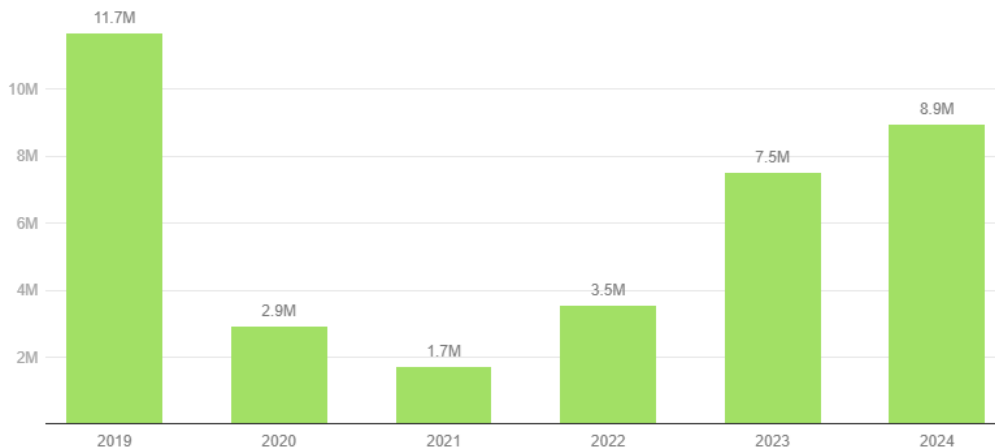


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi dan revolusi digital telah mengubah lanskap mobilitas Indonesia pada perjalanan ke luar negeri secara signifikan. Warga Negara Indonesia (WNI) kini memiliki akses yang lebih luas untuk melakukan perjalanan ke luar negeri. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa WNI melakukan perjalanan ke luar negeri mencapai 8,9 juta pada tahun 2024. Jumlah perjalanan ke luar negeri tersebut merupakan perjalanan tertinggi dalam lima tahun terakhir, namun masih dibawah capaian sebelum pandemi tahun 2019 yang mencapai 11,7 juta perjalanan. Angka 8,9 juta perjalanan WNI ke luar negeri pada 2024 lebih tinggi 18,99 persen dibandingkan tahun 2023 Badan Pusat Statistik mencatat 7,47 juta perjalanan (Abdurrahman, 2025).



Gambar 1.1 Data Perjalanan WNI Ke Luar Negeri
(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Berdasarkan wawancara peneliti yang dilakukan pada tanggal 10 Desember 2024 melalui *zoom meeting* dengan Direktorat Perlindungan WNI diwakili oleh Darius Erlangga sebagai Diplomat Ahli Madya dan Mentari Queen Glosstya sebagai Pranata Informasi Diplomatik Ahli Pertama, database per November 2024 jumlah WNI sebesar 2.694.999 yang tercatat di luar negeri berdasarkan data lapor diri. Peningkatan mobilitas tersebut membawa tantangan baru dalam hal perlindungan dan keamanan WNI di luar negeri. WNI yang melakukan perjalanan ke luar negeri, antara lain mereka yang menetap secara permanen dengan tujuan pekerjaan, tinggal sementara untuk menempuh pendidikan maupun yang bepergian hanya untuk tujuan wisata.

Seiring dengan meningkatnya mobilitas global, kebutuhan akan informasi yang akurat dan cepat mengenai keamanan dan keselamatan saat bepergian menjadi semakin penting. Untuk menghadapi situasi seperti ini, diperlukan adanya komunikasi yang efektif dan responsif dalam memastikan keselamatan dan kesejahteraan WNI (YUD, 2018).

Menghadapi tantangan ini, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Luar Negeri (Kemlu) Republik Indonesia mengembangkan suatu aplikasi sebagai solusi inovatif untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Nama aplikasi tersebut *safe travel* yang merupakan aplikasi yang dirancang untuk memberikan informasi dan layanan perlindungan bagi WNI yang berada di luar negeri. Aplikasi ini menyediakan fitur seperti informasi negara tujuan, lapor diri, dan layanan konsuler digital.

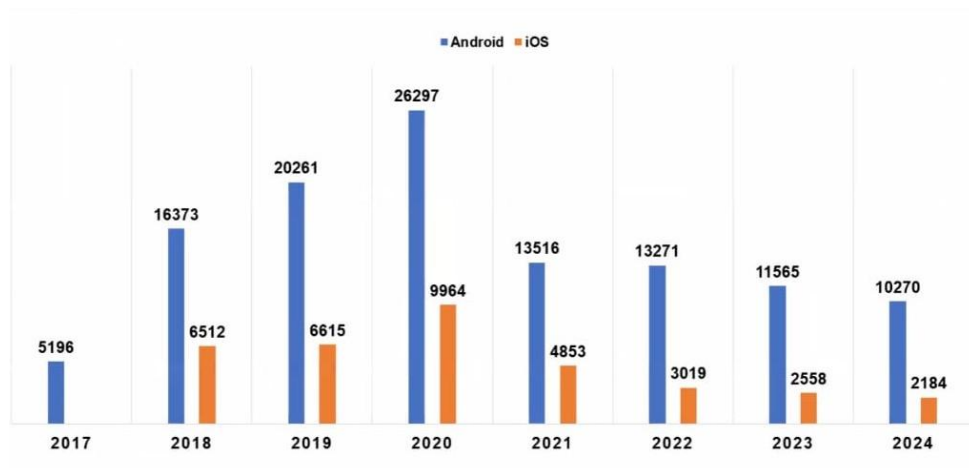
Pemanfaatan aplikasi *safe travel* merepresentasikan pergeseran paradigma dalam diplomasi Indonesia, khususnya dalam konteks diplomasi digital. Philip Seib mendefinisikan diplomasi digital sebagai pengembangan dari diplomasi publik yang menggabungkan komunikasi langsung melalui platform digital dan media sosial untuk membangun hubungan yang lebih dekat. Diplomasi digital menurut Seib bukan hanya tentang mengirim pesan, tetapi juga melibatkan dialog dua arah, dalam hal ini antara pemerintah Indonesia yang dimaksud melalui Kemlu dengan WNI yang berada di luar negeri. Hal ini *safe travel* menjadi instrumen kunci dalam upaya perlindungan WNI melalui pendekatan diplomasi digital yang inovatif (Seib, 2012).

Diplomasi digital merupakan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung tujuan diplomatik dan pelayanan konsuler. Aplikasi *safe travel* merupakan salah satu contoh dari diplomasi digital yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur penting, seperti informasi tentang kondisi keamanan di negara tujuan, lokasi perwakilan diplomatik terdekat, dan layanan bantuan darurat. Adanya aplikasi ini, diharapkan WNI dapat merasa lebih aman dan terlindungi saat berada di luar negeri (Wisnubro, 2018).

Asal mula hadirnya aplikasi *safe travel* ketika peristiwa gempa bumi yang terjadi di Nepal pada tahun 2015. Pada saat itu, pemerintah Indonesia menghadapi kesulitan karena tidak memiliki data pasti mengenai jumlah WNI yang berada di wilayah tersebut ataupun potensi yang menjadi korban. Hal tersebut disebabkan oleh WNI yang tidak melaporkan diri, sehingga

pemerintah Indonesia merasa kesulitan untuk melacak keberadaan WNI yang berada di Nepal dan ditahun yang sama pemerintah Indonesia juga harus mengevakuasi WNI saat konflik terjadi di Yaman (Dwikardana et al., 2017).

Sehingga di tahun 2018, Kemlu secara resmi meluncurkan aplikasi *safe travel* versi lengkap yang dapat diakses oleh pengguna *smartphone* berbasis *android* dan *iOS*. Terdapat banyak hal dan dapat dimanfaatkan dari aplikasi ini, namun keberhasilannya masih menjadi tugas dan tanggung jawab pemerintah.



Gambar 1.2 Data Unduhan Aplikasi *Safe Travel*
(Sumber: Direktorat Perlindungan WNI)

Sejak diluncurkan secara resmi pada tahun 2018, aplikasi *safe travel* menunjukkan tren peningkatan jumlah unduhan, baik di platform android maupun iOS. Pada tahun 2018, jumlah unduhan mencapai 16.373 untuk android dan 6.512 untuk iOS. Jumlah tersebut terus meningkat, dengan puncaknya terjadi pada tahun 2020, yaitu 26.297 unduhan android dan 9.964 unduhan iOS, seiring meningkatnya kebutuhan akan perlindungan informasi

bagi WNI di tengah pandemi global. Namun setelah itu, terjadi penurunan jumlah unduhan secara bertahap. Pada tahun 2024, jumlah unduhan menurun menjadi 10.270 untuk android dan 2.184 untuk iOS.

Dari jumlah tersebut masih belum mencerminkan seluruh potensi pengguna di kalangan WNI yang melakukan perjalanan ke luar negeri sehingga kondisi inilah yang juga menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah Indonesia khususnya Kemlu dalam upaya mendorong WNI untuk menggunakan dan memanfaatkan aplikasi ini secara optimal.

Menanggapi hal ini, Kemlu memandang penggunaan aplikasi *safe travel* sebagai suatu yang sangat penting bagi WNI yang melakukan perjalanan ke luar negeri. Melalui aplikasi ini, pemerintah dapat memberikan perlindungan, memantau lokasi serta memberikan bantuan cepat saat terjadi keadaan darurat. Disamping itu, Menteri Luar Negeri Retno Marsudi menegaskan bahwa aplikasi *safe travel* merupakan bentuk kehadiran negara untuk melindungi WNI di luar negeri, khususnya dalam kondisi darurat atau saat terjadi bencana. *Safe travel* dianggap sebagai alat penting untuk mendeteksi potensi risiko dini dan memberikan respons cepat terhadap permasalahan yang dihadapi oleh WNI (Kurmala, 2018).

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti bersama Direktorat Perlindungan WNI, menyampaikan bahwa aplikasi *safe travel* seharusnya menjadi suatu keharusan bagi setiap WNI yang bepergian ke luar negeri. Hal ini tidak hanya sebagai bentuk partisipasi dalam perlindungan diri, tetapi juga mempermudah pemerintah dalam memberikan layanan konsuler dan respons

cepat saat terjadi keadaan darurat. Akan tetapi hingga saat ini, Kemlu belum menetapkan penggunaan aplikasi *safe travel* sebagai kewajiban hukum atau aturan wajib yang diikuti oleh WNI yang bepergian ke luar negeri. Namun, Kemlu sangat menganjurkan *strong encourage*, setiap WNI untuk mengunduh dan menggunakan aplikasi ini demi keamanan dan kemudahan akses layanan perlindungan.

Wujud penerapan diplomasi digital dalam perlindungan WNI yang lebih mudah diterima yaitu bersifat satu arah, dalam hal ini WNI hanya perlu menerima aksi tanpa perlu memberikan reaksi. Namun, menurut Philip Seib sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa diplomasi digital melibatkan dialog dua arah. Hal ini dalam penggunaan aplikasi *safe travel* bersifat *two-way* yang menitikberatkan keaktifan dari dua pihak yaitu pemerintah melalui Kemlu dan WNI yang memandang perlu adanya aksi dan reaksi. Sehingga manfaat dari diplomasi digital akan lebih terasa apabila diterapkan secara dua arah, dimana kedua belah pihak yang terlibat memiliki tekad dan pemahaman yang sama akan pentingnya perlindungan WNI di luar negeri.

Namun dalam praktiknya, penerapan perlindungan WNI berbasis teknologi masih menghadapi tantangan, terutama karena keberhasilannya memerlukan partisipasi aktif dari kedua belah pihak, baik WNI maupun pemerintah. Pada kenyataannya, banyak WNI yang berada di luar negeri atau hendak bepergian ke luar negeri memiliki latar belakang yang beragam dan pemahamannya terhadap teknologi digital umumnya masih terbatas pada penggunaan media sosial. Belum mencapai tingkat literasi digital yang

memadai untuk mengenali dan memanfaatkan teknologi digital lainnya yang sebenarnya dapat digunakan untuk mendukung perlindungan dirinya di luar negeri.

Seperti yang dialami WNI bernama Tiga Setia Gara menjadi korban penganiayaan kekerasan dalam rumah tangga oleh suaminya yang seorang warga negara Amerika Serikat. Tiga sudah berusaha menghubungi kepolisian Amerika Serikat namun tidak mendapat respons tanggapan. Karena itu Tiga meminta bantuan melalui unggahan akun media sosial *instagramnya*. Dalam unggahannya dia mengatakan tolong siapapun yang nonton ini hubungi *Embassy* Indonesia, Tiga merasa gagap teknologi dan tidak tahu harus bagaimana (Suhartono, 2019).

