

BAB I

PENDAHULUAN

Bab I pada penelitian kali ini berisi pendahuluan yang berisi dari delapan subbab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, operasionalisasi konsep, dan sistematika penulisan. Pembahasan pada bab ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal mengenai arah dan fokus penelitian.

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan berbagai bentuk baru komunikasi dan hiburan berbasis internet, salah satunya adalah *Virtual Youtuber* (VTuber). *Virtual youtuber* adalah kreator konten yang menggunakan avatar digital, biasanya dalam bentuk karakter anime yang dianimasikan menggunakan teknologi motion capture atau software animasi lainnya, untuk tampil dan berinteraksi dengan audiens di platform streaming seperti YouTube (Widodo, Septiadi, & Rakhmawati, 2023). Salah satu agensi virtual youtuber terbesar saat ini merupakan Hololive Production yang berasal dari Jepang (Streamchart, 2025). Pada tahun 2017, Motoaki ‘YAGOO’ Tanigo mendirikan perusahaan *virtual youtuber* Hololive Production di bawah naungan Cover Corp. Hololive Indonesia, yang merupakan cabang dari Hololive Production, adalah contoh bagaimana *virtual youtuber* dapat digunakan sebagai alat diplomasi budaya. Pada bulan April 2020, generasi pertama yang terdiri dari Airani Iofifteen, Ayunda Risu, dan Moona Hoshinova memulai debut mereka.

Generasi kedua, yang terdiri dari Anya Melfissa, Kureiji Ollie, dan Pavolia Reine, memulai debutnya pada bulan Desember 2020. Generasi ketiga, yang terdiri dari Kaela Kovalskia, Kobo Kanaeru, dan Vestia Zeta, diperkenalkan pada bulan Maret 2022. Pendirian Hololive Indonesia hingga generasi saat ini merupakan ekspansi yang disengaja dan ditargetkan. Yagoo menegaskan bahwa motivasi di balik ekspansi ini berasal dari pengakuan luas terhadap anime di Indonesia (Liman, 2023). Sejak debutnya pada tahun 2020, Hololive Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan baik dari sisi penggemar, jangkauan audien internasional, hingga intensitas interaksi dengan komunitas global. Berdasarkan salah satu website penggemar virtual youtuber yaitu [virtuallyoutuber.fandom.com](https://www.virtuallyoutuber.fandom.com) Kobo Kanaeru member Hololive Indonesia generasi ketiga yang melakukan debut nya pada 27 Maret 2022, dapat menyentuh angka 1 juta penggemar pada 10 Juni 2022. Hal tersebut menjadikan Kobo Kanaeru sebagai virtual youtuber dengan kenaikan penggemar tercepat di Asia Tenggara.

Selain pertumbuhannya yang terbilang cepat, Hololive Indonesia merupakan agensi *virtual youtuber* yang dapat merepresentasikan identitas budaya Indonesia melalui penggunaan bahasa Indonesia, pengenalan budaya lokal, musik daerah, serta berbagai simbol budaya dalam konten digital yang diproduksinya. Karakteristik tersebut menjadikan Hololive Indonesia sebagai kasus yang relevan untuk mengkaji praktik diplomasi budaya melalui media digital, salah satu contohnya adalah “Indonesia Folk Music Medley” yaitu penggabungan lagu-lagu daerah Indonesia.

Penggabungan lagu daerah ini secara langsung dapat mengenalkan musik daerah kepada penonton internasional. Contoh tersebut menunjukkan bahwa dengan caranya sendiri Hololive Indonesia dapat membawa elemen bahasa Indonesia dengan cara yang menarik kepada penonton di tingkat global. Hololive Indonesia juga sering kali melakukan kolaborasi dengan virtual youtuber dari negara lain, yang memungkinkan terjadinya pertukaran budaya secara langsung.

Gambar 1.1 Cover Indonesia Folk Music Medley



Sumber: https://youtu.be/IFQW5S_xH1o?si=MdgYN-1BmRrsD9AN

Pemilihan Hololive Indonesia sebagai objek penelitian didasarkan pada karakteristik empiris yang dimilikinya, bukan semata-mata karena tingkat popularitasnya. Sebagai cabang yang secara khusus dibentuk untuk pasar Indonesia (Liman, 2023), Hololive Indonesia menghadirkan talenta yang menggunakan bahasa Indonesia dalam aktivitas digitalnya serta secara rutin mengangkat berbagai unsur budaya Indonesia dalam bentuk percakapan, permainan, musik, maupun tema-tema keseharian. Selain itu, aktivitas tersebut dipublikasikan melalui platform digital yang

dapat diakses oleh audiens dari berbagai negara. Karakteristik tersebut menjadikan Hololive Indonesia sebagai kasus yang relevan untuk mengkaji bagaimana representasi budaya Indonesia hadir dalam ruang digital yang bersifat lintas negara.

Di sisi lain, berkembangnya fenomena virtual youtuber menimbulkan pertanyaan baru dalam kajian Hubungan Internasional. Aktivitas yang dilakukan oleh kreator digital tidak lagi terbatas pada produksi konten hiburan, tetapi juga melibatkan interaksi dengan audiens yang berasal dari berbagai negara melalui fitur live streaming, live chat, media sosial, serta komunitas daring (Galleninus & Akil, 2024). Perkembangan tersebut tidak dapat dilepaskan dari transformasi akibat globalisasi dan kemajuan teknologi informasi. Teknologi digital, khususnya internet dan media sosial, telah memberikan cara baru untuk menyebarkan pengaruh budaya melalui aktor-aktor non-pemerintah. Di era modern, diplomasi budaya tidak lagi hanya dilakukan oleh lembaga-lembaga negara, melainkan juga oleh individu dan komunitas kreatif, seperti seniman, musisi, dan kini, influencer digital (Nariswari, 2021). Pendekatan ini memperoleh ruang baru karena teknologi memungkinkan hubungan antarmasyarakat berlangsung secara intens, melampaui batas geografis, dan membentuk jejaring global yang dinamis.

