menjangkau kelompok audiens yang aktif dalam konsumsi dan produksi konten digital lintas negara, sehingga memperkuat peran platform ini dalam menyebarkan representasi budaya secara transnasional.



Gambar 2.3. Rata-rata durasi penggunaan berbagai platform media sosial oleh pengguna (Sumber: DemandSage, 2025)

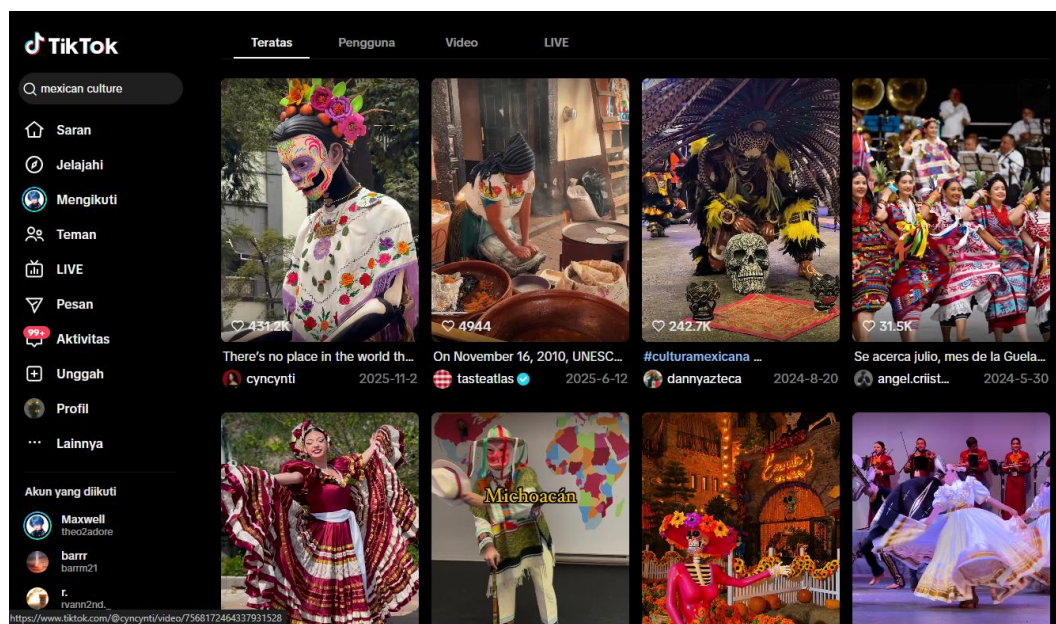
Gambar diatas memperlihatkan rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna di berbagai platform media sosial. TikTok menempati posisi tertinggi dengan durasi penggunaan lebih dari 50 menit per hari, melampaui platform lain seperti YouTube, Instagram, dan Twitter. Selain itu, data tambahan menunjukkan bahwa TikTok merupakan salah satu aplikasi dengan jumlah unduhan terbanyak di dunia, yaitu mencapai sekitar 6,9 miliar unduhan dengan 1,59 miliar pengguna aktif. Angka ini menempatkannya di posisi aplikasi paling populer secara global (Singh, 2025). Dengan durasi penggunaan yang tinggi dan basis pengguna yang masif, TikTok menjadi media yang sangat efektif dalam menyebarkan pesan dan representasi budaya suatu negara. Konten video pendek yang dinamis dan mudah diakses memungkinkan diplomasi budaya tersampaikan secara luas, menarik, dan berulang kepada khalayak internasional.

Sebagai platform berbasis partisipasi pengguna, praktik diplomasi budaya di TikTok tidak selalu dijalankan oleh institusi resmi negara, tetapi juga muncul

melalui aktivitas kreator individu yang menampilkan berbagai ekspresi budaya dalam bentuk video pendek. Representasi tersebut mencakup pertunjukan seni tradisional, kuliner lokal, penggunaan busana adat, maupun visualisasi tradisi yang dikemas secara kreatif sesuai dengan karakter komunikasi digital.

Dalam penelitian ini, konten-konten bertema budaya tersebut diposisikan sebagai medium representasi identitas nasional yang beredar secara organik di ruang digital. Video TikTok yang menampilkan unsur budaya dari Indonesia dan Meksiko digunakan sebagai unit observasi untuk memahami bagaimana budaya dikomunikasikan kepada audiens global melalui mekanisme platform.

