

BAB II

DIPLOMASI PUBLIK DIGITAL TAHUN 2022–2025 : STUDI KASUS NARASI KONTEN GASTRO DIPLOMASI PADA AKUN @IAMEGAMEI, @ZHEFAILMIOFFICIAL, DAN @RICKYPEPENG

2.1 Fenomena Diaspora dalam Konteks Global

Mobilitas penduduk lintas negara mengalami peningkatan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir sebagai dampak dari globalisasi, kemajuan teknologi, serta semakin terbukanya akses pendidikan, pekerjaan, dan perdagangan internasional. Menurut *International Organization for Migration* (IOM), perpindahan penduduk internasional telah menjadi salah satu karakteristik utama masyarakat global karena semakin banyak individu yang memilih tinggal di luar negara asal untuk berbagai tujuan, tidak lagi terbatas pada faktor konflik maupun pengungsian (IOM, 2024). Kondisi tersebut mendorong terbentuknya komunitas diaspora di berbagai negara dengan latar belakang yang semakin beragam. Diaspora saat ini tidak lagi didominasi oleh kelompok yang berpindah akibat konflik maupun pengasingan, tetapi juga mencakup individu yang menetap di luar negara asal karena alasan pendidikan, pekerjaan, keluarga, maupun aktivitas profesional (Cohen, 2008). Perubahan tersebut menunjukkan bahwa diaspora telah menjadi bagian dari dinamika masyarakat global yang terus berkembang seiring meningkatnya mobilitas manusia antarnegara.

Perkembangan teknologi komunikasi kemudian mengubah cara diaspora membangun hubungan dengan negara asal maupun negara tempat tinggalnya. Kehadiran internet dan media sosial memungkinkan diaspora tetap berinteraksi dengan komunitas asal tanpa dibatasi oleh jarak geografis, sekaligus membagikan pengalaman hidup yang mereka peroleh di lingkungan baru. Elaine Lynn-Ee Ho (2017) menjelaskan bahwa diaspora modern berkembang sebagai komunitas transnasional yang menjalankan kehidupan dalam lebih dari satu ruang sosial dan budaya secara bersamaan. Posisi tersebut menjadikan diaspora tidak hanya terhubung dengan negara asal, tetapi juga berperan dalam mempertemukan pengalaman, nilai, dan budaya dari dua masyarakat yang berbeda.

Fenomena tersebut turut memengaruhi keberagaman aktivitas diaspora di berbagai belahan dunia. Selain berkontribusi dalam bidang ekonomi, pendidikan, dan sosial, sebagian diaspora mulai memanfaatkan media digital untuk mendokumentasikan kehidupan mereka di negara tempat tinggal. Jennifer M. Brinkerhoff (2019) menjelaskan bahwa perkembangan media digital memperluas ruang interaksi diaspora sehingga memungkinkan mereka membangun hubungan transnasional melalui pertukaran informasi, pengalaman, maupun budaya secara berkelanjutan. Aktivitas tersebut kemudian melahirkan berbagai bentuk konten digital yang memperkenalkan budaya lokal kepada masyarakat di negara asal, termasuk yang dilakukan oleh diaspora Indonesia yang menetap di India.

2.1.1 Diaspora Indonesia di India

Hubungan Indonesia dan India yang telah terjalin sejak lama dalam bidang politik, ekonomi, pendidikan, maupun kebudayaan turut mendorong terbentuknya komunitas warga negara Indonesia yang menetap di India. Kehadiran diaspora Indonesia di negara tersebut tidak hanya berasal dari kalangan pekerja profesional, tetapi juga mahasiswa, akademisi, pelaku usaha, serta warga negara Indonesia yang membangun keluarga bersama masyarakat India. Mobilitas tersebut menunjukkan bahwa hubungan antarmasyarakat kedua negara berkembang seiring meningkatnya kesempatan pendidikan, kerja sama ekonomi, dan pertukaran sosial budaya. Keberadaan diaspora Indonesia di India kemudian menjadi bagian dari hubungan masyarakat (*people-to-people relations*) yang melengkapi hubungan diplomatik antara kedua negara.