Perubahan tersebut melahirkan perkembangan konsep diplomasi publik yang menempatkan masyarakat asing sebagai salah satu sasaran utama komunikasi internasional. Menurut Nicholas J. Cull (2009), diplomasi publik merupakan upaya aktor internasional untuk memengaruhi lingkungan internasional melalui keterlibatan

dengan publik asing, sementara Jan Melissen (2005) menjelaskan bahwa praktik *new public diplomacy* ditandai oleh meningkatnya keterlibatan aktor non-negara dan pentingnya komunikasi dua arah. Sejalan dengan perkembangan teknologi, Corneliu Bjola dan Marcus Holmes (2015) menjelaskan bahwa media digital telah mengubah cara aktor internasional membangun komunikasi dengan masyarakat global. Di sisi lain, konsep *People to People Diplomacy* yang dikemukakan oleh Anne B. Turpeau (1960) menekankan pentingnya hubungan langsung antarmasyarakat sebagai bagian dari pembangunan hubungan internasional.

Berdasarkan uraian tersebut, perkembangan Virtual Youtuber menghadirkan fenomena baru yang menarik untuk dikaji dalam perspektif Hubungan Internasional, khususnya terkait hubungan antara media digital, aktor non-negara, dan komunikasi lintas negara. Dengan karakteristik yang dimiliki Hololive Indonesia, penelitian ini berupaya menganalisis fenomena tersebut menggunakan perspektif Diplomasi Publik, Diplomasi Digital, dan *People to People Diplomacy* guna memahami bagaimana interaksi yang berlangsung dalam ruang digital dapat dijelaskan melalui ketiga konsep tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian kali ini adalah: Bagaimana Hololive Indonesia merepresentasikan budaya Indonesia kepada audiens internasional melalui media digital berdasarkan perspektif Diplomasi Publik dan *People to People Diplomacy*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini ditujukan untuk memenuhi tujuan umum dan khusus yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

- a. Bagaimana Hololive Indonesia dapat menjadi instrumen diplomasi budaya yang efektif melalui media digital seperti Youtube, Twitter, dan Instagram dalam mengenalkan budaya Indonesia seperti lagu daerah, makanan daerah, bahasa Indonesia dan bahasa lokal, melalui kerangka konsep Diplomasi Publik dan *People to People Diplomacy*.

2. Tujuan Khusus

- a. Mengidentifikasi unsur budaya Indonesia yang digunakan oleh Hololive Indonesia dalam melakukan diplomasi budaya Indonesia.
- b. Menganalisis penggunaan media sosial seperti Youtube, Twitter, dan Instagram oleh Hololive Indonesia untuk menjangkau penonton internasional.
- c. Mengeksplorasi bagaimana talent Hololive Indonesia berinteraksi dan membangun komunitas dengan penonton.
- d. Mengkaji persepsi penonton terhadap interaksi dengan Hololive Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini ditujukan guna memberikan kegunaan dan manfaat berupa kegunaan akademis dan kegunaan praktis, yang mencakup:

1. Kegunaan Akademis

Adapun manfaat dari penelitian ini secara akademis yaitu dapat menambah wawasan sebagai mahasiswa Hubungan Internasional dan juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan diplomasi budaya khususnya budaya Indonesia melalui *virtual youtuber*.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian kali ini dapat menambah wawasan masyarakat umum mengenai bagaimana *virtual youtuber* dapat dijadikan sebagai salah satu sarana diplomasi budaya, selain itu memperkenalkan agensi *virtual youtuber* Hololive Indonesia kepada masyarakat umum. Selain kepada masyarakat umum, dapat dijadikan referensi bagi perusahaan-perusahaan dan *virtual youtuber* indie untuk mengetahui bagaimana membangun komunikasi dua arah kepada penonton atau penikmat konten *virtual youtuber*.

1.5 Kerangka Pemikiran

Bagian kerangka pemikiran berisi uraian mengenai fondasi dasar teoritis dan konseptual penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Bagian ini terdiri dari tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran yang diuraikan sebagai berikut:

1.5.1 Tinjauan Pustaka

Diplomasi merupakan salah satu topik dalam dunia hubungan internasional yang semakin sering dibahas sejalan dengan perkembangan teknologi. Terlebih dengan muncul nya fenomena *virtual youtuber* yang sekarang semakin marak di

berbagai platform media sosial. Oleh karena itu, diperlukan eksplorasi terhadap penelitian terdahulu untuk melihat pandangan mengenai bagaimana fenomena ini dikaji dan aspek apa yang belum mendapat perhatian. Sehingga, penelusuran ini menjadi penting untuk memperdalam pemahaman mengenai kebaruan dari instrumen praktik diplomasi dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang.

Tabel 1.1 Tinjauan Pustaka

No.	Judul dan Penulis	Teori/Konsep	Rumusan Masalah	Temuan
1.	Digital Diplomacy: Hololive Indonesia and Virtual Youtuber (Vtuber) as Indonesia's New Public Diplomacy. (Gallennius & Akil 2024).	New Public Diplomacy, Soft Power, Digital Diplomacy, Popular Culture	Bagaimana VTuber (Hololive Indonesia) berperan sebagai aktor dalam diplomasi publik baru Indonesia?	Penelitian ini menemukan bahwa <i>virtual youtuber</i> , khususnya Hololive Indonesia, mampu bertransformasi menjadi aktor non-negara dalam diplomasi publik baru melalui pemanfaatan teknologi digital. Peran tersebut terlihat dari tiga aspek utama: (1) pendekatan branding yang menampilkan identitas Indonesia sebagai negara multikultural, (2) penggunaan platform digital seperti YouTube yang memungkinkan komunikasi dua arah secara real-time melalui fitur live chat, super chat, dan interaksi komunitas, serta (3) keterlibatan audiens global sebagai aktor aktif dalam proses diplomasi. Hubungan yang terbentuk bersifat horizontal (non-hierarkis), berbeda dengan diplomasi tradisional yang top-down. Dengan demikian, <i>virtual youtuber</i> tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga instrumen soft power yang efektif dalam membangun citra nasional dan hubungan jangka panjang dengan publik internasional.
2.	Pengaruh Hololive Indonesia dalam Memperkenalkan	Globalisasi, Budaya Populer, <i>Virtual Youtuber</i> ,	Bagaimana pengaruh konten Hololive Indonesia terhadap minat penonton	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Hololive Indonesia memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan minat penonton

