BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Ada dua peneilitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi komunikasi diplomatik di KBRI Dili, dalam bidang diplomasi pendidikan menjadi salah satu alat atau instrumen untuk membangun kerja sama (Nyoman et al., n.d.) strategi komunikasi yang dilakukan oleh Konsulat Jeneral Timor-Leste di Bali dalam menampilkan diplomasi kebudayan melalui kerja sama dengan institusi pendidikan dan media, yang kelak memperoleh respons yang baik dari masyarakat setempat. Menurut penelitian Oktaviani (2024) menekankan bahwa peran diplomasi budaya Indonesia melalui program pendidikan dan kebudayaan dalam hubungannya dengan Timor-Leste. Beberapa pemangku kepentingan dari Indonesia seperti KEMENDIKBUD, KEMENLU, KBRI dan PBI Dili turut berperan aktif dalam berbagai program dari KBRI dalam hal ini pertukaran budaya, festival budaya dan pemberian beasiswa, hal ini mampu untuk memperat hubungan bilateral antara Indonesia dan Timor-Leste.

Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
Diplomasi Budaya Indonesia melalui Pendidikan dan Kebudayan terhadap Timor-Leste tahun 2016-2023	Siska Oktaviani	2024	Pendekatan kualitatif deskriptif dengan data sekunder dari studi literatur	Program pendidikan dan kebudayaan Indonesia di Timor-Leste, dengan tujuan memperluas pengaruh budaya Indonesia, meningkatkan

				kunjungan wisata dan memperkuat hubungan ekonomi.
Strategi Komunikasi Konsulat Jeneral Republik Demokratik Timor-Leste dalam Mempromosikan Seni dan Budaya Timor-Leste di Bali	Cipta Dewi, Astuti, Oscarino	2022	Pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi	Konsulat Jenderal Timor-Leste di Bali memaksimalkan promosi seni dan budaya melalui penyempaian kepada lembaga pendidikan, berbagai media dan medapat respons yang baik dari masyarakat.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

(Sumber: Olahan Peneliti)

Berdasarkan dua peneltian terdahulu tersebut tidak terlepas dari beberapa tantangan. Beberapa di antaranya mencakup sistem pendidikan, keterbatasan sumber daya dan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kerja sama terkait program pendidikan dengan Indonesia. Oleh karena itu, perlu merancang strategi komunikasi diplomatik yang baik dan tepat agar meningkatkan pemahaman dan partisipasi dalam program pendidikan.

2.1.2 Landasan Teori

Pendekatan atau teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teori Komunikasi Publik, Strategi Komunikasi dan Aktivitas Diplomatik. Berikur penljelasan mengenai teori-teori tersebut:

1. **Komunikasi Publik**

   Komunikasi publik dapat dipahami secara umum sebagai suatu proses terarah yang bertujuan untuk memberikan informasi, memengaruhi, atau mendorong terjadinya perubahan perilaku pada kelompok khalayak yang cukup jelas dan luan. Upaya ini biasanya ditujukan untuk kepentingan nonkomersial, baik bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan, dan dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu melalui aktivitas komunikasi yang terorganisasi dengan memanfaatkan media massa. Selain itu, komunikasi publik kerap diperkuat dengan dukungan interaksi interpersonal (Vries, 2019).

   Komunikasi publik atau retorika adalah proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada audiens dalam skala luas, biasanya dalam konteks formal seperti pidato, presentasi, atau forum publik. Tujuan utamanya ialah memberikan informasi, menghibur, atau membujuk audiens agar menerima gagasan yang disampaikan. Selain menyampaikan pesan, komunikasi publik juga menekankan keterampilan berbahasa, strategi retorika, serta pemahaman audiens, sehingga dapat membangun kedekatan emosional dan memperkuat pengaruh terhadap opini serta partisipasi masyarakat (West & Turner, 2007, h. 39). Komunkasi publik merupakan distribusi informasi dari satu orang kepada kelompok besar atau masyarakat.