Komunitas diaspora Indonesia di India memiliki latar belakang yang beragam sesuai dengan tujuan kedatangan dan wilayah tempat tinggal mereka. Sebagian besar tersebar di kota-kota besar seperti New Delhi, Mumbai, Bengaluru, Chennai, dan Hyderabad, yang merupakan pusat pemerintahan, pendidikan, maupun industri di India. Selain menjalankan aktivitas akademik atau profesional, diaspora Indonesia juga membentuk berbagai komunitas yang menjadi ruang berbagi informasi untuk mempererat hubungan antarwarga negara Indonesia sekaligus membantu proses adaptasi di lingkungan baru. Keberadaan komunitas tersebut

menunjukkan bahwa diaspora Indonesia tetap mempertahankan hubungan dengan sesama warga Indonesia meskipun berada di luar negeri.

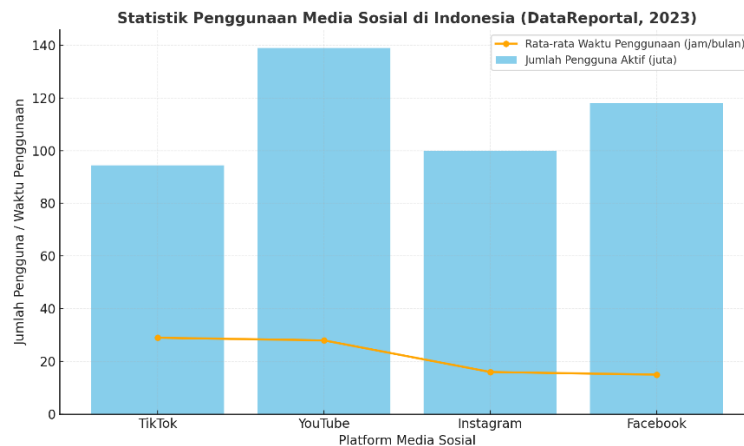
Di sisi lain, kehidupan sehari-hari di India membuat diaspora Indonesia berinteraksi secara langsung dengan lingkungan sosial dan budaya masyarakat setempat. Pengalaman tersebut mencakup berbagai aspek kehidupan, mulai dari kebiasaan masyarakat, bahasa, tradisi, perayaan keagamaan, hingga kuliner yang menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Interaksi yang berlangsung secara terus-menerus memberikan kesempatan bagi diaspora untuk mengenal budaya India melalui pengalaman langsung, bukan hanya melalui informasi yang diperoleh dari media. Kondisi tersebut menjadikan diaspora Indonesia memiliki sudut pandang yang berbeda dibandingkan wisatawan maupun masyarakat Indonesia yang belum pernah tinggal di India.

Perkembangan media digital kemudian membuka ruang baru bagi diaspora Indonesia untuk membagikan pengalaman tersebut kepada masyarakat di Indonesia. Berbagai platform media sosial dimanfaatkan sebagai sarana untuk mendokumentasikan kehidupan sehari-hari, memperkenalkan lingkungan tempat tinggal, hingga membagikan pengalaman berinteraksi dengan budaya lokal. Aktivitas tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman personal diaspora tidak lagi terbatas pada lingkungan tempat tinggalnya, tetapi juga dapat diakses oleh masyarakat Indonesia secara luas melalui ruang digital. Di antara berbagai bentuk konten yang berkembang, unggahan mengenai budaya, kehidupan sehari-hari, dan kuliner India menjadi salah satu tema yang cukup banyak ditemukan pada akun-akun diaspora Indonesia di media sosial.

2.2. Fenomena Trend Konten Kuliner India di TikTok

Perkembangan TikTok sebagai salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna yang terus meningkat telah mengubah cara masyarakat mengenal budaya dari berbagai negara. Format video berdurasi singkat dipadukan dengan sistem rekomendasi berbasis minat membuat berbagai konten lebih mudah menjangkau pengguna lintas wilayah dan negara. Laporan DataReportal (2023) menunjukkan bahwa TikTok masih menjadi salah satu platform dengan tingkat

keterlibatan pengguna yang tinggi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang berbagi pengalaman, pengetahuan, dan berbagai bentuk representasi budaya.



Gambar 3. Statistik Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Sumber: DataReportal, (2023).