	Bahasa Indonesia Kepada Penonton Internasional (Liman, 2023)	Pembelajaran Bahasa	internasional dalam mempelajari bahasa Indonesia?	internasional terhadap bahasa Indonesia. Interaksi yang terjadi dalam siaran langsung, penggunaan bahasa Indonesia dalam konten, serta keterlibatan emosional antara <i>virtual youtuber</i> dan audiens mendorong terjadinya proses pembelajaran bahasa secara informal. Selain itu, fenomena ini juga memperlihatkan adanya pertukaran budaya digital, di mana bahasa menjadi medium utama dalam membangun kedekatan antara kreator dan penonton. Motivasi audiens untuk belajar bahasa Indonesia tidak hanya didorong oleh kebutuhan akademik, tetapi juga oleh ketertarikan terhadap budaya populer dan kedekatan personal dengan <i>virtual youtuber</i> .
3.	Fenomena Virtual Youtuber Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia (Puspitaningrum & Prasetio, 2019)	Fenomenologi, Motif & Makna Media, Budaya Populer	Apa motif dan makna menonton vlog Kizuna Ai bagi penggemar di Indonesia?	Penelitian ini menemukan bahwa motif menonton Kizuna Ai terbagi menjadi dua kategori besar, yaitu motif sebab (karena minat dan rasa ingin tahu) serta motif tujuan (untuk memperoleh hiburan, informasi, aktualisasi diri, dan pemenuhan kebutuhan eksistensi). Selain itu, makna yang dibangun oleh audiens terhadap konten Kizuna Ai bersifat subjektif dan beragam, seperti menjadikan <i>virtual youtuber</i> sebagai representasi pasangan ideal, sarana pelarian dari tekanan kehidupan, hingga panutan dalam berinteraksi sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi konten VTuber

				tidak sekadar aktivitas hiburan, melainkan memiliki dimensi psikologis dan sosial yang kuat dalam membentuk identitas dan pengalaman audiens.
4.	Dampak Menonton VTuber terhadap Penggemar Budaya Populer Jepang di Bandung (Adzania & Arianingsih, 2022)	Dampak Media, Budaya Populer	Bagaimana dampak menonton VTuber terhadap penggemar budaya populer Jepang di Bandung?	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan dampak positif dari menonton <i>virtual youtuber</i> , terutama dalam aspek hiburan, peningkatan pengetahuan, serta kemampuan bahasa Jepang seperti kosakata, listening, dan pemahaman budaya. <i>virtual youtuber</i> juga dianggap sebagai media pembelajaran alternatif yang menyenangkan dan tidak formal. Dampak negatif seperti kecanduan atau pengabaian aktivitas lain relatif kecil dan tidak dominan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi konten <i>virtual youtuber</i> cenderung memberikan kontribusi positif bagi penggemar, khususnya dalam konteks pengembangan diri dan apresiasi terhadap budaya populer Jepang.
5.	Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia melalui Japan Cultural Weeks 2021 oleh Japan Foundation Jakarta (Rudiawan, 2022)	Diplomasi Kebudayaan, Soft Power, Tiga Prinsip (Transmission, Acceptance, Coexistence)	Bagaimana pelaksanaan diplomasi kebudayaan Jepang melalui Japan Cultural Weeks 2021 selama pandemi?	Penelitian ini menemukan bahwa Japan Foundation Jakarta berhasil mengadaptasi praktik diplomasi kebudayaan ke dalam format digital selama pandemi melalui penyelenggaraan Japan Cultural Weeks 2021 secara daring. Program ini mampu menjalankan tiga prinsip utama diplomasi kebudayaan Jepang, yaitu transmission (penyebaran budaya),

				acceptance (penerimaan oleh publik Indonesia), dan coexistence (terciptanya hubungan timbal balik). Kegiatan daring memungkinkan jangkauan audiens yang lebih luas dan inklusif, serta memperkuat interaksi people-to-people meskipun tanpa tatap muka langsung. Penelitian ini juga mencatat bahwa masih terdapat keterbatasan dalam optimalisasi program, terutama dalam membangun pengalaman interaksi yang lebih mendalam dan berkelanjutan.
6.	Fenomena Virtual Youtuber: Representasi Identitas dan Perilaku dalam Masyarakat Virtual (Studi Kasus Kobo Kanaeru) (Widodo & Jacky, 2025)	OCQR (Online Content and Qualitative Research)	Bagaimana identitas dan perilaku Kobo Kanaeru direpresentasikan dan diterima dalam masyarakat virtual?	Penelitian ini menemukan bahwa Kobo Kanaeru merepresentasikan identitas hibrida yang menggabungkan budaya Indonesia dan Jepang, menciptakan sintesis budaya yang unik di ruang digital. Identitas ini diperkuat melalui desain visual, narasi karakter (pawang hujan). Interaksi aktif dengan penggemar membangun keterikatan emosional yang kuat dan menciptakan komunitas virtual yang solid. Selain itu, Kobo berfungsi sebagai agen budaya yang menyebarkan nilai-nilai budaya Indonesia ke audiens global. Namun, terdapat kritik terkait potensi distorsi identitas, stereotipisasi budaya, serta kaburnya batas antara realitas dan persona virtual yang dapat memengaruhi persepsi audiens terhadap identitas digital.