   Menurut Cangara (2013) Komunikasi publik berkaitan erat dengan demokrasi karena membuka ruang partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan tertentu terkait isu-isu kepentingan umum. Oleh karena itu, komunikasi publik berfungsi tidak hanya sebagai saluran

informasi, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk memperkuat interaksi antara pemerintah, organisasi, dan masyarakat.

2. Efektivitas Komunikasi Publik

Komunikasi publik akan berjalan efektif apabila dirancang dengan perencanaan yang matang dan persiapan yang tepat. Penyusunan komunikasi publik seyogianya berorientasi pada kepentingan masyarakat sekaligus kepentingan organisasi. Oleh karena itu, untuk meminimalisasi berbagai keterbatasan yang mungkin muncul dalam praktik komunikasi publik, para pelakunya perlu menerapkan langkah-langkah strategis tertentu (Komunikasi et al., 2025).

Berikut lima langkah strategis komunikasi publik:

a. Memahami karakteristik audiens secara mendalam

Seorang komunikator perlu mengenali latar belakang audiens yang dituju, mencakup usia, jenis kelamin, pendidikan, status sosial, budaya, hingga nilai yang mereka anut. Pemahaman ini penting agar pesan dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi psikologis maupun sosial audiens, sehingga komunikasi berlangsung lebih efektif (Binlibdah, 2024).

b. Menyusun pesan yang jelas, terstruktur, dan relevan

Pesan komunikasi harus dirancang secara sistematis dan logis, tidak hanya sekadar menyampaikan informasi. Kejelasan dan keterkaitan isi dengan isu yang diangkat akan memudahkan audiens memahami pesan serta meningkatkan kemungkinan pesan diterima sesuai harapan komunikator (Yudhanto et al., 2023).

c. Penggunaan media komunikasi yang tepat

Pemilihan media harus mempertimbangkan sasaran audiens, tujuan komunikasi, dan konteks situasi. Media massa efektif untuk menjangkau khalayak luas, media digital cocok untuk interaksi dua arah, sementara komunikasi tatap muka lebih tepat untuk membangun kedekatan personal (Thompson, 2024).

d. Strategi retorika dan gaya komunikasi yang sesuai

Retorika berkaitan dengan seni berbicara yang persuasif. Komunikator perlu menyesuaikan bahasa, gaya, dan teknik penyampaian agar pesan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu membujuk, memengaruhi, bahkan mendorong tindakan audiens (*Sunyako Mulya 1**, 2025).

e. Evaluasi secara berkala

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas komunikasi publik dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui evaluasi, komunikator dapat mengidentifikasi kelemahan, mengukur hasil yang diperoleh, serta menyusun perbaikan untuk meningkatkan kualitas komunikasi berikutnya (Raupp, 2008).

Komunikasi publik adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas dengan tujuan memberi informasi, membujuk, atau memengaruhi. Keberhasilannya dipengaruhi oleh pemahaman audiens, kejelasan pesan, pemilihan media yang tepat, strategi retorika, serta evaluasi berkelanjutan. Dengan pengelolaan yang baik, komunikasi publik berperan penting dalam membentuk opini, meningkatkan partisipasi, dan menciptakan kesepahaman bersama.

3. Strategi Komunikasi

Menurut Holthausen (2008) strategi komunikasi merupakan cara atau proses penyusunan rancangan komunikasi secara sadar dan sistematis untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan atau *planing* dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan dari organisasi. Strategi komunikasi merupakan panduan atau pedoman perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi dalam komunikasi masih menjadi perdebatan karena sering dianggap identik dengan persuasi negatif (Faruquee et al., 2021). Namun, ada yang berpendapat bahwa semua komunikasi memiliki unsur strategis. Dengan demikian, komunikasi strategis tidak hanya sebatas praktik, tetapi juga melibatkan refleksi

atas relasi kekuasaan dan kepentingan dalam berbagai organisasi, baik bisnis, politik, sosial, maupun pemerintahan.