Kejadian lainnya dialami tenaga kerja Indonesia di Brunei Darussalam yang bernama Sofia. Sofia yang telah bekerja selama lebih dari sepuluh tahun, lebih memilih metode pelaporan diri secara konvensional dengan mendatangi langsung kantor perwakilan RI setempat. Dalam situasi darurat atau berbahaya, Sofia lebih mengandalkan cara lama yaitu menghubungi keluarganya di Indonesia. Hal serupa juga terjadi pada Benny Rypida, seorang WNI yang sedang menempuh pendidikan di Korea Selatan. Benny hanya melakukan pelaporan diri hanya sekali saat pertama kali tiba di Korea Selatan pada tahun 2017. Meskipun Benny sudah beberapa kali bolak-balik ke Indonesia, Benny tidak lagi memperbarui lapor dirinya. Pada praktiknya pelaporan ini merupakan langkah penting untuk memperoleh akses perlindungan dari pemerintah (Dwikardana et al., 2018).

Dari pengalaman WNI diatas, jika saja tersampaikan dengan baik bahwa ada *platform* digital yaitu aplikasi *safe travel* dan diunduh oleh semua WNI yang berada di luar negeri, maka kasus seperti WNI Tiga yang gagap teknologi sehingga sulit menghubungi siapapun di saat dalam keadaan kritis. Ataupun TKI Sofia yang melalui alur prosedur panjang yang terlebih dahulu menghubungi keluarga di Indonesia, kemudian laporan diteruskan keluarga ke pemerintah.

Namun, tak semuanya WNI kurang literasi digital, masih ada yang menganggap bahwa teknologi itu penting di era digital saat ini. Seperti kasus eksploitasi di salah satu kapal Taiwan yang dialami oleh WNI sebut saja Namanya 'SP' yang bekerja sebagai kapten kapal di tahun 2018 namun selang setahun bekerja merasa curiga dengan kapal tersebut yang melakukan bongkar muatan di tengah laut dan saat bongkar muatan SP bersama rekan kerjanya dipaksa untuk masuk ke dalam kamar dan dikuncikan dari luar (Michaella, 2019).

Sebelumnya dokumen-dokumen beserta *handphone* SP diambil paksa dan direset oleh awak kapal sehingga tidak bisa terhubung dengan internet. Di suatu waktu SP berhasil kabur saat kapal bersandar di wilayah Penang dan menggunakan kesempatan tersebut dengan membeli kartu ponsel Malaysia dan menginstal aplikasi *safe travel*. Setelahnya SP langsung menekan fitur tombol darurat dan terhubung dengan perwakilan yang terdekat yaitu KJRI Penang. Kemudian, KJRI Penang berhasil mengunjungi tempat penahanan kapal dan memeriksa isi kapal. Sebelum mengunjungi lokasi kapal, KJRI

Penang melaporkan kasus SP kepada kepolisian maritim Malaysia, sehingga kepolisian maritim Malaysia dan pihak berwenang lainnya mengeledah kapal dan menginterogasi awak kapal (Michaela, 2019).

Selain itu, ada beberapa kasus yang terdeteksi melalui aplikasi *safe travel* diantaranya evakuasi WNI dari Ukraina yang terjadi ketika konflik Rusia dan Ukraina meningkat pada awal tahun 2022, aplikasi *safe travel* memainkan perannya dalam mendeteksi dan koordinasi evakuasi WNI dari Ukraina, WNI yang berada di Ukraina menggunakan aplikasi ini untuk melaporkan keberadaan dan kondisi mereka, yang membantu Kemlu dalam merencanakan evakuasi secara bertahap dari beberapa kota di Ukraina (Indonesia, 2022).

Selain itu juga, saat gempa bumi besar melanda Turki pada tahun 2023, aplikasi *safe travel* digunakan oleh WNI yang berada di Turki untuk melaporkan keadaan mereka dan meminta bantuan darurat. Informasi yang diperoleh melalui aplikasi ini membantu KBRI Ankara untuk mengidentifikasi lokasi WNI yang membutuhkan bantuan dan menyalurkan bantuan dengan cepat (Indonesia, 2023).

Meskipun aplikasi *safe travel* diluncurkan dan telah diimplementasikan, masih terdapat tantangan signifikan dalam optimalisasi pemanfaatannya. Salah satu isu utamanya adalah kesadaran dan pemahaman WNI terdapat fungsi dan manfaat aplikasi ini. Manajemen komunikasi dalam pemanfaatan aplikasi *safe travel* menjadi aspek krusial dalam diplomasi digital yang perlu dioptimalkan. Komunikasi yang efektif antara pemerintah dan WNI dapat meningkatkan rasa aman dan kepercayaan. Dalam situasi krisis, informasi

yang cepat dan akurat sangat diperlukan untuk mengurangi risiko dan memberikan bantuan yang diperlukan. Aplikasi *safe travel* memungkinkan pemerintah untuk menyebarkan informasi penting secara *real-time*, seperti peringatan dini bencana, instruksi evakuasi, atau perkembangan situasi keamanan.

Peran teknologi dalam diplomasi digital tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi satu arah, tetapi juga mencakup interaksi dua arah antara pemerintah dan WNI. Aplikasi *safe travel* dirancang untuk memungkinkan WNI melaporkan keberadaan dan kondisi mereka, serta mengajukan pertanyaan atau meminta bantuan secara langsung. Fitur-fitur ini menjadikan aplikasi *safe travel* sebagai *platform* yang interaktif dan responsif. Hal ini sejalan dengan prinsip *good governance* seperti transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas (Dharossa & Rezasyah, 2020).

Namun, implementasi aplikasi *safe travel* tidak terlepas dari berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah menjamin bahwa informasi yang tersedia selalu mutakhir dan akurat. Oleh karena itu diperlukan sinergi yang kuat antara berbagai lembaga terkait di dalam negeri dan di luar negeri untuk mendapatkan data yang relevan dan terpercaya. Infrastruktur teknologi yang memadai juga menjadi faktor penting dalam mendukung operasional aplikasi ini.

Selain itu, literasi digital masyarakat juga menjadi faktor penentu keberhasilan aplikasi *safe travel*. Tidak semua WNI memiliki akses atau pemahaman yang baik tentang teknologi digital. Oleh karena itu, pemerintah

perlu melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya penggunaan aplikasi ini dan cara mengoptimalkannya. Perlu adanya pemahaman yang baik, WNI dapat memanfaatkan aplikasi ini secara maksimal untuk mendapatkan perlindungan dan bantuan yang dibutuhkan.

Pengembangan dan implementasi aplikasi *safe travel* merupakan langkah strategis dalam manajemen komunikasi dan diplomasi digital di era modern. Melalui aplikasi ini, pemerintah Indonesia berupaya untuk memberikan perlindungan yang lebih baik bagi warganya yang berada di luar negeri. Penelitian ini akan mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana implementasi manajemen komunikasi dalam pemanfaatan aplikasi *safe travel* dapat ditingkatkan untuk mendukung diplomasi digital yang efektif dan responsif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin menganalisis dengan judul sebagai berikut:

“Implementasi Manajemen Komunikasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia Dalam Pemanfaatan Aplikasi *Safe Travel* Indonesia”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

- 1) Bagaimana manajemen komunikasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam pemanfaatan aplikasi *safe travel* untuk melindungi WNI di luar negeri?

2) Bagaimana *safe travel* mendukung diplomasi digital Indonesia di era digital?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang ada, maka dilakukan dengan tujuan :

- 1) Menganalisis manajemen komunikasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam pemanfaatan aplikasi *safe travel* untuk melindungi WNI di luar negeri.
- 2) Menganalisis *safe travel* mendukung diplomasi digital Indonesia di era digital.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis maupun akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan, informasi dan data dalam bidang ilmu komunikasi tentang implementasi manajemen komunikasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam pemanfaatan aplikasi *Safe Travel* untuk melindungi WNI di era digital.

2. Kegunaan praktis

- a) Diharapkan dapat memberikan pengetahuan, wawasan yang luas, dan pemahaman yang lebih terperinci tentang implementasi manajemen komunikasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam pemanfaatan aplikasi *safe travel* untuk melindungi WNI di luar negeri.

- b) Diharapkan dapat menjadi informasi bagi pihak-pihak terkait dengan lingkup penelitian yang diteliti serta bagi masyarakat yang membutuhkan informasi tentang implementasi manajemen komunikasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam pemanfaatan aplikasi *safe travel*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berperan sebagai landasan referensi teoritis bagi penelitian berikutnya. Studi sebelumnya dapat dijadikan rujukan yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti artikel ilmiah maupun situs resmi yang kredibel. Dalam bagian ini, peneliti akan menguraikan hasil temuan dan metode yang digunakan dalam penelitian tersebut. Selain berfungsi sebagai referensi, penelitian terdahulu juga berguna untuk mencegah terjadinya duplikasi topik penelitian. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan, diantaranya:

1. Penelitian yang berjudul **“Diplomasi Digital dan Implementasi Aplikasi Safe Travel Di Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia”**. Penelitian ini ditulis oleh Binar Dyah Radiananti pada tahun 2021, dengan membahas peran diplomasi digital dalam konteks implementasi aplikasi *safe travel* yang dikelola Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Radiananti mengulas bagaimana teknologi digital digunakan sebagai alat untuk meningkatkan efektivitas diplomasi dan melindungi warga negara Indonesia (WNI) di luar negeri. Penelitian ini juga menjelaskan konsep diplomasi digital, dimana teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan oleh negara untuk menjalankan fungsi diplomatiknya. Melalui aplikasi *safe travel* diperkenalkan sebagai inovasi untuk memberikan informasi dan perlindungan kepada WNI yang berada di luar negeri. Radiananti menggarisbawahi bahwa aplikasi ini

dirancang untuk memperkuat kemampuan pemerintah dalam merespons situasi krisis yang dihadapi WNI terutama dalam kondisi darurat seperti bencana alam atau konflik. Radiananti juga membahas tantangan yang dihadapi dalam implementasi aplikasi ini, termasuk masalah teknis, keterbatasan infrastruktur digital dan kesadaran pengguna. Upaya edukasi dan sosialisasi aplikasi kepada masyarakat luas menjadi fokus penting dalam penelitian ini untuk memastikan penggunaannya efektif. Hasil dari penelitian ini menyoroti beberapa keberhasilan dari pengguna aplikasi *safe travel*, seperti peningkatan responsibilitas dan efisiensi layanan konsuler. Adapun evaluasi berkelanjutan dan pembaruan fitur aplikasi disarankan untuk terus menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna dan perkembangan teknologi.

2. Penelitian yang berjudul **“Upaya Perlindungan WNI Oleh Pemerintah Indonesia Melalui Pendekatan Diplomasi Digital (2014-2019)”** pada tahun 2021 yang ditulis oleh Tryas Dharossa dan Teuku Rezasyah membahas berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam melindungi warga negara Indonesia (WNI) di luar negeri melalui pendekatan diplomasi digital selama periode 2014-2019. Tryas Dharossa dan Teuku Rezasyah memberikan analisis mendalam tentang bagaimana pemerintah mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas diplomasi dan layanan konsuler. Penelitian ini menjelaskan konteks global dimana diplomasi digital menjadi semakin penting. Sehingga dengan meningkatnya mobilitas internasional dan kompleksitas hubungan antarnegara, diplomasi digital menjadi alat

strategis untuk perlindungan warga negara di luar negeri. Khususnya, pemerintah Indonesia dalam periode 2014-2019 mulai memperkuat infrastruktur digital dan mengembangkan berbagai inisiatif untuk meningkatkan layanan konsuler. Penelitian ini juga membahas tantangan yang dihadapi dalam implementasi diplomasi digital, termasuk kendala teknis, kurangnya infrastruktur di beberapa negara tujuan, serta tantangan dalam edukasi dan sosialisasi kepada WNI. Dalam penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa masalah keamanan data dan privasi sebagai isu yang perlu diperhatikan dalam pengembangan layanan digital.

3. Penelitian yang berjudul “**Indonesia’s Digital Diplomacy: Problems and Challenges**” pada tahun 2018 yang ditulis oleh Ludiro Madu membahas tantangan yang dihadapi oleh diplomasi digital Indonesia serta berbagai masalah yang muncul dalam penerapan strategi ini. Penelitian ini juga membahas bagaimana Indonesia mengadopsi teknologi digital untuk mendukung tujuan diplomasi, serta hambatan-hambatan yang menghalangi keberhasilan inisiatif tersebut. Penelitian ini menjelaskan diplomasi digital sebagai bentuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh negara untuk mencapai tujuan diplomatiknya. Ludiro Madu menyoroti bagaimana Indonesia telah mulai mengintegrasikan teknologi digital dalam berbagai aspek diplomasi, termasuk komunikasi dengan warga negara di luar negeri dan penyebaran informasi internasional. Beberapa inisiatif digital yang diluncurkan oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia, termasuk portal informasi konsuler, aplikasi Safe Travel, dan penggunaan media sosial

untuk diplomasi publik. Hasil penelitian tersebut mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang dihadapi dalam implementasi diplomasi digital di Indonesia. Tantangan ini meliputi keterbatasan infrastruktur digital, masalah keamanan siber, serta keterbatasan sumber daya manusia yang terlatih dalam teknologi informasi.