Berdasarkan lima penelitian terdahulu yang telah diuraikan, dapat dilihat bahwa kajian mengenai *virtual youtuber*, diplomasi budaya, dan media digital telah berkembang dengan beragam fokus dan pendekatan. Dapat disimpulkan bahwa terdapat celah penelitian yang belum banyak dikaji, yaitu integrasi antara fenomena *virtual youtuber* dengan kerangka Diplomasi Publik dan *People to People Diplomacy* dalam konteks diplomasi budaya melalui media digital. Oleh karena itu, penelitian ini memposisikan diri sebagai upaya untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji Hololive Indonesia yang tidak hanya dilihat sebagai fenomena hiburan digital, tetapi sebagai aktor non-negara yang menjalankan fungsi diplomasi budaya melalui interaksi langsung dengan audiens global.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada penggabungan dua perspektif utama, yaitu Diplomasi Publik sebagai medium dan *People to People Diplomacy* sebagai mekanisme interaksi, dalam menganalisis praktik diplomasi budaya oleh *virtual youtuber*. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dengan menekankan pada proses interaksi dua arah, kedekatan emosional, serta partisipasi audiens sebagai elemen kunci dalam keberhasilan diplomasi budaya berbasis digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas kajian mengenai *virtual youtuber*, tetapi juga memberikan perspektif baru dalam studi hubungan internasional terkait peran aktor non-negara di era digital.

1.5.2 Kerangka Pemikiran

Nicholas J Cull mengatakan dalam bukunya yang berjudul “Public Diplomacy: Lesson from the Past” pada tahun 2009 mendefinisikan bahwa diplomasi

sebagai upaya aktor internasional untuk mengelola lingkungan internasional tanpa menggunakan kekerasan. Lebih lanjut, upaya aktor internasional untuk mencapai tujuan tersebut melalui keterlibatan langsung dengan publik asing, bukan hanya dengan pemerintah asing merupakan definisi dari diplomasi publik. Aktor yang dimaksud tidak hanya terbatas pada negara tetapi juga mencakup organisasi internasional, perusahaan multinasional, hingga aktor negara lainnya. Dengan demikian diplomasi publik menurut Cull merupakan perluasan dari diplomasi tradisional yang sebelumnya hanya berfokus pada hubungan antar pemerintah. Cull juga mengatakan bahwa terdapat perbedaan antara diplomasi publik tradisional dan diplomasi publik baru. Terdapat 6 perbedaan antar diplomasi publik lama dan diplomasi publik baru yaitu *Identity of International actor*, *Technology and Environment*, *media Environment*, *Source of Approach*, *Terminology*, *Structure of Role*, *Nature of Role*, dan *Overall Aim*. 6 perbedaan tersebut dapat dilihat melalui tabel dibawah:

Tabel 1.2 Perbedaan antara Diplomasi Publik lama dan Diplomasi Publik Baru

Dominant Characteristics	Old PD	New PD
1) Identity of international actor	State	State and non-state
2) Tech. environment	Short wave radio Print newspapers Land-line telephones	Satellite, Internet, real-time news Mobile telephones
3) Media environment	Clear line between domestic and international news sphere	Blurring of domestic and international news sphere.
4) Source of approach	Outgrowth of political advocacy & propaganda theory	Outgrowth of corporate branding & network theory
5) Terminology	"International image" "Prestige"	"Soft power" "Nation Brand"
6) Structure of role	Top down, actor to foreign peoples	Horizontal, facilitated by actor
7) Nature of role	Targeted messaging	Relationship-building
8) Overall aim	The management of the international environment	The management of the international environment

Sumber: Cull dalam (Public Diplomacy: Lessons from the Past, 2009: 14)

Dengan adanya perbedaan antara diplomasi publik lama dan diplomasi publik baru, Cull menjelaskan setidaknya terdapat 5 pendekatan dari utama dalam diplomasi publik menurutnya, salah duanya merupakan *Cultural Diplomacy* dan *International Broadcasting*. *Cultural Diplomacy* atau diplomasi budaya merupakan pendekatan yang memanfaatkan budaya sebagai sarana untuk membangun hubungan dan meningkatkan daya tarik suatu negara. Melalui kegiatan seperti pertukaran seni, promosi bahasa, dan penyelenggaraan acara budaya, negara dapat menciptakan pemahaman lintas budaya serta kedekatan emosional dengan masyarakat asing. Kemudian *International Broadcasting* merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menjangkau audiens global, seperti radio internasional,

televisi, dan platform digital. Dalam praktiknya, keberhasilan penyiaran internasional sangat bergantung pada tingkat kredibilitas dan profesionalisme jurnalistik agar dapat dipercaya oleh audiens (Cull, 2009).

Pendekatan *International Broadcasting* dari diplomasi publik menurut Cull sejalan dengan konsep diplomasi digital oleh Bjola & Holmes pada bukunya yang berjudul “Digital Diplomacy: Theory and Practice”. *Digital diplomacy* adalah bentuk transformasi praktik diplomasi yang muncul akibat perkembangan teknologi digital, khususnya teknologi informasi dan komunikasi, yang mengubah cara negara melaksanakan fungsi-fungsi diplomatik seperti representasi, komunikasi, pengelolaan hubungan internasional, dan penyusunan kebijakan luar negeri. Diplomasi digital bukan hanya berarti penggunaan media sosial atau internet sebagai alat komunikasi, tetapi merupakan perubahan dalam cara diplomasi beradaptasi terhadap lingkungan internasional yang semakin terdigitalisasi (Bjola & Holmes, 2015). Corneliu Bjola dan Lu Jiang menjelaskan bahwa efektivitas diplomasi digital tidak dapat diukur hanya berdasarkan jumlah pengikut (*followers*), jumlah unggahan, ataupun popularitas akun media sosial pemerintah. Diplomasi digital dinilai efektif apabila media digital mampu mendukung tercapainya tujuan kebijakan luar negeri melalui komunikasi yang strategis dan interaktif dengan masyarakat asing. Untuk menilai efektivitas tersebut, mereka mengembangkan tiga indikator utama, yaitu *agenda-setting*, *presence-expansion*, dan *conversation-generating*. Ketiga indikator ini saling melengkapi dan menunjukkan tahapan keterlibatan diplomatik di ruang digital. *Agenda-setting* merupakan kemampuan aktor diplomasi dalam menentukan