Menurut (Rachmiatie et al., 2019) menjelaskan bahwa komunikasi strategis memiliki potensi dalam menimbulkan hambatan apabila tidak diselenggarakan secara optimal akan berujung masalah. Secara umum, strategi komunikasi bertujuan untuk mengelola alur informasi dan membentuk opini publik sehingga mendukung pencapaian tujuan organisasi. Strategi komunikasi berperan penting untuk memahami karakter audiens dan menentukan saluran media atau komunikasi yang tepat dan merancang pesan sesuai latar belakang sosial dan budaya yang ada.

Menurut (Bled & Apr, 2002) mengatakan bahwa strategi komunikasi organisasi merupakan cara yang dirancang secara teratur untuk menyampaikan informasi kepada pihak internal maupun eksternal organisasi agar membangun hubungan kerja yang terstruktur untuk mencapai tujuan visi dan misi organisasi dan meningkatkan kepecayaan masyarakat.

Pendekatan strategi komunikasi membutuhkan pengetahuan yang mendalam tentan nilai dan budaya dari berbagai audiens internasional agar dapat diterima oleh banyak kelompok orang (Dipa et al., 2023). Strategi komunikasi internasional berperan sebagai suatu birokrasi luar negeri dan saran untuk menjelaskan kebijakan di kanca internasional, agar mempererat hubungan kerja sama antarnegara dan mencapai tujuan bersama.

Menurut Fred R. David (2002), strategi komunikasi dipahami sebagai integrasi antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang diarahkan pada pencapaian tujuan tertentu. Implementasinya harus bersifat praktis sekaligus adaptif, sehingga dapat disesuaikan dengan dinamika situasi maupun kondisi yang dihadapi.

Berikut konsep-konsep startegi komunikasi menurut (Holtzhausen & Zerfass, 2014).

1. Komunikasi yang Disengaja dan Terarah

Strategi komunikasi adalah proses komunikasi yang diimplementasikan dengan sengaja dan dalam bentuk serta tujuan tertentu untuk mencapai sasaran tertentu. Strategi ini tidak hanya berfokus pada penyebaran pesan, tetapi juga memastikan bahwa pesan-pesan tersebut konsisten dengan misi, visi, dan nilai-nilai organisasi (Holtzhausen & Zerfass, 2014).

2. Berorientasi pada Tujuan (*Goal-Oriented*)

Setiap aktivitas komunikasi dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi, baik itu untuk menciptakan citra positif, mengubah persepsi, mempengaruhi tindakan audiens, atau menjaga hubungan dengan publik (History, 2024).

3. Berbasis pada Perencanaan dan Manajemen

Strategi komunikasi merupakan integrasi dari aspek perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi bukan hanya berupa ide, tetapi juga mewujudkannya dalam program dan aktualisasi yang konkret (Awaludin, 2023).

4. Bersifat Adaptif terhadap Konteks

Strategi komunikasi tidak akan bersifat mutlak dan perlu disesuaikan dengan kinerja lingkungan sosial, politik, ekonomi, dan budaya organisasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus adaptif, sehingga dapat mengatasi perubahan lingkungan (Sam et al., 2023).

5. Mencakup Dimensi Kekuasaan dan Kepentingan

Dalam konteks kritis, strategi komunikasi dianggap selalu terkait dengan relasi kekuasaan. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi tidak lagi netral, melainkan diterapkan untuk menciptakan opini,

memperoleh legitimasi, dan memajukan kepentingan tertentu dalam realitas masyarakat (Dardis et al., 2025).

6. Interdisipliner

Strategi komunikasi mencakup unsur-unsur dari bidang lain seperti manajemen, pemasaran, ilmu politik, sosiologi, dan studi media. Oleh karena itu, bidang ini telah menjadi bidang studi lintas sektoral yang dapat diterapkan pada bisnis, pemerintahan, aktivisme, diplomasi, dan kesehatan (Werder et al., 2018).