Dari ketiga penelitian terdahulu, perbedaan dengan penelitian peneliti berfokus secara khusus implementasi manajemen komunikasi dalam pemanfaatan aplikasi *safe travel*. Perspektif yang digunakan bukan hanya melihat *safe travel* sebagai alat diplomasi, tetapi lebih mengeksplorasi bagaimana komunikasi dikelola secara internal oleh Kementerian Luar Negeri maupun eksternal kepada pengguna yaitu WNI di luar negeri. Fokus penelitian bagaimana proses komunikasi dirancang, dijalankan dan dikelola oleh pihak-pihak terkait dalam rangka menyampaikan informasi, membangun hubungan komunikasi dengan pengguna aplikasi serta mendukung efektivitas perlindungan WNI di luar negeri.

B. Kajian Konsep

1. Implementasi

1.1 Pengertian Implementasi

Konsep implementasi merujuk pada tahap dimana rencana, kebijakan, atau strategi yang telah dirancang mulai diterapkan dalam praktek. Implementasi merupakan jembatan antara perencanaan dan hasil akhir, dan sering kali dianggap sebagai salah satu langkah krusial dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan

Implementasi merupakan langkah utama dalam menentukan suatu kebijakan. Menurut Edwards III, tanpa implementasi yang efektif, keputusan yang diambil oleh pembuat kebijakan tidak akan terlaksana secara optimal. Implementasi kebijakan merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan setelah arahan resmi dari kebijakan yang mencakup pengelolaan berbagai masukan untuk menghasilkan keluaran atau dampak bagi masyarakat.

Menurut James E. Anderson mendefinisikan implementasi sebagai tahap dalam proses kebijakan dimana keputusan kebijakan diterjemahkan menjadi tindakan nyata. James menekankan bahwa implementasi merupakan kunci untuk memastikan bahwa kebijakan dapat berfungsi secara efektif (Anderson, 1979). Lain halnya, K.C. Davis dalam "*Introduction to Organizational*" mendefinisikan implementasi sebagai proses dimana rencana dan strategi yang telah ditetapkan mulai dijalankan dalam praktek. Dalam hal ini berfokus pada bagaimana perubahan dalam strategi diintegrasikan pada rutinitas kerja sehari-hari.

Dalam praktiknya, implementasi sering kali mendapatkan tantangan seperti keterbatasan sumber daya, resistensi terhadap perubahan, dan koordinasi yang buruk. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk tidak hanya merancang rencana yang baik, tetapi juga untuk memastikan bahwa proses implementasi direncanakan dengan hati-hati dan dikelola dengan cermat. Dalam mengatasi tantangan-tantangan tersebut dan melakukan evaluasi berkelanjutan, organisasi atau perusahaan dapat meningkatkan peluang keberhasilan dan memastikan bahwa tujuan

strategis atau kebijakan yang telah ditetapkan dapat diwujudkan secara efektif.

1.2 Model-model Implementasi

Ada beberapa model implementasi, diantaranya :

- 1) Model implementasi dari George C. Edward III, dikenal sebagai model implementasi langsung yang menekankan empat faktor utama yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan kebijakan. Empat faktor yang dimaksud diantaranya komunikasi, sumber daya, disposisi (sikap pelaksana), dan struktur birokrasi. Model ini menawarkan kerangka berpikir yang sederhana dan logis dalam memahami proses implementasi kebijakan publik di lapangan (Edwards, 2007).
- 2) Model implementasi Donald Van Metter dan Carl Van Horn, model ini menyoroti keberhasilan implementasi kebijakan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Menurut keduanya, ada enam faktor utama yang memengaruhi pelaksanaan kebijakan, yaitu: besaran dan tujuan dari kebijakan, ketersediaan sumber daya, karakteristik lembaga pelaksana, sikap pelaksana, pola komunikasi antarlembaga, serta kondisi lingkungan sosial, ekonomi, dan politik (Agostiono, 2010).
- 3) Model implementasi Ripley dan Franklin, berfokus pada tiga dimensi utama dalam proses implementasi kebijakan yaitu kepatuhan, kelancaran pelaksanaan, dan keberhasilan dalam mencapai tujuan kebijakan. Model ini melihat implementasi

kebijakan dari sudut pandang tindakan yang dilakukan oleh aktor di lapangan dan bagaimana kebijakan tersebut dapat diubah, diterima atau ditolak oleh para pelaksana di berbagai tingkatan (Ripley & Franklin, 2009).

2. Manajemen

2.1 Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan mekanisme yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendalian. Proses ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan, seperti sumber daya manusia, modal, material, dan teknologi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Solihin, 2012).

Manajemen dipandang sebagai suatu ilmu dan seni. Keduanya tidak dapat dipisahkan karena manajemen sebagai ilmu dan sebagai seni saling melengkapi. Sebagai ilmu pengetahuan, manajemen telah lama dikaji dan disusun secara sistematis dalam bentuk teori-teori yang menjelaskan berbagai fenomena dalam praktik manajerial. Fenomena tersebut kemudian diteliti dengan pendekatan ilmiah dan hasilnya dirumuskan menjadi prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan dalam pengembangan teori.

Sementara itu, manajemen sebagai seni berfokus pada bagaimana mencapai tujuan dengan melibatkan kerja sama orang lain. Seni dalam manajemen terletak pada cara mengarahkan dan memotivasi orang lain agar bersedia bekerja sama. Pada dasarnya, sebagian besar aktivitas

manusia adalah mengatur (*managing*), dan dalam proses pengaturan ini diperlukan seni untuk memastikan orang lain dapat bekerja demi mencapai tujuan bersama (Hasibuan, 2009).

Dari kajian etimologi, manajemen dari bahasa latin yaitu *manus* yang artinya “tangan”, bahasa italia yaitu *maneggiare* yang berarti “mengendalikan”, dan dalam bahasa inggris yaitu “*to manage*” yang memiliki arti “mengatur”. Sementara itu, secara terminologis, Oey Liang Lie mendefinisikan manajemen sebagai ilmu dan seni dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengawasan sumber daya, manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Ali, 2008).

Menurut Griffin, manajemen merupakan rangkaian aktivitas, mulai dari merencanakan, mengambil keputusan, mengatur hingga mengawasi yang tujuannya pemanfaatan sumber daya organisasi mencakup sumber daya manusia, keuangan, asset maupun informasi sehingga tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Griffin, 2004).

Manajemen diperlukan oleh individu, kelompok, organisasi bisnis, organisasi sosial, maupun organisasi pemerintah untuk merencanakan dan mengatur berbagai aktivitas guna mencapai hasil yang optimal di masa mendatang. Manajemen memiliki peranan penting bagi setiap orang karena tanpa pengelolaan yang baik, upaya yang dilakukan cenderung tidak membuahkan hasil yang maksimal. Seiring dengan perkembangannya, proses manajemen mencakup berbagai langkah

strategis yang sekaligus mencerminkan manfaat dari penerapan manajemen itu sendiri.

2.2 Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan) (Hasibuan, 2009).

- 1) *Planning* (perencanaan), merupakan proses menetapkan pekerjaan atau kegiatan yang harus dilakukan oleh suatu kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dalam perencanaan, pengambilan keputusan menjadi bagian penting karena melibatkan pemilihan berbagai alternatif tindakan. Proses ini mencakup empat tahapan yaitu menetapkan tujuan yang akan dicapai, menentukan langkah-langkah untuk menjalankan tujuan tersebut, serta mengimplementasikan rencana dan mengevaluasi hasil yang diperoleh.
- 2) *Organizing* (pengorganisasian), adalah proses menyusun dan menyatukan sumber daya utama secara sistematis, serta mengoordinasikan individu dalam suatu pola kerja yang membuat mereka melaksanakan berbagai aktivitas untuk mendapatkan tujuan yang ditetapkan.
- 3) *Actuating* (penggerakan), merupakan upaya untuk mendorong anggota kelompok agar termotivasi dan berkomitmen dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Tindakan ini dilakukan karena para anggota memiliki keinginan dan dorongan untuk meraih sasaran

yang telah ditentukan. Proses ini sangat berkaitan dengan aspek sumber daya manusia yang menjadi inti dari seluruh kegiatan manajerial.

4) *Controlling* (pengawasan), adalah kegiatan yang bertujuan untuk menjamin bahwa seluruh pelaksanaan operasional sama dengan rencana yang dirancang demi mencapai tujuan organisasi. Fokus utama dari tahap ini untuk mengidentifikasi kesalahan, kekurangan maupun potensi masalah lainnya.

3. Komunikasi

3.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi, individu dapat berinteraksi satu sama lain, baik dalam lingkungan keluarga, masyarakat maupun di berbagai situasi lainnya. Setiap orang pasti terlibat dalam proses komunikasi, sehingga komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Perkembangan pengetahuan manusia juga terjadi melalui komunikasi. Pengetahuan manusia berkembang setiap hari karena komunikasi. Selain itu, komunikasi dapat membentuk sistem sosial yang saling mengandalkan sehingga komunikasi dan masyarakat menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Dalam kajian etimologi, komunikasi memiliki beberapa arti. Dalam bahasa latin seperti "*communis*" memiliki arti yaitu kesamaan makna dan rasa terhadap suatu hal dan "*communicare*" yang berarti berbagi atau berpartisipasi (Suryanto, 2015). *Raymond S. Ross* yang dikutip oleh

Mulyana bahwa dalam bahasa Inggris seperti “*communication*” yang artinya adalah menyamakan atau membuat menjadi serupa (Mulyana, 2007). Dari kedua pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk menyamakan pemahaman atau persepsi antara komunikator dan komunikan.

Komunikasi, dari segi terminologi, beberapa ahli memberikan definisi mengenai komunikasi. *Berelson* dan *Steiner* mengartikan komunikasi sebagai alur penyampaian informasi, ide, keterampilan dengan menggunakan simbol-simbol berupa gambar, kata, dan angka. Menurut *Rogers* dan *Schomaker*, komunikasi ialah tahapan para komunikan yang terlibat saling menciptakan, membagikan, menyampaikan dan menukar informasi guna mencapai pemahaman bersama (Suryanto, 2015).

Berdasarkan berbagai definisi di atas, kesimpulan komunikasi merupakan suatu proses dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dari berbagai media tertentu dengan tujuan menciptakan pemahaman yang sama. Informasi yang disampaikan dalam komunikasi juga dapat memberikan pengaruh atau efek tertentu kepada pihak penerima pesan.

3.2 Fungsi komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya, mengutip kerangka berfikir William I. Gordon mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian, yaitu (Mulyana, 2007) :

- 1) Fungsi komunikasi sosial, fungsi ini berfokus pada bagaimana komunikasi digunakan untuk membangun dan mempertahankan hubungan sosial. Hal ini mencakup interaksi sehari-hari yang membantu individu merasa terhubung dengan masyarakat atau kelompok mereka.
- 2) Fungsi komunikasi ekspresif, fungsi ini berhubungan dengan ekspresi diri dan bagaimana individu menyampaikan perasaan, emosi, dan pendapat mereka. Ini adalah cara individu untuk menunjukkan siapa mereka, apa yang mereka rasakan dan bagaimana mereka melihat dunia.
- 3) Fungsi komunikasi ritual, fungsi ini melibatkan komunikasi yang dilakukan dalam konteks ritual atau upacara, baik yang bersifat religious, budaya, maupun sosial. Hal ini sering kali melibatkan struktur dan pola tertentu yang memiliki makna simbolis.
- 4) Fungsi komunikasi instrumental, dimana fungsi ini berkaitan dengan penggunaan komunikasi untuk mencapai tujuan praktis atau fungsional. Hal ini digunakan untuk mengarahkan, mempengaruhi atau mengubah perilaku orang lain.

3.3 Unsur-unsur komunikasi

Unsur-unsur komunikasi merupakan komponen dasar yang terlibat dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan. Untuk mencapai komunikasi yang efektif, seluruh unsur tersebut harus berperan secara aktif. Harold Laswell menyatakan bahwa komunikasi adalah dengan

menjawab pertanyaan "*who says what in which channel to whom with what effect*" (Mulyana, 2007) :

1) Komunikator

Komunikator memiliki peran krusial dalam proses komunikasi, karena keberhasilan pemahaman dari pihak penerima sangat bergantung pada cara pesan disampaikan. Komunikator berperan sebagai *encoder*, yaitu pihak yang merumuskan serta mengirimkan pesan kepada penerima. Sementara itu, penerima pesan atau komunikan berperan sebagai *decoder*, yaitu pihak yang menafsirkan simbol-simbol pesan berdasarkan pemahaman dan konteks yang dimilikinya.

2) Pesan

Pesan merupakan inti dari proses komunikasi, yaitu informasi yang dikirimkan kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Pesan verbal dapat berupa komunikasi lisan seperti percakapan langsung, melalui telepon, atau radio, maupun secara tertulis seperti surat, buku, majalah, atau memo. Sedangkan pesan nonverbal dapat muncul dalam bentuk gerakan tubuh, isyarat, ekspresi wajah, serta intonasi suara. dalam proses komunikasi adalah informasi yang dikirimkan kepada penerima.