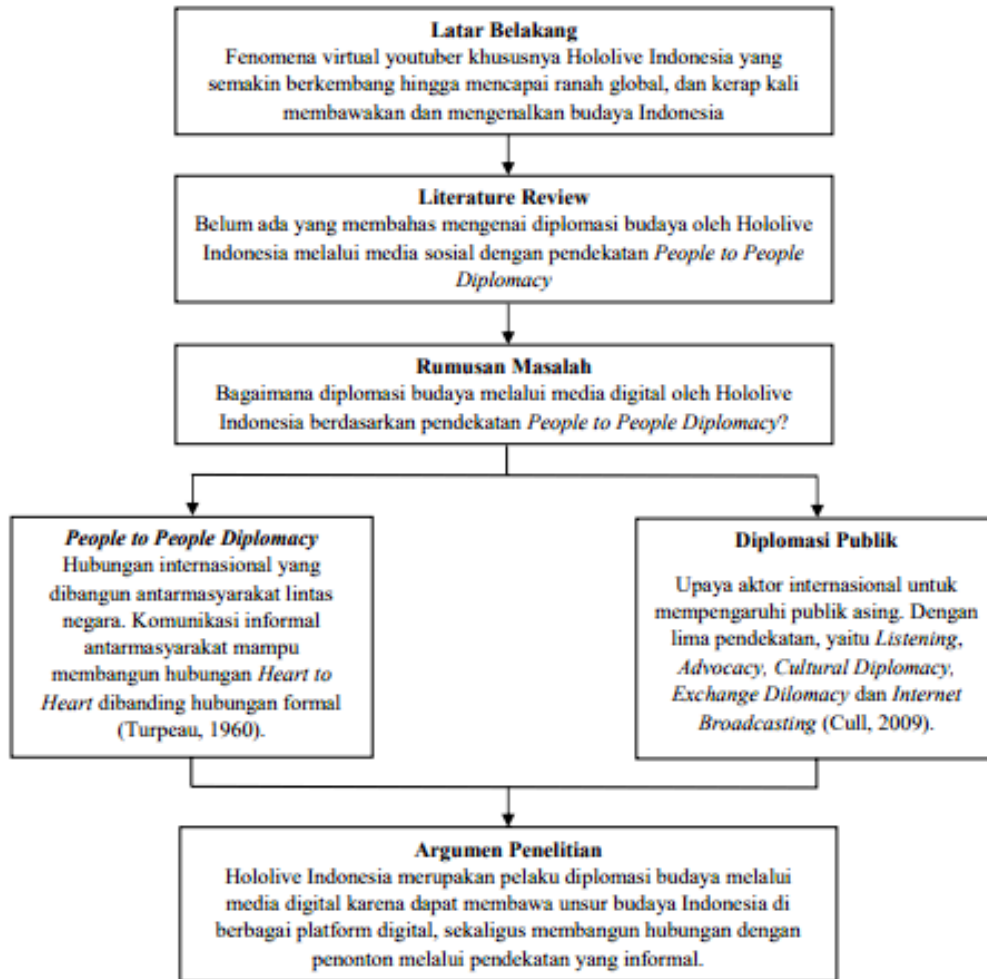
isu atau topik yang menjadi perhatian publik melalui media digital. *Presence-expansion* merujuk pada kemampuan aktor diplomasi untuk memperluas keberadaan (*presence*) dan visibilitasnya di ruang digital sehingga mampu menjangkau audiens yang sebelumnya sulit diakses melalui diplomasi konvensional. Indikator ketiga sekaligus yang paling penting adalah *conversation-generating*, yaitu kemampuan diplomasi digital untuk menciptakan komunikasi dua arah (*two-way communication*) antara aktor diplomasi dan masyarakat. Bjola dan Jiang menegaskan bahwa salah satu kelemahan diplomasi publik tradisional adalah komunikasi yang cenderung berlangsung secara satu arah (*one-way communication*), di mana pemerintah hanya menyampaikan informasi tanpa memperoleh umpan balik dari masyarakat. Media sosial mengubah pola komunikasi tersebut. Diplomasi digital memungkinkan masyarakat memberikan komentar, bertanya, membagikan pengalaman, hingga terlibat dalam diskusi secara langsung dengan akun resmi pemerintah.

Selain Cull, Jan Melissen juga membawakan pandangan mengenai diplomasi “The New public Diplomacy” tahun 2005. Jika pada diplomasi publik tradisional aktivitas diplomasi didominasi oleh pemerintah melalui komunikasi satu arah kepada masyarakat asing, maka *new public diplomacy* menempatkan diplomasi sebagai proses yang lebih terbuka, partisipatif, dan melibatkan berbagai aktor di luar negara. Melissen menjelaskan bahwa diplomasi publik tidak lagi bersifat *state-centric*, melainkan berkembang menjadi aktivitas yang juga dijalankan oleh organisasi internasional, organisasi non-pemerintah (*non-governmental organizations*),

perusahaan multinasional, lembaga budaya, institusi pendidikan, media, hingga individu yang mampu membangun hubungan dengan masyarakat internasional. Dengan demikian, status sebagai aktor diplomasi tidak lagi ditentukan semata-mata oleh kedudukannya sebagai institusi negara, tetapi oleh perannya dalam membangun hubungan lintas masyarakat dan memengaruhi persepsi publik internasional. Selain itu, dijelaskan juga bahwa *people to people contact* merupakan elemen penting dalam diplomasi publik modern karena mampu memperkuat citra, legitimasi, dan daya tarik suatu negara di mata masyarakat internasional (Melissen, 2005).