Di antara berbagai tema konten yang berkembang di TikTok, kuliner menjadi salah satu kategori konten yang paling banyak menarik perhatian pengguna. Berbeda dengan penyajian informasi melalui media konvensional, video kuliner di TikTok tidak hanya memperlihatkan hasil akhir sebuah hidangan, tetapi juga proses memasak, cara penyajian, hingga interaksi yang terjadi selama proses tersebut. Menurut Huang (2024), mekanisme algoritma TikTok yang berbasis pada ketertarikan pengguna mendorong proses penyebaran konten melalui pola *replication* dan *participation*, sehingga suatu jenis konten dapat berkembang menjadi fenomena yang menjangkau audiens dalam skala global. Karakteristik tersebut menjadikan konten kuliner sebagai salah satu bentuk konten yang paling mudah menarik perhatian sekaligus mendorong interaksi antarpengguna.

India menjadi salah satu negara yang cukup menonjol dalam perkembangan konten kuliner di TikTok. Berbagai unggahan mengenai *street food*, makanan tradisional, hingga jajanan kaki lima banyak diproduksi oleh kreator lokal maupun kreator internasional yang berada di India. Hidangan seperti *biryani*, *pani puri*,

masala chai, *butter chicken*, dan *thali* kerap muncul bersamaan dengan gambaran mengenai pasar tradisional, aktivitas memasak, budaya makan bersama, serta interaksi antara penjual dan pembeli. Penyajian tersebut membuat kuliner India tidak hanya dipahami sebagai makanan, tetapi juga sebagai bagian dari kehidupan sosial dan budaya masyarakat India.

Melalui konten-konten tersebut, pengguna TikTok memperoleh gambaran mengenai India dari sudut pandang yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakatnya. Visualisasi makanan sering kali disertai dengan kebiasaan makan, penggunaan rempah-rempah, suasana jalanan, maupun tradisi yang menyertai suatu hidangan sehingga membentuk pengalaman budaya yang lebih utuh. Konten kuliner di TikTok tidak hanya sekadar menampilkan makanan atau memberi rekomendasi, tetapi juga memperlihatkan berbagai aspek budaya India yang melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakatnya. Paparan konten tersebut kemudian turut menjangkau pengguna TikTok di Indonesia dan berkembang menjadi salah satu bentuk konten luar negeri yang cukup sering muncul pada beranda pengguna Indonesia.

2.2.1 Perkembangan Konten Kuliner India pada Audiens Indonesia

Meningkatnya penggunaan TikTok di Indonesia turut memperluas paparan masyarakat terhadap berbagai konten budaya dari luar negeri, termasuk konten kuliner India. Laporan DataReportal (2023) mencatat bahwa Indonesia memiliki lebih dari 94 juta pengguna TikTok berusia di atas 18 tahun, menjadikannya salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Besarnya jumlah pengguna tersebut membuat berbagai konten yang berasal dari luar negeri lebih mudah menjangkau audiens Indonesia melalui sistem rekomendasi berbasis minat. Kondisi tersebut membuka ruang yang semakin luas bagi masyarakat Indonesia untuk mengenal kuliner India melalui media digital.

Konten kuliner India mulai memperoleh perhatian dari pengguna Indonesia karena menampilkan pengalaman yang berbeda dengan budaya kuliner yang selama ini mereka kenal. Berbagai video memperlihatkan penggunaan rempah-rempah yang khas, proses memasak dalam jumlah besar, penyajian makanan di ruang

terbuka, hingga kebiasaan makan masyarakat India yang sering kali memunculkan rasa penasaran di kalangan penonton. Perbedaan tersebut mendorong munculnya berbagai bentuk interaksi, baik berupa komentar, diskusi, maupun pembagian ulang video oleh pengguna Indonesia. Dari situ, konten tersebut tidak berhenti sebagai hiburan semata, tetapi juga memicu rasa ingin tahu dan pembahasan lebih lanjut tentang budaya serta kehidupan masyarakat India.