3) Media

Media adalah instrumen yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Selain itu, media juga berfungsi sebagai jalur bagi komunikan untuk memberikan respons atau umpan balik kepada komunikator.

4) Penerima

Penerima adalah individu atau kelompok yang menjadi target dari pesan yang disampaikan oleh komunikator. Penerima dapat berupa satu orang, sekelompok orang, organisasi, bahkan suatu negara. Dalam komunikasi, keberadaan penerima tidak dapat dipisahkan dari keberadaan komunikator, karena komunikasi tidak terjadi tanpa adanya pengirim pesan.

5) Efek

Efek adalah perubahan yang terjadi pada penerima sebagai hasil dari penerimaan pesan, baik dalam hal cara berpikir, perasaan, maupun perilaku. Efek komunikasi ini dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang. Sehingga efek dapat didefinisikan suatu perubahan atau penguatan terhadap keyakinan, pandangan, dan perilaku sebagai akibat dari proses komunikasi yang berlangsung.

4. Manajemen Komunikasi

4.1 Pengertian Manajemen Komunikasi

Secara harfiah, manajemen dapat diartikan sebagai ilmu yang bertujuan untuk menyelesaikan pekerjaan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan kepemimpinan. Di sisi lain, komunikasi merupakan proses interaktif antara individu maupun kelompok dalam menyampaikan serta menerima informasi sebagai sarana untuk berinteraksi dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, konsep manajemen komunikasi merupakan perpaduan antara prinsip-prinsip komunikasi dan teori manajemen, yang dapat diterapkan dalam

berbagai situasi komunikasi. Memahami manajemen komunikasi berarti memahami bagaimana individu mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan pihak lain dalam suatu konteks tertentu.

Manajemen komunikasi merupakan salah satu aspek dalam kehidupan setiap individu maupun kelompok, dimana aktivitas manusia selalu melibatkan proses komunikasi. Melalui manajemen komunikasi, berbagai hal dapat dicapai, seperti manajemen informasi, tercapainya kesepakatan, serta terbentuknya hubungan kerja yang baik. Manajemen komunikasi dapat diterapkan diberbagai situasi dengan tujuan yang beragam. Akan tetapi memiliki tujuan utama dari manajemen komunikasi yaitu menyampaikan pesan dari komunikato kepada komunikan.

Michael Kaye dalam (Riinawati, 2019) manajemen komunikasi merupakan cara individu mengatur proses komunikasi dengan individu lain, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, maupun komunikasi massa. Hal ini bertujuan untuk membentuk alur komunikasi yang terstruktur, sehingga terbentuk alur koordinasi yang harmonis, menghindari tumpang tindih informasi, serta mampu menyarankan solusi saat terjadi perbedaan pendapat.

Menurut Cornelissen, manajemen komunikasi adalah pendekatan strategis untuk mengoordinasikan semua bentuk komunikasi organisasi guna membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan dan memperkuat reputasi organisasi (Cornelissen, 2020).

Secara sederhana, manajemen komunikasi dapat dipahami sebagai penerapan fungsi-fungsi manajerial dalam proses komunikasi.

Dalam hal ini, manajemen berperan sebagai pengarah dan penggerak agar komunikasi dapat berjalan secara efektif guna mencapai tujuan dari pesan yang disampaikan. Dalam praktiknya, prinsip serta fungsi manajemen diselaraskan dengan proses komunikasi, sehingga tercipta pola komunikasi yang efisien, terarah, dan tepat sasaran.

4.2 Tahapan Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai instrument untuk menyesuaikan pemahaman diantara anggota organisasi dan sebagai sarana untuk menggerakkan orang lain sesuai dengan informasi yang diberikan. Seorang pemimpin berperan dalam mengarahkan anggota tim agar bekerja sesuai dengan instruksi yang diberikan dengan tujuan akhir mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Selain itu, manajemen komunikasi juga berfungsi menjaga hubungan baik antar anggota organisasi.

Manajemen komunikasi merupakan proses yang dilakukan secara menyeluruh dan terintegrasi untuk menghubungkan individu dalam suatu organisasi. Proses ini bertujuan mendukung pelaksanaan fungsi-fungsi manajerial serta membantu organisasi dalam mencapai tujuannya melalui negosiasi, pemahaman, dan penalaran antar anggota organisasi dalam mencapai tujuan bersama.

Tahapan manajemen komunikasi prinsip *POAC* yang pertama kali diperkenalkan oleh George R. Terry dalam bukunya yang berjudul *Principles of Management* (Terry, 2016) terdiri dari 4 fungsi yaitu :

- 1) *Planning* (perencanaan) merupakan tahap dimana tujuan komunikasi ditetapkan, audiens ditentukan, dan strategi serta pesan yang tepat disusun untuk mencapai tujuan tersebut. Proses ini juga melibatkan pemilihan media dan saluran komunikasi yang sesuai.
- 2) *Organizing* (pengorganisasian), setelah perencanaan, langkah berikutnya adalah pengorganisasian yaitu pengaturan sumber daya, pembagian tugas dan koordinasi antar tim untuk memastikan strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik. Hal ini juga melibatkan pengaturan alur komunikasi dalam organisasi.
- 3) *Actuating* (pelaksanaan), tahap ini adalah implementasi dari rencana komunikasi yang telah disusun. Pada tahap ini, pesan disampaikan kepada audiens yang dituju melalui saluran komunikasi yang telah dipilih. Pelaksanaan ini harus sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang sudah ditetapkan.
- 4) *Controlling* (pengawasan), dilakukan untuk menilai efektivitas komunikasi yang telah dijalankan. Ini melibatkan pengukuran hasil berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, baik melalui survei, analisis data atau umpan balik. Evaluasi ini penting untuk meningkatkan kualitas komunikasi di masa mendatang.

Model POAC ini dalam manajemen komunikasi memberikan kerangka kerja sistematis yang memudahkan organisasi dalam merancang, melaksanakan dan mengevaluasi komunikasi secara terstruktur dan strategis.

5. Perencanaan Komunikasi

5.1 Pengertian Perencanaan Komunikasi

Perencanaan merupakan rangkaian proses berpikir yang dilakukan secara menyeluruh dan matang untuk menetapkan apa yang akan dilakukan di masa depan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. John Middleton mendefinisikan perencanaan komunikasi sebagai proses pengalokasian sumber daya komunikasi guna mencapai sasaran organisasi. Sumber daya yang dimaksud tidak hanya mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tetapi juga meliputi berbagai aktivitas yang dirancang untuk memengaruhi perilaku serta membentuk keterampilan tertentu pada individu maupun kelompok, sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh organisasi (Cangara, 2017).

Menurut Robin Mehall, perencanaan komunikasi merupakan dokumen tertulis yang menjabarkan secara sistematis berbagai hal yang perlu dilakukan dalam rangka mendukung pencapaian tujuan melalui kegiatan komunikasi. Dokumen ini mencakup cara atau strategi yang akan digunakan, sasaran atau pihak yang dituju oleh program komunikasi, perangkat atau media yang digunakan, jangka waktu pelaksanaan, serta metode evaluasi untuk mengukur efektivitas dan hasil dari program komunikasi tersebut (Cangara, 2017).

Bahwa perencanaan komunikasi merupakan suatu proses yang tersusun secara sistematis dan terorganisasi, yang mencakup perancangan, pengelolaan, serta evaluasi terhadap seluruh kegiatan

komunikasi, dengan tujuan untuk mendukung pencapaian sasaran organisasi secara efektif dan efisien.

5.2 Model Perencanaan Komunikasi

Dalam perencanaan komunikasi, secara garis besar dibedakan atas dua macam, yaitu (Cangara, 2017) :

- 1) Model fungsional, bertujuan untuk merinci dan menjelaskan hubungan-hubungan tertentu antara berbagai unsur dalam suatu proses, kemudian spesifikasi kedalam bentuk hubungan baru. Pendekatan ini digunakan dalam kajian tingkah laku manusia.
- 2) Model operasional, model ini digambarkan sebagai proses melalui serangkaian langkah pelaksanaan suatu program dengan menekankan pada perincian tugas serta hubungan antar komponen pendukung. Selain itu, proses ini juga mencakup upaya untuk memproyeksikan berbagai kemungkinan yang dapat memengaruhi jalannya pelaksanaan program.

Adapun berikut model perencanaan komunikasi, yaitu :

- a. Model perencanaan komunikasi Cultip dan Center
- b. Model perencanaan komunikasi Philip Lesley
- c. Model perencanaan komunikasi AIDDA
- d. Model perencanaan komunikasi lima langkah
- e. Model perencanaan komunikasi John Middleton
- f. Model perencanaan komunikasi "P" proses
- g. Model perencanaan komunikasi ACADA
- h. Model perencanaan komunikasi *hierarchy effect*

i. Model perencanaan komunikasi alur tanda “?”

Dari model perencanaan komunikasi diatas, pada penelitian ini menggunakan model perencanaan komunikasi Cultip dan Center. Dalam model perencanaan ini, terdapat empat tahap perencanaan yang menjadi acuan untuk melakukan pelaksanaan, diantaranya:

- 1) Identifikasi fakta, tahap awal ini dilakukan melalui riset untuk mengetahui pandangan atau opini publik terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh organisasi, lembaga, atau perusahaan.
- 2) Perencanaan, data dan informasi yang diperoleh dari tahap sebelumnya digunakan sebagai dasar dalam menetapkan sasaran, tindakan, strategi komunikasi, serta tujuan dari program yang akan dijalankan.
- 3) Pelaksanaan komunikasi, pada tahap program komunikasi yang telah dirancang mulai diimplementasikan melalui berbagai tindakan komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- 4) Evaluasi, merupakan tahap akhir yang bertujuan untuk menilai pelaksanaan dan hasil program berdasarkan umpan balik yang diperoleh, guna mengukur efektivitas dari kebijakan atau program yang telah dilakukan.

6. Aplikasi *Safe Travel*

Safe travel merupakan aplikasi untuk melindungi WNI di luar negeri yang dibuat serta dikembangkan dan diluncurkan oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia pada tanggal 15 April 2018. Aplikasi ini menyediakan informasi praktis yang diperlukan oleh WNI yang akan atau

sedang berada di luar negeri untuk berbagai keperluan wisata, menempuh pendidikan, perjalanan dinas kerja, bisnis, dan lain-lain. Aplikasi ini merupakan salah satu upaya pemerintah dalam melindungi warga negaranya yang berada di luar negeri, menyediakan inovasi baru dalam perlindungan dengan berbagai fitur dan layanan yang tersedia di dalamnya.

Penggunaan aplikasi *safe travel* mengedepankan keterlibatan dua belah pihak, yaitu pemerintah melalui Kemlu dan WNI sendiri, yang keduanya harus aktif dalam memberikan respons dan tindakan. Namun, menerapkan perlindungan WNI berbasis teknologi yang melibatkan kedua belah pihak, baik WNI maupun pemerintah, seringkali menjadi tantangan. Banyaknya WNI di luar negeri, serta beragam latar belakang dan tingkat literasi digital mereka, menyulitkan implementasi tersebut. Sebagian besar WNI hanya menggunakan media sosial dan belum familiar dengan teknologi digital lain yang dapat digunakan untuk tujuan perlindungan.

Lebih lanjut, aplikasi *safe travel* memberikan manfaat bagi pemerintah dan bagi pengguna, diantaranya:

1) Bagi pemerintah

a. Melacak keberadaan WNI di luar negeri

Aplikasi *safe travel*, memiliki mekanisme pendeteksian keberangkatan WNI ke luar negeri melalui fitur geotagging. Pelacakan ini dilakukan secara selektif dan hanya jika diperlukan, dengan tetap menjaga kerahasiaan data pengguna. Secara prinsip,

fitur ini berfungsi untuk memantau pergerakan WNI yang melakukan perjalanan ke luar negeri (Christiyaningsih, 2020).

b. Melindungi WNI

Pemerintah memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi melalui aplikasi *safe travel* untuk melindungi WNI di luar negeri, sehingga WNI dapat merasakan kehadiran pemerintah. Dalam upaya melindungi WNI, aplikasi ini memudahkan deteksi dini terhadap kemungkinan risiko di negara tujuan (Wisnubro, 2018).