People to People Diplomacy yang dikemukakan oleh Anne B. Turpeau. Anne B. Turpeau dalam karya nya "*People to People Diplomacy*" pada tahun 1960 menyatakan bahwa *People to people diplomacy* menekankan hubungan internasional yang tidak hanya dibangun melalui interaksi antarpemerintah, tetapi juga melalui hubungan langsung antarmasyarakat lintas negara. Menurut Turpeau, interaksi sosial, budaya, dan emosional antarmasyarakat sering kali lebih efektif dalam membangun kepercayaan, empati, dan saling pengertian dibandingkan diplomasi formal yang bersifat elitis. *People to people diplomacy* berangkat dari asumsi bahwa individu memiliki peran penting dalam menciptakan hubungan internasional yang berkelanjutan. Melalui pertukaran budaya, seni, dan komunikasi informal, masyarakat dapat membangun hubungan "*heart-to-heart*" yang melampaui perbedaan politik dan ideologis. Pendekatan ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan diplomasi resmi, tetapi melengkapinya dengan dimensi sosial dan kultural yang lebih manusiawi (Turpeau, 1960).

Gambar 1.2 Kerangka Berpikir



1.6 Operasionalisasi Konsep

Bagian ini bertujuan untuk menguraikan operasionalisasi konsep guna mempertegas batasan konseptual sekaligus memberikan kejelasan terhadap definisi kerja dari istilah-istilah kunci yang digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan definisi konseptual dan definisi operasional yang menjadi dasar dalam penelitian ini.

Tabel 1.3 Keyword Data Scraping

No	Konsep Utama	Aspek	Konteks	Kata kunci
1.	Diplomasi Publik	Representasi budaya Indonesia melalui konten digital Hololive Indonesia	Penyebaran dan pembentukan persepsi positif terhadap budaya Indonesia kepada audiens internasional melalui YouTube dan media sosial Hololive Indonesia.	"Indonesia", "Indonesian", "bahasa Indonesia", "Indonesian culture", "culture", "tradition", "batik", "wayang", "rendang", "nasi goreng", "sate", "gado-gado", "dangdut", "lagu daerah", "Independence Day", "17 Agustus", "Bhinneka", nama daerah (Jakarta, Bali, Jawa, Sumatera, Kalimantan, Papua, dll.), "local food", "Indonesian food", "visit Indonesia", "Indonesia mentioned"
2.	<i>People to People Diplomacy</i>	Interaksi langsung dan pembentukan kedekatan emosional	Hubungan dua arah (<i>two-way interaction</i>) yang menciptakan saling	"chat", "live chat", "comment", "reply", "thank you", "hello", "where are you from", "love you guys", "miss you", "welcome back",

		antara Hololive Indonesia dan audiens internasional	pengertian, keterlibatan, dan hubungan <i>heart-to-heart</i> antara talent dan penonton melalui media digital.	"family", "community", "support", "learn Indonesian", "I want to visit Indonesia", "I love Indonesia", "fanart", "clip", "translation", "superchat", "viewer request", "Q&A"
--	--	---	--	--

Sumber: Diolah oleh Penulis

I. Definisi Konseptual

1. Diplomasi Publik

Diplomasi sebagai upaya aktor internasional untuk mengelola lingkungan internasional tanpa menggunakan kekerasan. Lebih lanjut, upaya aktor internasional untuk mencapai tujuan tersebut melalui keterlibatan langsung dengan publik asing, bukan hanya dengan pemerintah asing merupakan definisi dari diplomasi publik. Aktor yang dimaksud tidak hanya terbatas pada negara tetapi juga mencakup organisasi internasional, perusahaan multinasional, hingga aktor negara lainnya (Cull, 2009). Cull menyebut terdapat lima pendekatan dalam diplomasi publik menurutnya yaitu *Listening*, *Advocacy*, *Cultural Diplomacy*, *Exchange Diplomacy*, dan *Internet Broadcasting*. Diplomasi publik melibatkan aktor selain negara seperti perusahaan multinasional, media, hingga individu yang dapat membangun hubungan dengan masyarakat internasional (Melissen, 2005).

2. *People to People Diplomacy*

People to people diplomacy merupakan pendekatan yang menitikberatkan pada interaksi interpersonal guna membangun saling pengertian, kepercayaan, dan hubungan emosional lintas budaya. Interaksi langsung antar masyarakat memiliki potensi yang lebih besar dalam membangun hubungan internasional yang berkelanjutan dibandingkan dengan diplomasi tingkat tinggi (Turpeau, 1960). Turpeau mengambil contoh studi kasus tur Howard University Choir di kawasan Amerika Latin. Kegiatan tersebut tidak hanya berupa pertunjukan musik, tetapi juga melibatkan interaksi sosial yang intens, seperti kunjungan antar mahasiswa, kegiatan bersama, serta pertukaran budaya yang berlangsung secara spontan. Pengalaman ini menciptakan apa yang disebut sebagai “*Heart To Heart Diplomacy*”, yaitu hubungan yang dibangun atas dasar empati dan kedekatan emosional, bukan semata-mata kepentingan politik. Musik dalam hal ini berperan sebagai medium universal yang mampu menjembatani perbedaan bahasa, budaya, dan latar belakang sosial. Interaksi *people to people* juga merupakan elemen penting dalam diplomasi publik modern (Melissen, 2005).

II. Definisi Operasional

1. Diplomasi Publik

Diplomasi publik dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai upaya aktor internasional, baik negara maupun non-negara, dalam memengaruhi persepsi, sikap, dan pemahaman publik asing melalui komunikasi tanpa

kekerasan dengan memanfaatkan media dan unsur budaya menurut Melissen. Dalam penelitian ini, diplomasi publik difokuskan pada dua pendekatan utama, yaitu *cultural diplomacy* (diplomasi budaya) dan *international broadcasting* (penyiaran internasional) oleh Cull. Diplomasi budaya diukur melalui penggunaan produk budaya, seperti konten kreatif, bahasa, seni, atau budaya populer, yang disebarluaskan kepada audiens internasional untuk menciptakan daya tarik dan kedekatan emosional. Sementara itu, penyiaran internasional diukur melalui pemanfaatan media komunikasi, khususnya platform digital dan media sosial, dalam menyampaikan informasi, membangun narasi, serta membentuk persepsi publik global. Efektifitas penyiaran internasional didukung oleh pengukuran efektifitas aktor diplomasi melalui konsep diplomasi digital oleh Bjola & Holmes dengan tiga indikator yaitu *agenda-setting*, *presence-expansion*, dan *conversation-generating*. Dengan demikian, diplomasi publik dalam penelitian ini menekankan pada bagaimana budaya dan media digunakan sebagai instrumen utama dalam membangun pengaruh dan citra positif di tingkat internasional.