Ketertarikan pengguna Indonesia terhadap konten kuliner India juga terlihat dari semakin banyaknya kreator yang secara konsisten mengangkat tema serupa dalam postingan mereka. Selain kreator lokal India maupun wisatawan mancanegara, sejumlah diaspora Indonesia yang menetap di India turut memproduksi konten dengan sasaran utama pengguna Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia, gaya penyampaian yang familiar, serta penyajian pengalaman dari sudut pandang sesama orang Indonesia membuat informasi mengenai kuliner India menjadi lebih mudah dipahami oleh penonton. Karakteristik tersebut membedakan konten yang diproduksi diaspora dengan konten yang dibuat oleh kreator asing yang umumnya ditujukan kepada audiens global.

Keberadaan kreator diaspora Indonesia di India memperlihatkan bahwa proses pengenalan budaya melalui media sosial tidak selalu dilakukan oleh warga negara yang berasal dari budaya tersebut. Pengalaman hidup di India memberikan kesempatan bagi diaspora untuk mendokumentasikan berbagai praktik kuliner dan kehidupan masyarakat yang mereka temui dalam aktivitas sehari-hari, kemudian membagikannya kepada masyarakat Indonesia melalui TikTok. Bentuk penyampaian seperti ini menjadi salah satu karakteristik yang ditemukan pada akun-akun yang dipilih sebagai subjek penelitian, yaitu akun yang secara konsisten mengangkat kuliner India sebagai pintu masuk untuk memperkenalkan kehidupan dan budaya masyarakat India kepada audiens Indonesia.

2.3. Profil Akun Penelitian

Fenomena berkembangnya konten kuliner India di TikTok turut mendorong munculnya berbagai kreator yang membagikan pengalaman mereka mengenai kehidupan di India. Di antara banyaknya akun yang mengangkat tema serupa,

penelitian ini memilih empat akun TikTok, yaitu **@iamegamei**, **@zhefailmi**, dan **@rickypepeng** sebagai subjek penelitian. Ketiga akun tersebut dipilih karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, yakni merupakan warga negara Indonesia yang menetap di India dalam jangka waktu relatif lama, aktif mengunggah konten mengenai kuliner dan budaya India, serta menggunakan bahasa Indonesia dengan sasaran utama audiens Indonesia.

Selain memiliki kesamaan latar belakang sebagai diaspora Indonesia di India, keempat akun tersebut juga menunjukkan konsistensi dalam memproduksi konten selama periode penelitian, yaitu tahun 2022–2025. Konten yang diunggah tidak hanya memperlihatkan berbagai jenis makanan khas India, tetapi juga menampilkan pengalaman sehari-hari, interaksi dengan masyarakat lokal, serta berbagai praktik budaya yang menyertai kuliner tersebut. Kesamaan karakteristik inilah yang menjadi dasar pemilihan keempat akun sebagai subjek penelitian sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terhadap bentuk upaya mereka dalam memperkenalkan budaya India kepada masyarakat Indonesia melalui TikTok.

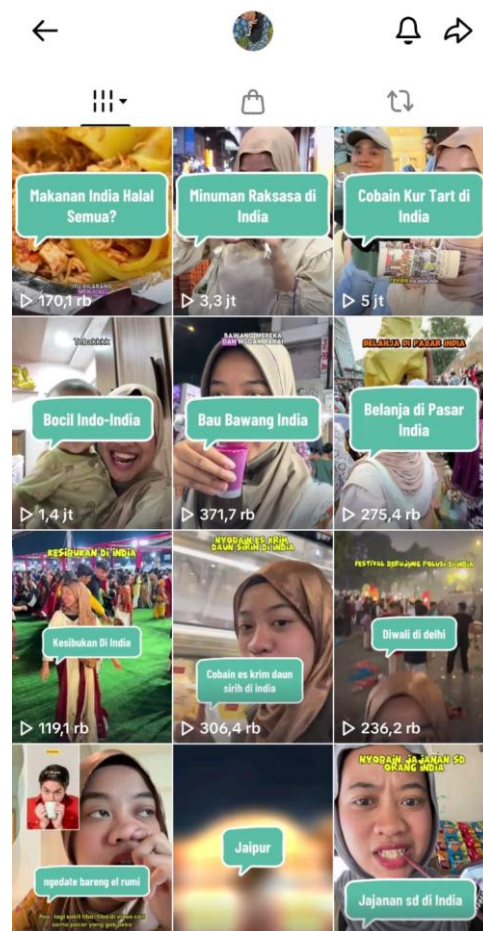
2.3.1 @iamgamei



Gambar 4. Profil Akun TikTok @iamegamei

Akun TikTok **@iamegamei** merupakan salah satu akun diaspora Indonesia di India yang memiliki jumlah pengikut terbesar di antara subjek penelitian ini, yaitu sekitar 1,1 juta pengikut. Pemilik akun ini diketahui menempuh pendidikan