2) Bagi pengguna (masyarakat)

a. Lapori diri

WNI yang bepergian ke luar negeri diwajibkan untuk melapor diri, karena ini memudahkan mereka dalam mencari bantuan di luar negeri dan memudahkan pemerintah Indonesia dalam memberikan perlindungan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Saat ini, proses melapor diri dipermudah melalui teknologi dengan aplikasi *safe travel*. Aplikasi ini, WNI tidak perlu lagi mendatangi kantor perwakilan setempat, yang mungkin tidak selalu ada di setiap negara. Saat melapor diri, WNI diminta untuk memberikan informasi seperti nomor paspor dan lama tinggal di negara tujuan. Salah satu layanan perlindungan yang diberikan adalah peringatan ketika masa berlaku paspor tinggal enam bulan (Sekarwati, 2018).

b. Mengetahui informasi dalam satu genggaman

Setiap negara memiliki peraturan yang berbeda-beda. Meskipun saat ini informasi mengenai suatu negara dapat dengan mudah

diakses melalui Google, penyampaian informasi dalam bahasa Inggris dapat menjadi tantangan bagi sebagian orang. Sebagian mungkin tidak mengalami kesulitan, namun bagi yang lain, bahasa dapat menjadi hambatan. Kehadiran aplikasi Safe Travel memberikan solusi dengan menyajikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami dalam satu platform. Berbagai fitur dalam aplikasi ini dirancang untuk membantu WNI memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai negara tujuan mereka. Berikut fitur-fitur pada *safe travel* yang WNI dapat akses dan nikmati, diantaranya:

- 1) Status negara yang berupa tingkat keamanan dan kerentanan yang ditandai dengan indeks warna. Misalnya, warna merah menandakan wilayah bahaya, warna orange menandakan wilayah awas, warna kuning menandakan wilayah waspada, dan warna hijau menandakan wilayah wajar
- 2) Akses pelayanan perwakilan Republik Indonesia (RI)
- 3) Terdapat daftar formasi 30 perwakilan RI yang memberikan informasi nomor telepon, *email*, alamat, nomor telepon, dan *hotline* perwakilan RI baik KBRI maupun KJRI
- 4) Keimigrasian dengan penjelasan tentang *visa* dan paspor
- 5) Informasi tentang hukum dan kebiasaan setempat di negara tersebut
- 6) Mata uang
- 7) Asuransi dan kesehatan
- 8) Informasi tempat ibadah

- 9) Ketersediaan fasilitas kesehatan
- 10) Informasi iklim dan tujuan wisata
- 11) Ketersediaan informasi mengenai kuliner halal
- 12) Infografis unik yang bisa menyenangkan dan pilihan untuk dibaca saat bepergian
- 13) Serta informasi lain yang seperti imbauan mengenai kondisi suatu negara maupun informasi yang kadangkala yang dibutuhkan *traveller* seperti jenis colokan listrik maupun *voltase* yang digunakan di negara tujuan (Indonesia, 2020).

c. *Panic button*/tombol darurat

Fitur tombol darurat dalam aplikasi *safe travel* merupakan elemen penting bagi WNI yang bepergian ke luar negeri. Jika WNI berada dalam situasi darurat, seperti menghadapi bencana alam atau tersesat, mereka dapat menggunakan fitur ini untuk mengirim foto, merekam video, menghubungi perwakilan RI, dan mengirimkan lokasi kejadian. Sehingga demikian, WNI bisa segera mendapatkan bantuan dalam kondisi darurat (Indonesia, 2020).

d. *Indonesian nearby*

Fitur ini memberikan informasi mengenai keberadaan WNI lain yang berada di sekitar lokasi pengguna. Dengan demikian, fitur ini memungkinkan sesama WNI untuk saling bertemu, berinteraksi, dan membangun hubungan pertemanan guna mempererat solidaritas serta memperkuat komunitas WNI di luar negeri.

6.1 Perbandingan *Travel Safetiness* di Berbagai Negara

Selain aplikasi *safe travel* yang dikembangkan oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia untuk melindungi WNI di luar negeri, beberapa negara lain juga telah mengembangkan aplikasi serupa yang bertujuan untuk meningkatkan keamanan dan perlindungan bagi warganya saat melakukan perjalanan internasional. Perbandingan beberapa aplikasi dan kebijakan *travel safetiness* ini penting untuk memahami praktik serta tantangan yang dihadapi dalam pengembangan layanan perlindungan digital.

- 1) Amerika Serikat menggunakan aplikasi *Mobile Passport Control* untuk mempermudah pelaporan kedatangan di bandara dan memberikan layanan keamanan perjalanan. Selain itu, program *Smart Traveler Enrollment Program (STEP)* merupakan program warga Amerika Serikat mendaftar keberadaan mereka di luar negeri sehingga Kedutaan Besar Amerika Serikat dapat memberikan informasi dan peringatan terkait situasi keamanan di negara tujuan. Program ini menyerupai fitur pelaporan dan peringatan dalam aplikasi *safe travel*. Namun, aplikasi yang dimiliki Amerika Serikat menonjolkan integrasi dengan prosedur imigrasi dan kecepatan akses di titik masuk negara (Government, 2023).
- 2) Kanada memiliki sistem pendaftaran warga negara di luar negeri melalui *Registration of Canadians Abroad (ROCA)* yang meskipun belum sepenuhnya terintegrasi dalam aplikasi *mobile* yang kompleks, berfungsi sebagai *database* penting untuk pendeteksian warga dan pemberian bantuan secara cepat saat krisis. Kanada juga

cenderung mengandalkan komunikasi langsung melalui Kedutaan Besar dan media sosial sebagai saluran diplomasi digital. Perbedaan utama dengan *safe travel* yang dimiliki Indonesia berada dicakupannya fitur interaktif dan pemanfaatan media digital yang lebih teratas (Canada, 2022).

- 3) Australia meluncurkan aplikasi *Smartraveller* untuk menyediakan informasi keamanan dan nasihat perjalanan bagi warga negaranya. aplikasi ini menampilkan peringatan keamanan yang terus diperbaharui, panduan keadaan darurat, serta fasilitas registrasi lokasi bagi pelancong. Fitur komunikasi darurat dan penyebaran informasi di *smartraveller* mirip dengan *safe travel* tetapi Australia memberikan penekanan kuat pada analisis risiko secara *real-time* dan integrasi dengan sistem respons darurat (Government, 2023).
- 4) Jepang memfokuskan aplikasi *travel safetiness* pada penyediaan informasi cuaca, bencana alam, dan kondisi keamanan lokal secara rinci yang diperbaharui secara berkala dalam bahasa Jepang dan bahasa Inggris. Selain itu, aplikasi ini menyertakan panduan evakuasi dan kontak penting yang membantu pelancong dalam menghadapi situasi darurat. Dibandingkan dengan *safe travel*, aplikasi Jepang lebih mengedepankan informasi lokal dan kesiapsiagaan berbasis bencana, sedangkan *safe travel* menyesuaikan dengan konteks perlindungan WNI dan layanan konsuler (Agency, 2022).

Dari beberapa contoh diatas, dapat disimpulkan bahwa aplikasi *safe travel* memiliki kemiripan dengan aplikasi atau program perlindungan perjalanan internasional di berbagai negara, khususnya dalam hal fitur pelaporan diri, peringatan keamanan, dan komunikasi darurat. Namun, *safe travel* menonjol dengan perpaduan fungsi diplomasi digital, manajemen komunikasi, dan perlindungan WNI yang disesuaikan dengan karakteristik demografis dan kebutuhan WNI di luar negeri. Lebih jauh, aplikasi ini menghadapi tantangan berupa keberagaman tingkat literasi digital pengguna dan kebutuhan edukasi yang berkelanjutan.

C. Kajian Teori

1. Teori Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan suatu bentuk kelompok yang terdiri dari sekelompok individu yang berkumpul dan bekerja sama. Organisasi dapat diartikan sebagai himpunan atau sistem individu yang, melalui struktur hierarki dan pembagian tugas, berupaya mencapai tujuan yang telah ditentukan. Kata "organisasi" sendiri berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harfiah berarti "susunan bagian-bagian yang saling bergantung satu sama lain".

Dapat digambarkan bahwa organisasi memiliki unsur-unsur dasar yang membentuk keberadannya, antara lain (Soyomukti, 2016) :

- 1) Anggota organisasi, yaitu orang-orang yang terlibat dalam suatu organisasi. Mereka ini bagian penting dari organisasi karena menjalankan fungsi dan tugas untuk mencapai tujuan organisasi. Anggota ini dapat berupa pimpinan, manajer, pekerja atau yang lainnya. Interaksi antar anggota organisasi juga memainkan peran penting dalam menciptakan budaya organisasi dan memastikan efektivitas operasional.
- 2) Pekerjaan atau aktivitas dalam organisasi terdiri dari tugas-tugas formal maupun informal. Kedua jenis tugas tersebut berkontribusi dalam menghasilkan produk dan memberikan layanan organisasi. Pembagian kerja dan pembagian tugas menjadi elemen penting yang mendukung efektivitas jalannya organisasi.
- 3) Praktik-praktik pengelolaan (*management*) dalam organisasi mencakup berbagai proses dan kebijakan yang digunakan untuk mengatur dan mengelola sumber daya organisasi. Termasuk perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan evaluasi. Praktik-praktik ini diperlukan untuk memastikan bahwa organisasi berjalan dengan lancar dan bahwa tujuan organisasi dapat tercapai dengan optimal.
- 4) Struktur organisasi adalah kerangka kerja yang menentukan bagaimana tugas-tugas dalam organisasi dibagi, dikoordinasikan, dan dikendalikan. Struktur ini mencakup pembagian kerja, jenjang, dan jaringan komunikasi di dalam organisasi. Struktur organisasi yang baik memungkinkan aliran informasi yang efisien dan memastikan bahwa

setiap anggota organisasi memahami peran dan tanggung jawab mereka.

- 5) Pedoman organisasi, merupakan aturan, nilai, norma, dan kebijakan yang mengatur perilaku anggota organisasi. Pedoman ini memberikan arahan tentang bagaimana anggota organisasi seharusnya bertindak dan membuat keputusan. Pedoman ini juga menciptakan kerangka etika yang memandu tindakan anggota organisasi sehingga selaras dengan tujuan dan nilai-nilai organisasi.

Komunikasi organisasi pada dasarnya merujuk pada proses komunikasi yang terjadi dalam rangka mendukung kepentingan organisasi. Melalui komunikasi, organisasi dapat mencapai tujuannya secara efisien dan efektif. Namun, perlu dipahami bahwa yang melakukan komunikasi bukanlah organisasi sebagai entitas, melainkan para anggotanya. Anggota organisasi berkomunikasi baik dengan sesama anggota maupun dengan pihak eksternal guna mewujudkan tujuan organisasi.

Berdasarkan penelusuran W. Charles Redding istilah *organizational communication* pertama kali digunakan oleh Alex Bavelas dan Dermot Barret dalam laporan penelitian mereka yang berjudul "*An Experimental Approach to Organizational Communication*". Dalam penelitian tersebut, Bavelas dan Barret menyatakan bahwa organisasi merupakan suatu sistem pengolah informasi, dan efektivitas kinerja organisasi sangat bergantung pada kemampuannya dalam mengelola informasi. Studi ini menjadi salah satu kajian awal yang mencoba

memahami dinamika komunikasi dalam konteks organisasi. Melalui riset tersebut, mereka menelusuri berbagai pola komunikasi yang terjadi di dalam organisasi, termasuk aliran informasi melalui jaringan komunikasi serta dampak struktur komunikasi terhadap efisiensi dan efektivitas kerja (Hadrjana, 2016).

1.1 Definisi dan Fungsi Komunikasi Organisasi

Lee Thayer mendefinisikan komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi di dalam organisasi dan komunikasi yang terjadi di antara organisasi dengan lingkungannya, yang mendefinisikan organisasi maupun menentukan kondisi-kondisi eksistensinya dan arah pergerakannya. Dari definisi Thayer tentang komunikasi organisasi, menekankan pada proses yang sistemik dimana setiap bagian dari organisasi saling terhubung melalui saluran komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi berfungsi sebagai sistem sehingga koordinasi dan integrasi antara berbagai komponen organisasi untuk mencapai tujuan bersama (Hadrjana, 2016).

R. Wayne dan Don F. Faules menjelaskan bahwa komunikasi dapat ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu subjektif dan objektif. Masing-masing memiliki karakteristik tersendiri. Dalam pandangan subjektif, komunikasi organisasi dipahami sebagai perilaku yang membentuk proses pengorganisasian, di mana pihak-pihak yang terlibat saling berinteraksi dan memberi makna terhadap berbagai peristiwa yang terjadi. Fokus utama perspektif ini adalah pada proses penciptaan makna melalui interaksi yang membentuk, mempertahankan, dan mengubah

organisasi. Sebaliknya, dalam perspektif objektif, komunikasi dipandang sebagai proses pengelolaan pesan dalam lingkup batas organisasi. Pendekatan ini menekankan komunikasi sebagai sarana bagi individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan mereka (Pace & Faules, 2006).

Sementara itu Redding dan Sanborn menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan informasi dalam sebuah organisasi yang bersifat kompleks. Ruang lingkup komunikasi organisasi ini mencakup berbagai aspek seperti komunikasi internal, hubungan antar manusia, hubungan dengan serikat pekerja, komunikasi dari atas ke bawah (downward), komunikasi dari bawah ke atas (upward), dan lain sebagainya (Muhammad, 2007)a.

Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang berlangsung di dalam organisasi, baik secara formal maupun informal, dengan karakteristik yang kompleks. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif.