2. *People to People Diplomacy*

People to people diplomacy dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai bentuk interaksi langsung antarindividu lintas negara yang bertujuan untuk membangun hubungan emosional, kepercayaan, dan saling pengertian tanpa melalui jalur diplomasi formal. Konsep ini diukur melalui intensitas dan kualitas interaksi antarindividu melalui media digital, yang memungkinkan

terjadinya pertukaran budaya, nilai, dan pengalaman sosial. Selain itu, pendekatan ini juga dilihat dari kemampuan interaksi tersebut dalam menciptakan kedekatan emosional atau *heart to heart diplomacy*, yang ditandai dengan munculnya empati, rasa saling memahami, serta hubungan yang berkelanjutan antarindividu dari latar belakang budaya yang berbeda. Peran aktor non-negara, seperti individu, komunitas, atau kelompok sosial, menjadi indikator penting dalam konsep ini, karena mereka bertindak sebagai pelaku utama dalam membangun hubungan internasional yang lebih inklusif dan berbasis pada hubungan manusiawi.

1.7 Argumen Penelitian

Penelitian ini berangkat dari transformasi besar dalam praktik hubungan internasional akibat perkembangan teknologi digital yang memungkinkan diplomasi tidak lagi bersifat eksklusif milik aktor negara, melainkan semakin terbuka bagi keterlibatan aktor non-negara melalui ruang komunikasi global yang interaktif dan partisipatif. Dalam konteks ini, penelitian berargumen bahwa Hololive Indonesia sebagai agensi *virtual youtuber* dapat berfungsi sebagai aktor non-negara yang menjalankan diplomasi budaya digital Indonesia melalui pendekatan *people to people diplomacy*, dengan memanfaatkan platform seperti YouTube dan media sosial untuk tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga memperkenalkan unsur budaya Indonesia kepada audiens internasional secara santai dan mudah diterima. Melalui kerangka diplomasi publik, interaksi yang terbangun bersifat dua arah dan *real-time*, di mana

fitur seperti *live streaming* dan *live chat* memungkinkan terjadinya komunikasi langsung antara kreator dan penonton dari berbagai negara, sehingga audiens tidak hanya menjadi penerima pesan tetapi juga partisipan aktif dalam pertukaran budaya. Lebih jauh, dalam perspektif *people to people diplomacy*, hubungan yang terjalin antara *virtual youtuber* dan penonton mencerminkan interaksi lintas masyarakat yang informal namun berkelanjutan, ditandai dengan kedekatan emosional yang terbentuk melalui komunikasi rutin, humor, dan interaksi personal, yang pada akhirnya mendorong munculnya ketertarikan, empati, dan pemahaman terhadap budaya Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa fenomena *virtual youtuber*, khususnya Hololive Indonesia, menunjukkan bahwa diplomasi budaya di era digital dapat dijalankan secara efektif oleh aktor non-negara melalui interaksi digital berbasis komunitas yang partisipatif, sehingga mampu membangun citra positif Indonesia dan memperluas jangkauan promosi budaya nasional secara lebih fleksibel, informal, dan berkelanjutan.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif merupakan metodologi penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Bongdan dan Taylor, 2020). Penelitian ini berfokus kepada pemahaman makna, proses, interaksi sosial, serta bentuk pengaruh budaya dalam ruang digital, sehingga

pendekatan kualitatif dipilih karena dapat menggambarkan fenomena sosial dan komunikasi digital secara komprehensif.

1. Tipe Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksploratif dan deskriptif. Pendekatan eksploratif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mengeksplorasi atau menggali suatu fenomena yang masih baru, belum banyak diteliti, atau belum memiliki banyak referensi akademik (Sakyi et al., 2020). Pada penelitian ini, pendekatan eksploratif digunakan untuk menggali pemahaman baru mengenai peran *virtual youtuber* sebagai aktor diplomasi budaya yang belum banyak dikaji secara mendalam, khususnya dalam konteks Hololive Indonesia.

2. Situs Penelitian

Situs penelitian merupakan lokasi atau tempat dimana proses pengumpulan data penelitian dilakukan. Jenis lokasi dapat berupa tempat fisik seperti kantor dan sekolah hingga berupa non-fisik atau ruang maya seperti media sosial (Neyman, 2014). Pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat penting karena dapat mempengaruhi kualitas data dan hasil penelitian. Penelitian ini akan mengambil lokasi non-fisik atau ruang maya yaitu media sosial seperti Youtube, Twitter, dan Instagram.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian (Idrus,

2009). Subjek utama penelitian kali ini adalah Hololive Indonesia sebagai aktor diplomasi budaya. Selain itu akan dilakukan juga wawancara kepada penonton atau penikmat konten Hololive Indonesia.

4. Jenis Data

Jenis data dapat dibagi menjadi dua kategori utama yaitu data kualitatif dan kuantitatif (Sutriyanti & Muspawi, 2024). Data Kualitatif merupakan jenis data yang bersifat deskriptif dan tidak berbentuk angka, tetapi berupa narasi, kata-kata, atau simbol. Jenis Data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah data kualitatif berupa teks, artikel jurnal, dokumen resmi, berita dan media kredibel, data audio dari hasil wawancara, konten-konten digital, hingga komen penonton atau penikmat konten.