S2 di *Gujarat University*, India, sehingga banyak konten yang diunggah juga berkaitan dengan pengalaman sebagai mahasiswa di negara tersebut. Akun ini secara konsisten membagikan berbagai konten mengenai kehidupan sehari-hari di India kepada audiens Indonesia. Konten yang diunggah tidak hanya berfokus pada satu aspek budaya tertentu, tetapi mencakup berbagai dimensi kehidupan masyarakat India, seperti kuliner, transportasi, pusat perbelanjaan, festival budaya, pakaian tradisional, hiburan, hingga kebiasaan sosial masyarakat setempat.

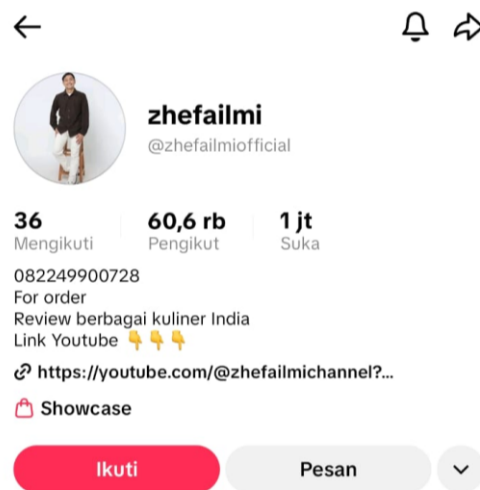


Gambar 5. Contoh Konten India pada Akun @iamegamei

Karakteristik utama akun @iamegamei terletak pada penyajian pengalaman personal sebagai diaspora Indonesia yang tinggal di India. Melalui format vlog dan video pendek, akun ini memperlihatkan interaksi langsung dengan lingkungan sosial dan budaya India sehingga memberikan gambaran yang relatif luas mengenai kehidupan masyarakat India kepada audiens Indonesia. Selain menampilkan

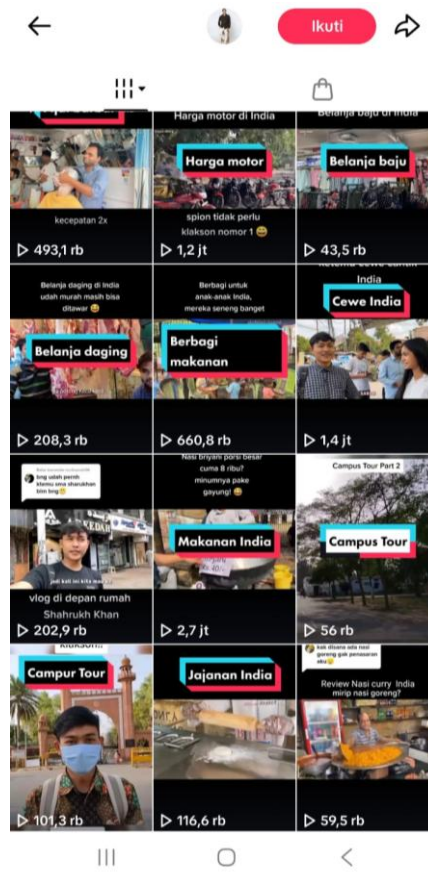
makanan khas India, akun ini juga sering membahas harga barang, sistem transportasi, produk perawatan tradisional India, film Bollywood, serta berbagai perayaan budaya yang berlangsung di India. Keberagaman tema yang diangkat menjadikan akun @iamegamei sebagai salah satu sumber informasi yang cukup komprehensif mengenai budaya India di TikTok. Oleh karena itu, akun ini dipilih sebagai subjek penelitian karena mampu merepresentasikan proses pengenalan budaya India melalui berbagai aspek kehidupan sehari-hari yang disampaikan kepada masyarakat Indonesia.