7. Berorientasi pada Publik dan Partisipasi

Komunikasi strategis modern didasarkan pada keterlibatan aktif masyarakat. Alih-alih sebagai penerima pasif, audiens dianggap sebagai aktor yang juga berpartisipasi dalam pembentukan makna, terutama di era digital melalui interaksi (Sumarni Zainuddin et al., 2024).

Strategi komunikasi dipandang sebagai cara untuk memenuhi tujuan negara atau pemerintah. Keterampilan ini terdiri dari ajakan kerja sama, perencanaan, pengendalian, dan kegiatan evaluasi (Hudders et al., 2021).

Oleh karena itu, strategi komunikasi dapat dilihat sebagai kombinasi dari perencanaan, taktik, dan metode yang diharapkan dapat memfasilitasi proses komunikasi dalam segala aspek sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

4. Aktivitas Diplomatik

Hard diplomacy adalah diplomasi yang menggunakan ancaman kekuatan, sanksi ekonomi, dan tekanan politik sebagai instrumen paksaan atau agresif untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri dengan suatu negara (Peksen & Jeong, 2021).

Soft diplomacy adalah diplomasi yang dilakukan melalui daya tarik, persuasi, budaya, dan citra baik negara tanpa memaksa atau menyelaraskan pihak lain dengan kekuatan militer atau ekonomi (Nye, 2013).

Aktivitas diplomatik merujuk pada serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memperkuat, mempertahankan, dan membangun hubungan antara suatu negara dengan negara lain/organisasi internasional melalui penggunaan perwakilan resmi seperti kedutaan besar, konsulat, atau utusan khusus (Derian, 1987). Model komunikasi politik atau negosiasi antar negara juga diwakili dalam aktivitas diplomatik; hal ini digunakan untuk menciptakan, mengendalikan, dan membimbing hubungan internasional melalui diplomasi lunak. Diplomasi tidak terbatas pada negosiasi, tetapi juga mencakup penyampaian informasi, penerjemahan, proyeksi identitas suatu negara, dan penyelesaian masalah dunia. Perkembangan komunikasi dunia telah mengubah tidak hanya citra diplomasi sebagai aktivitas elit politik tetapi juga sebagai aktivitas bagian dari sistem komunikasi internasional dengan tujuan membangun citra dan memenangkan legitimasi melalui pendekatan daya tarik budaya (Nye, 2008). Aktivitas-aktivitas ini dibagi lagi menjadi beberapa aspek:

1. **Kedutaan besar, konsulat, dan utusan khusus**

   Kantor perwakilan utama suatu negara di negara asing adalah kedutaan besar dan dipimpin oleh seorang duta besar. Konsulat biasanya bertanggung jawab atas administrasi, perdagangan, dan perlindungan warga negara mereka di negara asing. Sementara itu, utusan khusus digunakan pada kesempatan-kesempatan khusus yang menarik, misalnya ketika perundingan perdamaian sedang berlangsung, atau ketika mengunjungi konferensi internasional. Semua jenis perwakilan ini menjadi saluran resmi diplomasi antar negara (Prameswari, 2022).

2. **Kerja sama sosial-budaya**

   Gaya aktivitas diplomatik lainnya adalah kolaborasi dalam bidang budaya, pendidikan, dan sosial yang dapat membantu mempererat hubungan antar negara. Hal ini dapat mencakup program beasiswa, pertukaran pelajar, penyelenggaraan festival budaya, dan penelitian bersama. Ini tidak hanya meningkatkan kesadaran lintas budaya, tetapi juga reputasi baik negara tersebut (Mueller, 2020).

3. **Diplomasi publik**

   Diplomasi publik adalah jenis kontak langsung suatu negara dengan budaya lain untuk mendapatkan dukungan dan pemahaman serta menampilkan citra positif. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan informasi, program pendidikan, kerja sama dengan media atau pertukaran budaya (Mueller, 2020).