Berikut merupakan contoh bentuk konten budaya yang menjadi bagian dari sampel penelitian.

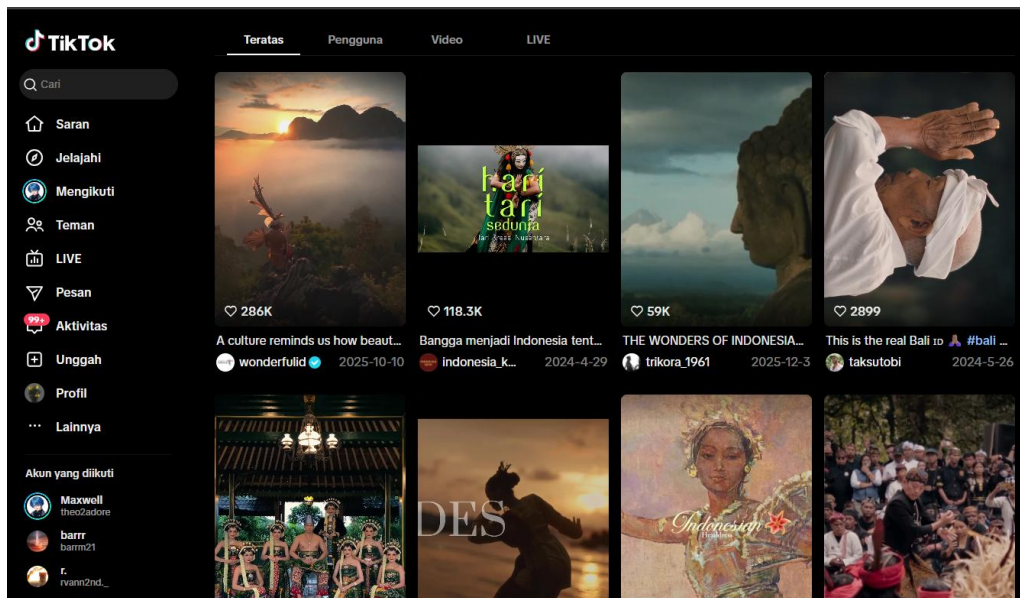


Gambar 2.4. Hasil penelusuran konten bertema budaya Meksiko pada platform TikTok. (Sumber: TikTok, 2025)

Tampilan tersebut menunjukkan bahwa konten budaya di TikTok hadir dalam bentuk produksi pengguna yang tersebar dan tidak terpusat pada institusi

resmi. Dalam penelitian ini, konten-konten bertema budaya tersebut diperlakukan sebagai unit observasi untuk menganalisis bagaimana representasi budaya disirkulasikan kepada audiens lintas negara melalui mekanisme platform digital. Dengan demikian, fokus penelitian tidak terletak pada bentuk budaya itu sendiri, melainkan pada performa komunikasinya di ruang digital.

Fenomena serupa juga dapat ditemukan pada konten bertema budaya Indonesia di TikTok, di mana kreator menampilkan berbagai unsur budaya lokal dalam format yang disesuaikan dengan karakter komunikasi digital.



Gambar 2.5. Hasil penelusuran konten bertema budaya Meksiko pada platform TikTok.
(Sumber: TikTok, 2025)

Berdasarkan uraian mengenai perkembangan diplomasi budaya digital, peran aktor negara dan non-negara, serta karakteristik TikTok sebagai platform berbasis partisipasi pengguna, dapat dipahami bahwa media sosial ini menyediakan ruang distribusi budaya yang bersifat terbuka dan lintas batas. Konten-konten budaya yang beredar di dalamnya menjadi medium komunikasi yang

mempertemukan identitas nasional dengan audiens global melalui mekanisme digital. Oleh karena itu, penelitian ini selanjutnya menganalisis bagaimana konten budaya tersebut menghasilkan keterlibatan audiens, menjangkau publik lintas negara, serta membentuk kecenderungan sentimen sebagai indikator efektivitas diplomasi budaya digital antara Meksiko dan Indonesia.