Komunikasi organisasi memegang peran penting dalam memastikan keberlangsungan dan efektivitas suatu organisasi. Sebagai proses yang melibatkan penciptaan, pertukaran dan interpretasi pesan di antara anggota organisasi, komunikasi organisasi berfungsi sebagai tulang punggung bagi setiap aktivitas yang berlangsung didalamnya. Tanpa adanya komunikasi yang efektif, organisasi akan kesulitan dalam

mengoordinasikan tindakan, mengendalikan informasi, memotivasi anggota dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Secara umum, fungsi komunikasi dalam organisasi dapat dibagi menjadi beberapa kategori, diantaranya:

- a) Fungsi informatif, dalam komunikasi organisasi adalah salah satu fungsi utama yang berperan dalam penyebaran informasi di dalam organisasi. Fungsi ini melibatkan proses pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan distribusi informasi yang relevan dan diperlukan oleh anggota organisasi untuk menjalankan tugas mereka dalam mencapai tujuan organisasi.
- b) Fungsi regulatif, berkaitan aturan-aturan yang diterapkan dalam organisasi. Terdapat dua aspek utama yang memengaruhi fungsi regulatif, yaitu:
 - 1) Berkaitan pihak manajerial, yaitu individu-individu yang memiliki otoritas untuk mengontrol arus informasi yang disampaikan dalam organisasi. Selain itu, memiliki wewenang untuk memberikan perintah atau instruksi yang harus diimplementasikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - 2) Berkaitan dengan pesan, dimana pesan yang bersifat regulatif umumnya berfokus pada aspek pekerjaan. Dalam hal ini, karyawan atau bawahan memerlukan kejelasan mengenai peraturan yang mengatur tugas-tugas yang boleh dilakukan maupun yang dilarang, guna menjalankan pekerjaan secara tepat dan sesuai tujuan organisasi.

- c) Fungsi persuasif, dalam komunikasi organisasi merujuk pada peran komunikasi sebagai alat untuk mempengaruhi, membujuk dan mengarahkan sikap, perilaku, serta pandangan anggota organisasi agar sesuai dengan tujuan dan kepentingan organisasi.
- d) Fungsi integratif, dalam komunikasi organisasi, fungsi ini bertujuan untuk memastikan tersedianya saluran komunikasi yang mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan pekerjaan oleh karyawan. Terdapat dua jenis saluran komunikasi yang berperan dalam mewujudkan fungsi ini, yaitu:
- 1) Saluran komunikasi formal, seperti media internal organisasi yang mencakup buletin, surat kabar internal, serta laporan perkembangan atau pencapaian organisasi.
 - 2) Saluran komunikasi informal, yang terjadi dalam interaksi antarindividu, misalnya percakapan santai antar karyawan pada saat waktu istirahat.

Komunikasi juga berkaitan dengan kontrol terhadap organisasi. Hal ini menjadi aspek yang mendapat perhatian khusus, terutama dalam hal pengembangan dan pengarahan organisasi. Melalui pendekatan manajerial, dapat dipahami bahwa organisasi memiliki sistem atau mekanisme tersendiri yang mencakup proses perencanaan, pengambilan keputusan, pengawasan, pengendalian, koordinasi, hingga evaluasi.

Selain itu, perlu diperhatikan adanya langkah dinamis di mana pesan-pesan secara terus-menerus diciptakan, disampaikan, dan

diinterpretasikan dalam organisasi. Fungsi aliran komunikasi organisasi untuk memahami informasi didistribusikan kepada anggota-anggota organisasi, pola distribusi serta orang-orang terlibat dalam proses penyebaran informasi tersebut di dalam organisasi.

1.2 Ciri-ciri Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya. Sebagai suatu proses yang berlangsung dalam struktur formal, komunikasi organisasi melibatkan pola-pola yang teratur dan sistematis. Komunikasi ini terjadi dalam kerangka kerja hierarki yang terdefinisi dengan jelas, di mana informasi mengalir melalui berbagai jenjang mulai dari pimpinan hingga staf operasional.

Selain itu, komunikasi organisasi juga ditandai oleh tujuan yang spesifik. Setiap pesan atau interaksi dalam organisasi memiliki tujuan yang jelas, seperti menyampaikan instruksi, memberikan motivasi, atau memecahkan masalah. Ciri lainnya adalah bahwa komunikasi organisasi bersifat multi-jenjang dan dapat diramalkan, karena mengikuti prosedur dan protokol tertentu yang telah ditetapkan. Hal ini memudahkan organisasi dalam mempertahankan stabilitas dan konsistensi di tengah dinamika internal dan eksternal.

Komunikasi organisasi memiliki ciri-ciri yang mendefinisikan bagaimana proses komunikasi terjadi dalam suatu organisasi (Hadriana, 2016), yaitu:

- 1) Proses, merupakan suatu proses yang berkelanjutan dan dinamis. Ini berarti komunikasi di dalam organisasi tidak hanya terjadi sekali saja, melainkan terus berlangsung sepanjang waktu. Proses ini melibatkan pertukaran pesan antara anggota organisasi di berbagai tingkatan untuk mencapai tujuan bersama. Sebagai suatu proses, komunikasi organisasi membutuhkan koordinasi, pemahaman, dan adaptasi terhadap perubahan yang terjadi baik di dalam maupun di luar organisasi.
- 2) Terstruktur, komunikasi dalam organisasi bersifat terstruktur, artinya komunikasi tersebut mengikuti aturan-aturan dan prosedur-prosedur tertentu yang telah ditetapkan oleh organisasi. Struktur ini bisa berupa saluran formal seperti rapat, memo, *email*, atau laporan resmi yang mengatur bagaimana informasi harus disampaikan. Adanya struktur yang jelas, organisasi dapat memastikan bahwa pesan yang dikirim tepat sasaran, jelas, dan diterima oleh pihak yang relevan.
- 3) Bertujuan jelas, komunikasi organisasi memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk mencapai visi, misi, dan tujuan strategis organisasi. Tujuan ini dapat berupa peningkatan efektivitas operasional, peningkatan kinerja, penyelesaian masalah, pengambilan keputusan, atau pengembangan hubungan baik antara anggota organisasi. Tujuan yang jelas membantu mengarahkan proses komunikasi sehingga menjadi lebih efektif dan efisien.
- 4) Multi jenjang, komunikasi dalam organisasi berlangsung di berbagai jenjang atau tingkatan, dari level paling atas hingga level paling

bawah. Ciri multi jenjang ini mencakup komunikasi vertikal (dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas) serta komunikasi horizontal (antar departemen atau tim).

- 5) Dapat diramalkan, komunikasi organisasi bersifat dapat diramalkan karena mengikuti pola-pola tertentu yang didasarkan pada struktur dan budaya organisasi. Kata lainnya ada ekspektasi tentang bagaimana komunikasi akan terjadi dalam situasi tertentu, siapa yang akan mengirim pesan, melalui saluran apa, dan bagaimana respons yang diharapkan. Prediktabilitas ini penting untuk memastikan stabilitas dan konsistensi dalam aliran informasi di dalam organisasi.

1.3 Sifat Aliran Informasi

Komunikasi dalam organisasi memiliki pola aliran informasi yang berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya. Menurut Guetzkow dalam *Communication in Organization*, terdapat tiga pola penyebaran informasi dalam organisasi, diantaranya (Soyomukti, 2016) :

- 1) Penyebaran informasi secara serentak merupakan prosedur dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada jumlah penerima yang banyak sekaligus dalam waktu bersamaan. Pola ini biasanya tidak memperhatikan struktur hierarki organisasi. Penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung, seperti melalui rapat atau pertemuan langsung atau secara tidak langsung melalui media seperti memo, radio, televisi, atau aplikasi digital.

- 2) Penyebaran informasi secara berurutan, pola ini mengikuti jalur hierarki organisasi. Penyebaran informasi tidak dilakukan secara bersamaan, melainkan mengikuti urutan atau struktur formal yang telah ditentukan dalam organisasi.
- 3) Penyebaran informasi kombinasi merupakan gabungan dari dua pola sebelumnya yaitu informasi disampaikan secara berjenjang mengikuti struktur organisasi namun dilakukan dalam waktu yang bersamaan. Demikian pola ini memadukan kedisiplinan struktur dengan efisiensi waktu dalam proses komunikasi organisasi.

2. Teori Media Baru (New Media)

Teori media baru yang digagas oleh Pierre Levy menjelaskan media baru yaitu hasil dari kemajuan teknologi komunikasi yang muncul seiring dengan hadirnya komputer digital. Sebelum tahun 1980-an, media massa masih mengandalkan bentuk cetak dan teknologi analog, seperti surat kabar, televisi, film, dan radio. Namun, seiring perkembangan zaman, media massa mengalami transformasi ke arah digitalisasi (Creeber & Martin, 2008). Secara umum, media baru merujuk pada bentuk komunikasi berbasis digital yang lahir sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet. Konsep ini mencakup platform dan alat komunikasi yang berbasis digital seperti situs web, media sosial, blog, aplikasi dan berbagai bentuk interaksi digital lainnya. Lev Monich dalam bukunya *"The Language of*

New Media” mendefinisikan media baru sebagai media yang berbasis computer atau digital yang menggabungkan berbagai format media tradisional seperti teks, gambar audio atau video, dan memungkinkan interaksi pengguna yang lebih tinggi (Monich, 2001).

Little John (Littlejohn, 2009) menggambarkan era media baru sebagai masa yang mengalami transformasi besar dalam cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi akibat kemajuan teknologi digital dan internet. Pada era media pertama, ciri-cirinya meliputi:

- 1) Produksi yang bersifat terpusat, dimana satu sumber menyampaikan pesan kepada banyak orang.
- 2) Pola komunikasi komunikasi satu arah.
- 3) Kontrol atas situasi komunikasi sebagian besar berada di tangan penyampai pesan.
- 4) Media turut memperkuat stratifikasi sosial dan perbedaan yang ada.
- 5) Audiens terbentuk sebagai massa yang tersebar.
- 6) Media berperan dalam membentuk kesadaran sosial secara kolektif.

Sementara itu, era media kedua ditandai oleh :

- 1) Desentralisasi produksi pesan.
- 2) Terjadinya komunikasi dua arah.
- 3) Situasi komunikasi yang lebih sulit untuk dikendalikan sepenuhnya.
- 4) Meningkatnya demokratisasi dalam penyebaran informasi.
- 5) Meningkatnya kesadaran individu.
- 6) Orientasi komunikasi yang lebih bersifat personal atau individual.

2.1 Kebaruan Media Baru

Kebaruan media baru dijelaskan melalui tiga dimensi utama. Ketiga aspek ini menggambarkan bagaimana media baru tidak hanya berkembang melalui inovasi teknologi, tetapi juga membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial (Luik, 2020).

1) Adanya “semangat” dan budaya yang baru

Media baru membawa semangat dan budaya yang baru, berbeda dari media tradisional. “Semangat” baru ini tercermin dalam cara orang berkomunikasi dan berpartisipasi dalam ruang publik. Media baru mendorong keterbukaan, transparansi, kolaborasi, dan partisipasi aktif dari pengguna. Budaya ini tercermin dalam pola komunikasi yang lebih horizontal dan egaliter, setiap individu dapat memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi produsen maupun konsumen konten. Budaya baru ini juga didorong oleh keterlibatan aktif, dimana pengguna secara langsung terlibat dalam diskusi, berbagi informasi, dan membentuk komunitas global melalui berbagai platform digital seperti media sosial, blog dan forum daring.

2) Adanya teknologi atau aplikasi baru

Kebaruan media baru juga ditandai dengan kemunculan teknologi dan aplikasi baru sehingga cara-cara baru dalam mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan informasi. Media baru berkembang melalui penggunaan teknologi digital seperti internet, perangkat lunak multimedia, platform media sosial, aplikasi berbasis web, dan teknologi komputasi awan. Teknolgi ini membuat integrasi

berbagai format konten (teks, audio, video, gambar) dalam satu platform, sehingga terjadi interaktivitas yang tinggi dan menghadirkan personalisasi yang sesuai dengan preferensi pengguna. Aplikasi seperti *facebook*, *X*, *youtube*, dan *instagram* merupakan contoh konkrit dari inovasi teknologi yang membuat komunikasi dan interaksi global secara instan dan lebih dinamis.

3) Adanya generasi pengguna atau masyarakat yang baru

Munculnya generasi pengguna atau masyarakat baru sebagai bagian dari kebaruan media baru. Generasi ini sering disebut sebagai "*digital natives*" tumbuh dan berkembang di era digital, dimana akses terhadap teknologi dan internet adalah bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Generasi pengguna baru ini memiliki keterampilan teknologi yang lebih baik, adaptif terhadap perubahan, dan cenderung memanfaatkan media baru untuk berbagai keperluan seperti belajar, bekerja, berkomunikasi dan bersosialisasi. Generasi ini cenderung lebih kritis, lebih terbuka terhadap inovasi, dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap akses informasi yang cepat, transparan, dan dapat diandalkan. Masyarakat yang baru ini juga mendorong perkembangan konten yang lebih variatif dan beragam, serta munculnya budaya digital yang semakin inklusif dan kolaboratif.