5. Sumber Data

Data Primer merupakan sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam proses penelitian. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Artinya, data ini tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti melainkan dari sumber yang telah ada sebelumnya, seperti dokumen, literatur, atau data yang dikumpulkan oleh pihak lain (Sulung & Muspawi, 2024). Data primer diperoleh melalui observasi terhadap konten digital yang diproduksi oleh Hololive Indonesia khususnya video dan siaran langsung (*live streaming*) yang diunggah di platform Youtube, dan wawancara kepada narasumber yaitu penonton atau penikmat konten Hololive Indonesia. Observasi dilakukan

dengan menganalisis isi konten yang berkaitan dengan unsur budaya Indonesia, seperti penggunaan bahasa Indonesia atau bahasa daerah, penyebutan makanan khas Indonesia, pembawaan lagu daerah, serta referensi terhadap budaya dan tradisi lokal. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, laporan penelitian, serta sumber daring yang relevan dengan topik diplomasi digital, diplomasi budaya, *people to people diplomacy*, dan fenomena *virtual youtuber*.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk menghimpun data (Putri & Murhayati, 2025) Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara berikut:

a. Studi Literatur

Studi literatur dapat diartikan sebagai upaya untuk mengumpulkan data penting mengenai suatu subjek atau isu (Febrianto, Siroj, & Hartatiana, 2024). Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai sumber akademik seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan diplomasi digital, diplomasi budaya, *people to people diplomacy*, serta fenomena *virtual youtuber*.

b. Observasi

Observasi merupakan proses pengumpulan data langsung dari lapangan yang dilakukan peneliti dengan melihat dan memperhatikan keadaan lapangan/subjek penelitian guna mendapatkan data fenomena yang terjadi secara nyata (Putri & Murhayati, 2024). Peneliti melakukan observasi terhadap konten video dan *live streaming* yang diproduksi oleh anggota Hololive Indonesia. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi unsur-unsur budaya Indonesia yang disampaikan dalam konten tersebut serta melihat bagaimana interaksi antara *virtual youtuber* dan penonton berlangsung.

c. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (narasumber) melalui komunikasi langsung (Putri & Murhayati, 2024). Wawancara dilakukan kepada penonton atau penikmat konten Hololive Indonesia dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pandangan penonton pada interaksi antar Hololive Indonesia dan penonton.

d. Dokumentasi

Dokumentasi berarti tata cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada (Putri & Murhayati, 2024). Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar, transkrip percakapan dalam *live chat*, serta data statistik platform

YouTube seperti jumlah penonton, komentar, dan jumlah pelanggan (*subscriber*) yang dapat menunjukkan jangkauan audiens internasional.

e. Scraping Data

Peneliti memanfaatkan platform Apify sebagai alat bantu scraping data Youtube. Apify digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai komentar dari platform Youtube yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh melalui proses scraping kemudian diseleksi sesuai dengan kriteria penelitian dan digunakan sebagai dasar dalam proses observasi serta klasifikasi tema konten. Penggunaan Apify dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat bantu pengumpulan data digital dan tidak menggantikan proses analisis yang tetap dilakukan secara manual oleh peneliti melalui observasi terhadap isi konten video

7. Analisis dan Interpretasi Data

Metode analisis dan interpretasi data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode *Content analysis* (Analisis Konten). Menurut White and Marsh, metode analisis konten ini adalah metode yang bisa digunakan baik dalam penelitian kualitatif maupun kuantitatif, untuk menganalisis tulisan secara sistematis serta dokumentasi verbal maupun visual (Wilson, 2011, 1). Konten yang akan dianalisis bisa berasal dari berbagai macam sumber, seperti jurnal, video, gambar, siaran langsung, hingga komentar dari berbagai media platform. Dalam konteks penelitian ini, konten yang akan dianalisis merupakan konten yang diproduksi oleh agensi

dan talent Hololive Indonesia dalam konteks diplomasi budaya digital yang berfokus pada elemen budaya Indonesia serta interaksi antara *virtual youtuber* dan audiens internasional.

Proses analisis data dimulai dengan reduksi data, yaitu menyeleksi dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi konten yang mengandung unsur budaya Indonesia, seperti penggunaan bahasa daerah, penyebutan makanan khas, pembawaan lagu tradisional, serta referensi terhadap adat dan kebiasaan lokal. Selain itu peneliti juga menyeleksi bentuk interaksi antara *virtual youtuber* dan penonton, seperti komunikasi melalui *live chat*, komentar, serta respons langsung dalam siaran.

Selanjutnya, data yang telah direduksi akan masuk ke tahap kategorisasi dan penyajian data. Pada tahap ini, data diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori analisis, antara lain: pertama adalah bentuk representasi budaya Indonesia dalam konten, kedua merupakan media dan cara penyampaian budaya, ketiga intensitas dan bentuk interaksi dengan penonton, serta terakhir respons audiens internasional terhadap konten budaya tersebut. Data yang telah dikategorikan kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif naratif agar memudahkan dalam memahami pola dan kecenderungan yang muncul.

Tahap berikutnya adalah interpretasi data, yaitu proses pemberian makna terhadap temuan penelitian dengan mengaitkannya pada kerangka teori yang digunakan, yaitu diplomasi publik dan *people to people diplomacy*. Dalam

konteks diplomasi publik, interpretasi dilakukan dengan melihat bagaimana media digital memungkinkan Hololive Indonesia berperan sebagai aktor non-negara dalam menyebarkan budaya Indonesia secara global melalui komunikasi yang bersifat interaktif dan *real-time*. Sementara itu, dalam perspektif *people to people diplomacy*, interpretasi difokuskan pada bagaimana interaksi antara *virtual youtuber* dan penonton membentuk hubungan sosial yang bersifat personal, partisipatif, dan lintas negara, sehingga dapat menciptakan pemahaman budaya yang lebih mendalam.

Melalui proses analisis dan interpretasi ini, penelitian berupaya untuk menjelaskan bagaimana Hololive Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai penyedia hiburan digital, tetapi juga sebagai agen diplomasi budaya yang efektif dalam membangun citra positif Indonesia di mata publik internasional. Hasil analisis ini diharapkan mampu menunjukkan keterkaitan antara konten digital, interaksi audiens, serta peran *virtual youtuber* dalam praktik diplomasi budaya berbasis teknologi digital.

8. Kualitas Data

Seluruh data dan bukti yang terdapat dalam penelitian ini berasal dari sumber-sumber yang valid, berkualitas, terpercaya, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini dapat terbukti dengan pencantuman referensi di bagian daftar pustaka dan lampiran dokumentasi hasil wawancara.