2.3.2 @zhfailmi



Gambar 6. Profil Akun TikTok @zhfailmiofficial

Akun TikTok @zhfailmiofficial merupakan akun diaspora Indonesia di India yang memiliki sekitar 60 ribu pengikut. Akun ini secara aktif membagikan pengalaman kehidupan sehari-hari di India melalui berbagai konten berbentuk vlog yang menampilkan aktivitas pribadi, perjalanan, kuliner, hingga interaksi dengan masyarakat lokal.



Gambar 7. Contoh Konten India pada Akun @zhfailmioofficial

Pemilik akun diketahui menempuh pendidikan di *Aligarh Muslim University*, India, sehingga sebagian kontennya juga merefleksikan kehidupan sebagai mahasiswa di lingkungan tersebut. Konten yang diunggah oleh @zhfailmioofficial berfokus pada pengalaman langsung selama tinggal dan beraktivitas di India. Sebagian besar unggahan akun ini menampilkan berbagai jenis makanan dan jajanan jalanan India, kondisi transportasi umum, aktivitas masyarakat di ruang publik, serta pengalaman berkunjung ke berbagai tempat di India. Melalui pendekatan yang bersifat personal, akun ini memberikan gambaran mengenai kehidupan sehari-hari masyarakat India dari sudut pandang diaspora Indonesia yang tinggal di lingkungan tersebut.

Karakteristik tersebut menjadikan akun @zhfailmioofficial menarik untuk diteliti karena tidak hanya memperkenalkan kuliner India, tetapi juga menampilkan berbagai aspek budaya yang muncul dalam aktivitas keseharian masyarakat. Dengan demikian, akun ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana

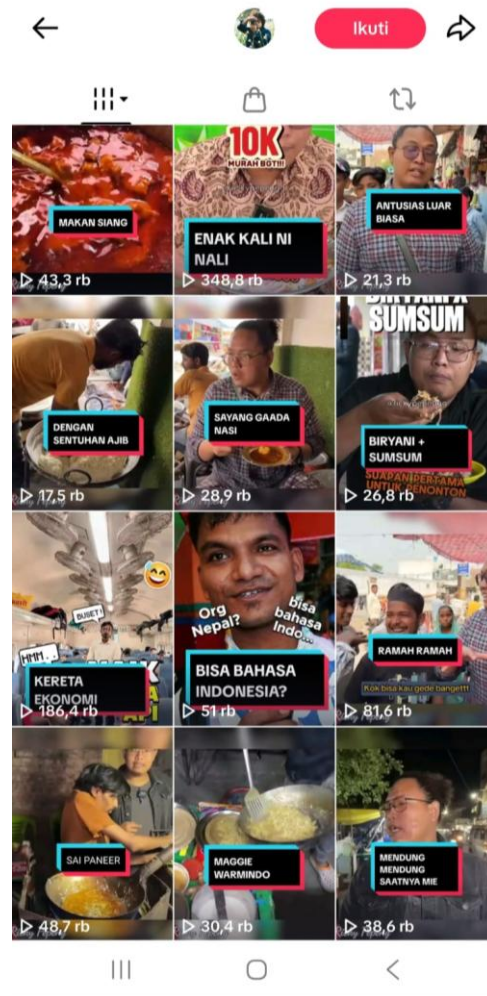
pengalaman hidup diaspora di India dikomunikasikan kepada masyarakat Indonesia melalui media sosial.

2.3.3 @rickypepeng



Gambar 8. Profil Akun TikTok @rickypepeng

Akun TikTok @rickypepeng merupakan akun diaspora Indonesia di India yang juga diketahui menempuh pendidikan di *Aligarh Muslim University*, India dan memiliki sekitar 109 ribu pengikut. Berbeda dengan dua akun sebelumnya, akun ini memiliki fokus utama pada konten kuliner India. Sebagian besar video yang diunggah menampilkan berbagai jenis makanan khas India, makanan jalanan (*street food*), proses memasak, penggunaan rempah-rempah, harga makanan, hingga pengalaman mencicipi berbagai hidangan lokal yang populer di India.