4. **Diplomasi budaya**

   Diplomasi ini berkaitan dengan pengembangan nilai-nilai, tradisi, seni, bahasa, dan warisan budaya suatu bangsa dalam upaya memperkuat hubungan dengan bangsa lain. Hal ini mencakup misi seni atau pendirian pusat bahasa di negara lain sebagai beberapa praktik yang dilakukan (Prameswari, 2022).

5. **Diplomasi Pendidikan**

   Diplomasi pendidikan merupakan bentuk diplomasi budaya dan diplomasi publik di mana pendidikan digunakan sebagai alat diplomasi dalam membangun hubungan internasional yang baik dan berkelanjutan. Melalui program beasiswa, pertukaran pelajar, dan kerja sama antar universitas (Nye, 2008). Diplomasi pendidikan juga digunakan untuk mempromosikan terciptanya citra positif suatu negara di tingkat internasional, serta untuk membangun jaringan alumni yang tidak hanya terhubung secara emosional dan intelektual dengan negara tempat program pendidikan diberikan, tetapi juga dengan negara tersebut (Prameswari, 2022).

Komunikasi antarnegara adalah cara resmi yang digunakan semua negara untuk mengejar kepentingan politik, ekonomi, dan sosialnya. Komunikasi ini memiliki aspirasi untuk mendominasi hubungan dengan negara lain dan menyelesaikan masalah secara damai (Shrestha, 2022). Diplomasi juga memiliki arti penting dalam hal diplomasi lunak untuk memasarkan program-program negara kepada masyarakat setempat.

Berridge (1995) mendefinisikan diplomasi sebagai seni dan praktik negosiasi antar negara dan kemampuan untuk mengendalikan dan mengatur

urusan luar negeri tanpa menimbulkan ketidakpuasan atau perang. Diplomasi juga dicirikan sebagai cara menjalankan hubungan internasional melalui negosiasi, yang dimoderasi dan dikendalikan oleh duta besar atau perwakilan negara, seni para diplomat.

2.1.3 Kerangka Berpikir

Dasar penelitian ini adalah bahwa konsep komunikasi publik adalah penyampaian pesan kepada khalayak ramai dalam upaya memperoleh informasi, pengaruh, atau opini. Komunikasi publik dinilai berdasarkan interpretasi audiens, keringkasan pesan, media yang digunakan, strategi retorika yang terlibat, dan evaluasi berkelanjutan. Salah satu alatnya adalah komunikasi publik, yang penting digunakan dalam bidang diplomasi untuk membangun citra positif dan melibatkan masyarakat internasional dalam proses tersebut (Vries, 2019); West & Turner, 2007; Cangara, 2013; (Komunikasi et al., 2025).

Sementara itu, strategi komunikasi dapat didefinisikan sebagai penggabungan perencanaan komunikasi organisasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Ini adalah strategi interdisipliner, adaptif, dan terencana yang mencakup manajemen, politik, dan budaya. Dengan demikian, strategi komunikasi adalah pedoman yang mengatur aliran informasi, membangun opini masyarakat, dan meningkatkan legitimasi nasional dan internasional (David, 2002; (Bled & Apr, 2002); Holtzhausen & Zerfass, 2014; Dipa et al., 2023).

Sementara itu, diplomasi dianggap sebagai komunikasi antar negara melalui kedutaan, konsulat, utusan khusus, dan lain-lain. Kegiatan tersebut tidak hanya terbatas pada negosiasi politik, tetapi juga hubungan ekonomi, kerja sama budaya, perlindungan warga negara, dan diplomasi publik. Saat ini, mereka juga mengembangkan diplomasi digital, lingkungan, dan pendidikan, yang digunakan untuk meningkatkan citra negara dan membangun koneksi internasional (Derian, 1987; Nye, 2008; Berridge, 1995; Shrestha, 2022; Rachman et al., 2024). Unsur-unsur teoritis komunikasi yang telah digunakan untuk menganalisis peran komunikasi

dalam diplomasi antar negara adalah komunikasi publik, strategi komunikasi, dan diplomasi.



Gambar 1
Kerangka Konseptual

(Sumber: Olahan Peneliti)