2.2 Manfaat Kebaruan Media Baru

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, ketiga aspek kebaruan dalam media baru memberikan dampak terhadap proses komunikasi manusia secara umum. Secara lebih spesifik, kemajuan ini membawa

berbagai manfaat bagi para pelaku komunikasi. Dalam hal ini yang dimaksud dengan pelaku komunikasi meliputi pembuat konten (*content creator*), *influencer* media sosial, pengguna platform media sosial, pengguna aplikasi pesan instan, pengelola situs web, analis serta peneliti di bidang media dan komunikasi, editor video, tim kreatif, penulis, dan berbagai profesi lain yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi.

Manfaat kebaruan media baru dijelaskan melalui tiga aspek utama menurut Jandy Luik, diantaranya proses komunikasi yang berbasis pengguna (*users*), proses komunikasi yang didasarkan pada karakteristik media atau aplikasi, dan proses komunikasi yang bersifat tersegmentasi dan serempak ke masyarakat. Ketiga aspek ini menggambarkan bagaimana media baru memberikan cara-cara yang lebih efektif, interaktif, dan fleksibel dalam menyampaikan informasi dan berkomunikasi (Luik, 2020).

1) Proses komunikasi berbasis pengguna (*users*)

Dalam media baru, pengguna memiliki peran sentral dan aktif dalam proses komunikasi. Pengguna tidak hanya sebagai konsumen informasi melainkan sebagai produsen konten yang dapat membuat, membagikan, dan berinteraksi langsung dengan audiens lain. Hal ini membuat pengguna untuk menjadi bagian dari aliran informasi dan berkontribusi dalam pembentukan opini publik, berbagi pengalaman, serta mempengaruhi percakapan di ruang publik digital.

2) Proses komunikasi berbasis media atau aplikasi

Media baru seperti media sosial, blog, aplikasi, memiliki karakteristik yang berbeda, yang memungkinkan berbagai jenis interaksi dan penyampaian pesan. Misalnya, platform seperti *X* memungkinkan pesan singkat dan cepat yang mudah tersebar luas, sementara *youtube* memungkinkan penyampaian pesan melalui konten visual yang lebih mendalam dan menarik. Media baru membuat komunikasi yang lebih adaptif dan disesuaikan dengan jenis konten yang paling efektif untuk audiens tertentu. Sehingga media baru memungkinkan pemilihan medium yang tepat untuk menyampaikan pesan tertentu berdasarkan karakteristik unik dari masing-masing platform digital.

- 3) Proses komunikasi yang tersegmentasi dan serempak ke masyarakat
Media baru juga memungkinkan pesan untuk ditargetkan kepada kelompok-kelompok tertentu dengan karakteristik demografi, geografi, atau minat yang spesifik. Melalui algoritma dan analisis data, pesan dapat dipersonalisasi dan dikirimkan secara tepat kepada audiens yang relevan, sehingga meningkatkan efektivitas komunikasi. Selain itu, media baru juga membuat penyebaran informasi secara serempak atau simultan ke seluruh masyarakat tanpa batasan waktu dan ruang. Hal ini menciptakan peluang untuk meningkatkan keterlibatan, mempercepat penyebaran pesan, dan mencapai audiens yang lebih luas dalam waktu singkat.

2.3 Jenis Media Baru

Berbagai jenis media baru dijelaskan sebagai bentuk komunikasi digital yang berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi

informasi dan internet. Jandy Luik mengklasifikasikan jenis-jenis media baru berdasarkan karakteristik, fungsi dan peran dalam kehidupan masyarakat modern. Berikut ada beberapa jenis media baru, diantaranya (Luik, 2020) :

1) Media sosial

Media sosial merupakan salah satu jenis media baru yang paling dominan dan banyak digunakan di era digital ini. Menurut Jandy Luik, media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi dan bertukar informasi, ide, gambar, video dan konten lainnya dalam jaringan sosial online. Contohnya, *facebook*, *instagram*, *X*, dan *tiktok*. Media sosial menawarkan interaktivitas yang tinggi dan memungkinkan komunikasi dua arah, yang berarti pengguna dapat secara langsung berinteraksi dengan konten, memberikan tanggapan, serta berpartisipasi dalam percakapan global. Media sosial juga memungkinkan komunikasi secara *real-time*, memberikan ruang untuk diskusi publik, dan memfasilitasi pembentukan komunitas berbasis minat.

2) *Blog* dan *mikroblog*

Jandy Luik menyebut *blog* dan *microblog* sebagai jenis media baru yang penting. *Blog* adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan konten berbentuk tulisan, gambar, atau multimedia secara lebih panjang dan mendalam. Sementara itu, *mikroblog* seperti *X*, memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan konten yang lebih singkat dan cepat, dengan

batasan jumlah karakter. Kedua jenis media ini memberikan kebebasan kepada individu untuk *mengekspresikan* diri, berbagai informasi, dan membangun audiens mereka sendiri. *Blog* dan *mikroblog* sering digunakan untuk jurnalisme warga, ulasan produk, dan kampanye digital, serta memberikan ruang bagi opini publik dan suara yang berbeda-beda.

3) Situs web berita digital dan portal informasi

Jenis media lainnya yang diidentifikasi oleh Jandy Luik adalah situs web berita digital dan portal informasi. Ini adalah platform online yang menyediakan berita, artikel, dan informasi terkini dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, dan video. Contohnya, situs berita seperti CNN, BBC, atau kompas.com. Media ini membuat akses informasi yang lebih cepat, *real-time* dan dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Situs web berita digital seringkali menawarkan berbagai perspektif dan analisis, memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi yang lebih kaya dan beragam dibandingkan dengan media tradisional.

4) Streaming media dan platform video

Platform streaming media dan video, seperti *youtube*, *netflix*, dan *spotify* sebagai jenis media baru yang semakin populer. Platform ini, dimana penggunanya dapat mengakses konten video dan audio secara *on-demand*, kapan saja, dan dimana saja. Jenis media ini telah merevolusi cara orang mengonsumsi hiburan, berita dan informasi, serta membuka peluang bagi individu dan organisasi untuk

menciptakan dan mendistribusikan konten mereka sendiri kepada audiens global. Fitur interaktif seperti komentar, like dan berbagi, platform ini juga memfasilitasi interaksi antara pembuat konten dan audiens.

5) Aplikasi pesan instan dan *chatbots*

Aplikasi pesan instan, seperti *whatsapp*, *telegram*, dan *messenger*, juga dianggap sebagai jenis media baru. Aplikasi ini dapat membuat komunikasi yang cepat dan langsung antara individu atau kelompok, baik dalam bentuk teks, suara maupun video. Selain itu, penggunaan *chatbots*, program otomatis yang dapat berinteraksi dengan pengguna, semakin populer di media baru ini untuk layanan pelanggan, pemasaran dan distribusi informasi. Jenis media ini sangat efektif untuk komunikasi pribadi maupun bisnis, karena dapat membuat percakapan yang lebih personal dan interaktif.

2.4 Karakteristik Media Baru

Ada beberapa karakteristik dari media baru menurut Martin Lister, diantaranya (Martin et al., 2009) :

1. Digitalisasi, merupakan sifat utama dari media baru yang merujuk pada penggunaan kode digital untuk menyimpan, mengirim, dan memproses data. Media baru dibangun diatas dasar teknologi digital yang memungkinkan representasi berbagai jenis informasi seperti teks, audio, gambar atau video dalam bentuk digital.
2. Interaktivitas, dalam media baru tingkat interaktivitasnya jauh lebih tinggi dibandingkan media tradisional. Pengguna dapat berpartisipasi

aktif dalam mengakses, mengubah atau membuat konten, serta berinteraksi dengan pengguna lain secara *real-time*. Interaktivitas ini menciptakan pengalaman yang lebih personal dan dinamis.

3. *Hypertextuality*, mengacu pada kemampuan media baru untuk menghubungkan berbagai teks atau informasi melalui *hyperlink*. Hal ini membuat pengguna untuk menjelajahi berbagai dokumen atau sumber informasi yang terkait dengan cara yang *non-linear*, berbeda dengan struktur linear yang khas dalam media tradisional seperti buku.
4. Virtualitas, merujuk pada kemampuan media baru untuk menciptakan ruang atau lingkungan virtual yang tidak ada secara fisik tetapi dapat dialami melalui teknologi digital.
5. Jaringan, media baru bergantung pada struktur jaringan yang memungkinkan komunikasi dan distribusi informasi secara global dan terdesentralisasi. Teknologi jaringan seperti internet membuat konektivitas antara berbagai perangkat dan platform, serta antar pengguna yang menghasilkan aliran informasi yang lebih cepat dan lebih luas.

Keseluruhan karakteristik media baru seperti yang dijelaskan, menunjukkan bagaimana teknologi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, mengakses dan mendistribusikan informasi. Digitalisasi, interaktivitas, *hypertextuality*, virtualitas, hingga jaringan merupakan elemen-elemen yang saling terkait yang membentuk pondasi dari media baru. Sehingga menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih fleksibel,

inklusif, dan responsif, dimana individu memiliki lebih banyak kontrol dan partisipasi.

2.5 Manfaat Media Baru

Media baru menghadirkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, dimulai dari cara berkomunikasi hingga pola konsumsi informasi. Di era digital ini, media baru tidak hanya memfasilitasi akses informasi yang lebih cepat dan lebih luas, tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih dinamis dan partisipatif antara pengguna.

Media baru mempunyai manfaat, diantaranya :

1. Aksesibilitas informasi yang lebih luas

Menurut Vincent Mosco, media baru memperluas aksesibilitas informasi di seluruh dunia. Mosco menekankan bahwa teknologi digital, seperti internet, membuat informasi didistribusikan dengan cepat dan efisien tanpa batasan geografis. Hal ini memberi kesempatan bagi individu untuk mengakses pengetahuan dan berita terkini serta sumber daya pendidikan dan informasi lainnya yang sebelumnya mungkin sulit dijangkau (Mosco, 2009).

2. Meningkatkan interaktivitas dan partisipasi pengguna

Media baru membuat pengguna untuk terlibat langsung dalam proses komunikasi dan konten. Tidak hanya sebagai penerima pasif, pengguna dapat berpartisipasi aktif dengan membuat, memodifikasi dan mendistribusikan konten mereka sendiri. Hal ini mendorong dialog

dan interaksi yang lebih luas, sehingga memperkuat hubungan sosial dan komunitas digital (Monich, 2001).

3. Peningkatan partisipasi demokratis dan sosial

Clay Shirky menyoroti bagaimana media baru terutama media sosial membuat lebih banyak orang untuk terlibat dalam diskusi publik, mengorganisir aksi sosial dan mengadvokasi isu-isu yang penting. Hal ini menciptakan ruang publik yang lebih inklusif dimana berbagai suara dapat didengar dan direspons yang pada akhirnya memperkuat proses demokrasi (Shirky, 2008).

4. Mendorong inovasi dan kreativitas

Menurut Henry Jenkins menguraikan bahwa media baru menciptakan lingkungan yang mendorong inovasi dan kreativitas. Media baru membuat perpaduan antara media tradisional dan digital, menciptakan ruang untuk kolaborasi kreatif dan eksperimen. Teknologi digital membuat individu dan komunitas untuk menciptakan, memodifikasi, dan mendistribusikan konten dengan cara yang tidak mungkin dilakukan dengan media tradisional (Jenkins, 2006).

Manfaat media baru yang luas dan beragam menunjukkan bagaimana teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi dan interaksi sosial kita. Dari peningkatan aksesibilitas informasi hingga partisipasi yang lebih inklusif dalam kehidupan publik, media baru membuat masyarakat lebih terhubung. Namun meskipun manfaatnya sangat signifikan, media baru juga membawa tantangan tersendiri, seperti masalah privasi, penyebaran informasi palsu dan polarisasi

sosial. Oleh karena itu, penting juga untuk menggunakan media baru dengan bijaksana, mengoptimalkan manfaatnya, sambil mengatasi risiko yang mungkin timbul.

3. Diplomasi Digital

3.1 Definisi Diplomasi Digital

Praktik diplomasi telah berlangsung sejak lama dan terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu. Pada sekitar tahun 1815, berbagai kegiatan diplomatik mulai berkembang pesat, termasuk perekrutan perwakilan diplomatik, penyusunan prosedur resmi dalam diplomasi, serta pembentukan Kementerian Luar Negeri. Masa tersebut menandai awal dari era diplomasi tradisional atau yang dikenal sebagai *old diplomacy*.

Seiring waktu, diplomasi tradisional mulai bertransformasi menuju *new diplomacy*, kegiatan diplomatik tidak lagi terbatas pada interaksi formal antar pemerintah atau antarnegara. Melainkan aktor yang terlibat dalam diplomasi semakin beragam, tidak hanya negara, tetapi juga aktor non negara seperti organisasi non pemerintah, perusahaan multinasional, media massa, publik dan berbagai pihak lainnya.