Gambar 9. Contoh Konten India pada Akun @rickypepeng

Konten yang disajikan oleh akun @rickypepeng umumnya berpusat pada eksplorasi kuliner dan pengalaman gastronomi yang dapat ditemukan di berbagai wilayah India. Selain memberikan informasi mengenai makanan, akun ini juga menampilkan kebiasaan makan masyarakat India, cara penyajian makanan, serta interaksi sosial yang berkaitan dengan budaya kuliner setempat. Melalui pendekatan tersebut, makanan tidak hanya ditampilkan sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat India.

Dominasi konten kuliner menjadikan akun @rickypepeng relevan untuk penelitian ini karena memperlihatkan bagaimana budaya India diperkenalkan melalui makanan sebagai salah satu unsur budaya yang paling mudah diterima oleh audiens Indonesia. Oleh karena itu, akun ini dipilih sebagai subjek penelitian untuk

memberikan gambaran mengenai peran konten kuliner dalam proses pengenalan budaya India melalui TikTok.

2.3.4 Sintesis Karakteristik Ketiga Akun Penelitian

Berdasarkan uraian mengenai akun @iamegamei, @zhefailmiofficial, dan @rickypepeng, dapat diketahui bahwa ketiga akun memiliki karakteristik yang berbeda dalam memperkenalkan budaya India kepada masyarakat Indonesia melalui TikTok. Perbedaan tersebut terlihat dari fokus konten, cara penyajian informasi, serta aspek budaya India yang ditampilkan kepada audiens. Meskipun demikian, ketiganya memiliki kesamaan dalam hal konsistensi mengunggah konten mengenai kehidupan dan budaya India serta menjadikan pengalaman pribadi sebagai dasar penyampaian informasi kepada pengikut mereka.

Akun @iamegamei memiliki cakupan konten yang paling luas dibandingkan dua akun lainnya. Konten yang diunggah tidak hanya berfokus pada kuliner, tetapi juga mencakup kehidupan sehari-hari, festival budaya, transportasi, hiburan, produk lokal, hingga berbagai kebiasaan sosial masyarakat India. Karakteristik tersebut menjadikan akun ini mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kehidupan masyarakat India kepada audiens Indonesia.

Sementara itu, akun @zhefailmiofficial menampilkan pengalaman yang lebih personal sebagai mahasiswa Indonesia yang tinggal di India. Kontennya banyak memperlihatkan aktivitas sehari-hari, pengalaman beradaptasi dengan lingkungan baru, perjalanan, serta berbagai bentuk interaksi dengan masyarakat lokal. Melalui pendekatan tersebut, akun ini memperlihatkan bagaimana budaya India dialami secara langsung oleh diaspora Indonesia dalam kehidupan sehari-hari.

Berbeda dengan kedua akun sebelumnya, akun @rickypepeng memiliki fokus utama pada kuliner India. Sebagian besar konten yang diunggah menampilkan berbagai jenis makanan khas India, makanan jalanan, proses pembuatan makanan, serta pengalaman mencicipi berbagai hidangan lokal. Fokus tersebut menjadikan kuliner sebagai pintu masuk utama dalam memperkenalkan budaya India kepada masyarakat Indonesia.

Meskipun memiliki fokus yang berbeda, ketiga akun tersebut sama-sama memperlihatkan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memperkenalkan berbagai aspek budaya India kepada audiens Indonesia. Kuliner, kehidupan sehari-hari, tradisi, maupun pengalaman personal yang ditampilkan dalam konten mereka menunjukkan bahwa pengenalan budaya tidak hanya dilakukan melalui institusi resmi, tetapi juga dapat berlangsung melalui aktivitas individu di ruang digital. Oleh karena itu, ketiga akun tersebut dipilih sebagai subjek penelitian karena mampu memberikan gambaran yang beragam mengenai proses pengenalan budaya India kepada masyarakat Indonesia melalui TikTok. Karakteristik yang dimiliki ketiga akun tersebut selanjutnya menjadi dasar untuk menganalisis bagaimana diaspora Indonesia di India menjalankan peran sebagai aktor non-negara (*non-state actors*) dan membangun hubungan antarmasyarakat (*people-to-people relations*) dalam konteks diplomasi publik melalui media sosial.