Selain itu, instrumen diplomasi pun turut berkembang, jika pada diplomasi lama negara mengandalkan kekuatan ekonomi, militer dan sumber daya lainnya untuk meningkatkan dalam berdiplomasi. Maka diplomasi baru, negara juga memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi utamanya internet serta media sosial sebagai alat strategis dalam menjalankan aktivitas diplomatik.

Kedua hal tersebut digunakan sebagai instrumen diplomasi karena media sosial membuat penggunanya untuk berkomunikasi, bersosialisasi dan menyebarkan informasi dengan cepat. Meningkatnya dalam penggunaan media sosial dan internet dimanfaatkan oleh banyak negara untuk menjalankan kegiatan diplomasi. Negara mulai berlomba memanfaatkan berbagai platform media sosial yang tersedia, karena setiap platform media sosial memiliki fungsi dan basis pengguna yang berbeda-beda.

Kemudahan akses terhadap perangkat komunikasi yang terhubung dengan jaringan internet turut mendukung penyebaran informasi diplomatik secara lebih luas. Kini, informasi terkait aktivitas diplomasi suatu negara dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun, dan di mana pun. Fenomena ini dikenal dengan istilah diplomasi digital.

Lewis menjabarkan diplomasi digital sebagai bentuk diplomasi yang memanfaatkan instrumen digital, khususnya media sosial, untuk berkomunikasi dengan masyarakat (Adesina, 2017). Sejalan dengan hal tersebut, Potter menyatakan diplomasi digital berkaitan dengan praktik diplomasi yang memanfaatkan teknologi berbasis jaringan dan digital, seperti internet, perangkat mobile, serta berbagai saluran media sosial.

Manor dan Segev menegaskan pentingnya peran media sosial dalam diplomasi digital dengan menyatakan bahwa diplomasi digital mengacu pada pemanfaatan platform media sosial yang semakin berkembang oleh suatu negara untuk mencapai kepentingan luar

negerinya serta secara aktif mengelola citra dan reputasinya (Manor & Segev, 2015).

Manor dan Segev juga mengemukakan bahwa diplomasi digital ada di dua tingkat yaitu kementerian luar negeri dan tingkat perwakilan kedutaan besar. Kedua tingkatan tersebut, diplomasi digital dipandang mampu membantu negara dalam mencapai berbagai kepentingannya, salah satunya melalui upaya pembentukan *nation branding*. Selain itu, diplomasi digital juga dinilai sebagai alat yang efektif untuk menjaga reputasi negara (*image management*) karena mampu menciptakan komunikasi dua arah diantara penggunanya.

Fergus Hanson (Hanson, 2012) juga mendefinisikan secara sederhana sebagai penggunaan internet dan teknologi informasi baru untuk membantu mencapai tujuan diplomatik. Ada delapan tujuan kebijakan untuk diplomasi digital, diantaranya :

- 1) Manajemen pengetahuan, pengumpulan informasi dari seluruh divisi atau departemen pemerintahan untuk mendukung pencapaian tujuan nasional.
- 2) Diplomasi publik, berfungsi menjaga komunikasi dengan warga negara di luar negeri serta menjadi alat komunikasi dengan masyarakat luas dan media online berpengaruh lainnya.
- 3) Manajemen informasi, yaitu pengelolaan arus informasi yang digunakan untuk pengambilan keputusan serta memprediksi dan merespons perkembangan sosial dan politik.

- 4) Komunikasi dan respon konsuler, berperan dalam menjalin komunikasi terkait layanan konsuler dengan warga negara di luar negeri, terutama dalam situasi darurat.
- 5) Respon terhadap bencana, digunakan sebagai sarana komunikasi untuk penanganan dan mitigasi bencana alam.
- 6) Kebebasan internet, sebagai upaya untuk mendukung kebebasan berekspresi dan penguatan demokrasi.
- 7) Sumber daya eksternal, menciptakan mekanisme digital untuk membuka peluang dalam mewujudkan kepentingan nasional.
- 8) Perencanaan kebijakan, berfungsi sebagai alat untuk mengoptimalkan koordinasi dan perencanaan dalam mencapai tujuan nasional.

Wilson Wizard dalam *“Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the International Age”* menyatakan terdapat tiga peran penting diplomasi digital. Pertama, mengangkat isu kebijakan luar negeri yang mengikutsertakan sumber informasi dan komunikasi dengan menggunakan teknologi canggih. Kedua, terjadi transformasi dalam lembaga-lembaga yang menangani urusan diplomasi seperti Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia yang mulai mengintegrasikan teknologi digital dan internet dalam pelaksanaan tugasnya. Ketiga, diplomasi publik kini memiliki peran yang semakin besar dalam membentuk opini publik dan kemajuan teknologi turut mempermudah proses ini (Wizard, 2001).

Diplomasi digital merupakan bentuk baru dari diplomasi publik yang memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai instrumen. Kehadiran diplomasi digital bukan untuk menggantikan bentuk diplomasi tradisional antar negara, melainkan untuk mengoptimalkan peran diplomasi yang dijalankan negara maupun perwakilan diplomatik khususnya dalam hal penyampaian informasi, layanan konsuler serta perlindungan kepada WNI.

Diplomasi digital merupakan pemanfaatan internet serta teknologi informasi dan komunikasi dalam mendukung pencapaian tujuan diplomatik suatu negara. Diplomasi jenis ini dipandang sebagai alat yang efektif untuk mendorong pelaksanaan kebijakan luar negeri terutama di era modern yang sangat bergantung pada kemajuan teknologi.

Menurut Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, diplomasi digital lebih diarahkan pada pelaksanaan kegiatan diplomasi dan kebijakan luar negeri melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi termasuk penggunaan situs *web* dan media sosial. Diplomasi digital bertujuan menjadi saluran strategis untuk membentuk dan memperlihatkan citra suatu negara di mata dunia. Saluran diplomasi digital dioperasikan dengan tujuan untuk menjalin keterlibatan langsung dengan berbagai pihak, seperti masyarakat, reporter, pengambil kebijakan dengan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (Kemlu RI) dan kedutaan besar. Sebagai implikasinya, peran diplomat tidak menggantikan diplomasi tradisional, melainkan memperluas cakupannya

dengan menerapkan pendekatan yang lebih inovatif (Bjola & Holmes, 2015).

1.2 Tujuan dan Fungsi Diplomasi Digital

Diplomasi digital berkembang sebagai respons terhadap dinamika global yang semakin dipengaruhi oleh teknologi informasi dan komunikasi. Tujuan dan fungsi dari diplomasi digital mencerminkan adaptasi strategi diplomasi tradisional ke dalam ruang digital dimana komunikasi bersifat lebih terbuka, instan dan partisipatif.

Menurut Nicholas J. Cull (Cull, 2013), diplomasi digital merupakan bagian dari diplomasi publik yang bertujuan untuk membangun citra positif negara (*nation branding*), menyampaikan narasi nasional, serta menjalin komunikasi dua arah dengan masyarakat internasional. Cull menekankan bahwa dalam era digital, keberhasilan diplomasi tidak hanya bergantung pada informasi yang disampaikan, tetapi juga pada kemampuan negara untuk mendengarkan dan membangun hubungan dengan audiens global melalui platform digital. Cull mengklasifikasikan tujuan diplomasi publik termasuk diplomasi digital, yaitu :

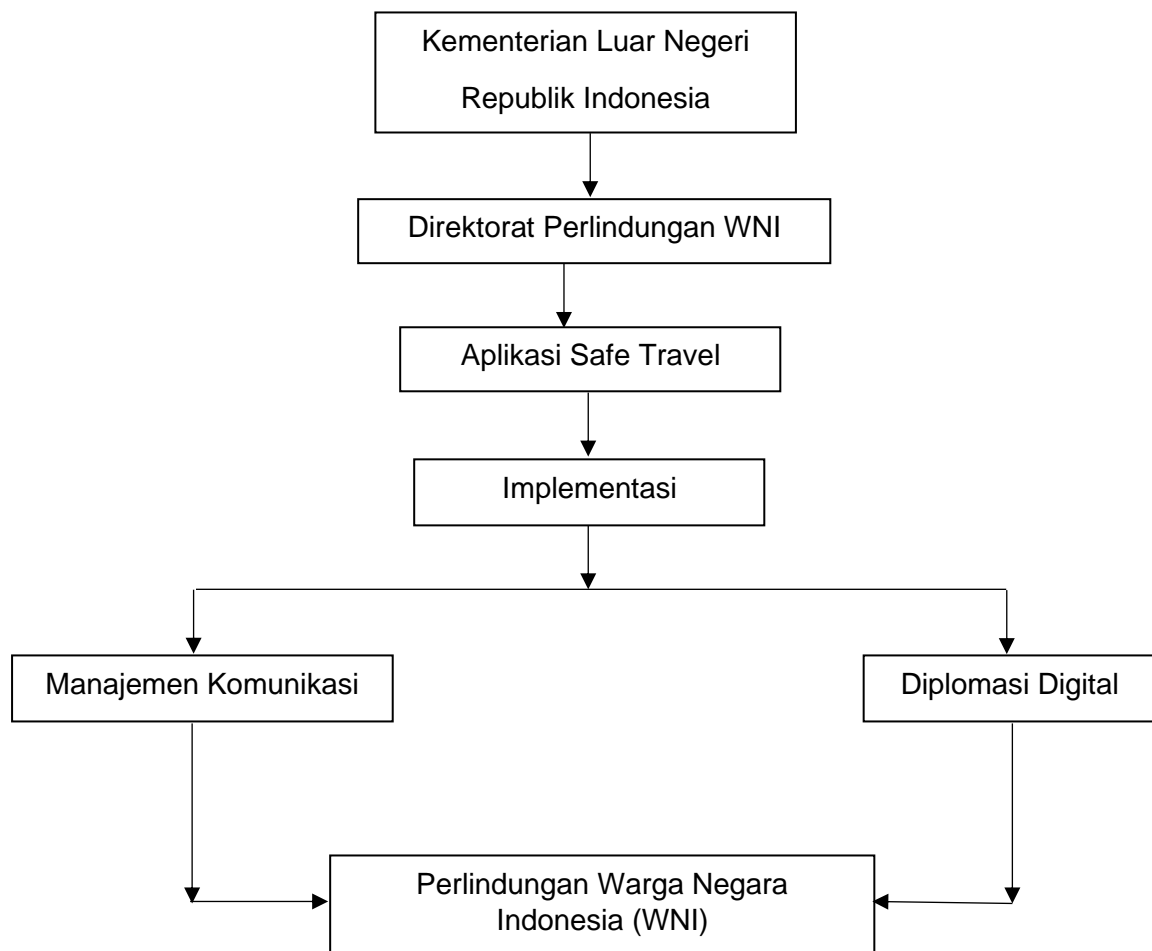
1. Mendengarkan opini dan persepsi publik
2. Menyampaikan kebijakan luar negeri
3. Pertukaran budaya
4. Penyiaran informasi ke luar negeri untuk membentuk opini publik

Diplomasi digital memiliki sejumlah fungsi yang memperluas cakupannya. Menurut Corneliu Bjola (Bjola & Holmes, 2015), diplomasi

digital memiliki fungsi sebagai alat strategis dalam komunikasi internasional yang lebih cepat, responsive dan partisipatif.

1. Mendukung komunikasi krisis secara *real-time* dimana negara memberikan informasi yang cepat dan akurat
2. Memperluas jangkauan diplomatik
3. Membangun dan memelihara hubungan antar negara dengan publik
4. Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas diplomasi
5. Mengelola reputasi negara

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

E. Batasan Konseptual

Beragam konsep dalam suatu penelitian merupakan elemen penting yang harus dipahami untuk mempermudah proses penelitian. Untuk dapat menjelaskan, menganalisis, memahami setiap konsep secara tepat, diperlukan definisi yang jelas dan terukur atas masing-masing konsep tersebut.

1. Implementasi

Implementasi merupakan tahap dalam penerapan suatu rencana, kebijakan, program atau strategi ke dalam tindakan nyata dengan tujuan untuk mencapai hasil yang telah ditetapkan sebelumnya.

2. Manajemen komunikasi

Manajemen komunikasi adalah proses yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian hingga evaluasi terhadap aktivitas komunikasi untuk memastikan pesan dapat diterima secara efektif oleh pihak yang dituju dan mendukung tercapainya tujuan organisasi.

3. *Safe Travel*

Safe travel adalah aplikasi resmi yang dikembangkan oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia yang bertujuan untuk memberikan layanan informasi serta perlindungan bagi WNI yang akan atau sedang berada di luar negeri.

4. Diplomasi Digital

Diplomasi digital merujuk pada pemanfaatan teknologi digital khususnya internet dan media sosial oleh aktor diplomatik dalam menjalankan kebijakan luar negeri.

5. Perlindungan Warga Negara Indonesia (WNI)

Perlindungan WNI di luar negeri adalah upaya pemerintah Indonesia dalam menjamin keselamatan, keamanan, pemenuhan hak-hak, serta kesejahteraan warga negara yang berada di luar negeri termasuk perlindungan hukum dan penanganan dalam situasi darurat atau krisis