

**ANALISIS UPAYA DIPLOMASI PUBLIK BRASIL MELALUI  
KARNAVAL RIO DE JANEIRO 2023-2024  
SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
ISLAM  
INDONESIA**

Oleh:

**SALWA ALYA SALSABILA**

21323211

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2025**

**ANALISIS UPAYA DIPLOMASI PUBLIK BRASIL MELALUI**

**KARNAVAL RIO DE JANEIRO 2023-2024**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh

Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

**SALWA ALYA SALSABILA**

21323211

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Analisis Upaya Diplomasi Publik Brasil Melalui Karnaval Rio De Janeiro  
2023-2024**

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh  
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Pada Tanggal

17/09/2025

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia  
Ketua Program Studi



*Karina*  
Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.

Dewan Penguji

- 1 Hasbi Aswar, S.IP., M.A., Ph.D.
- 2 Mohamad Rezky Utama, S.IP., M.Si.
- 3 Hadza Min Fadhli Robby, S.I.P., M.Sc.

Tanda Tangan

## **PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

*Yogyakarta, 29 Agustus 2025*

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Salwa Alya Salsabila', written over a horizontal line.

---

*Salwa Alya Salsabila*

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Cakupan penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran.....	12
1.7 Argumen Sementara.....	15
1.8 Metode Penelitian.....	16
1.8.1 Jenis Penelitian.....	16
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	16
1.8.3 Metode Pengumpulan Data.....	16
1.8.4 Proses Penelitian.....	16
1.9 Sistematika Pembahasan.....	17
<b>BAB 2.....</b>	<b>18</b>
<b>KARNAVAL SEBAGAI DIPLOMASI PUBLIK BRASIL.....</b>	<b>18</b>
2.1. Diplomasi Publik Brasil.....	18
2.2. Karnaval Rio De Janeiro Sebagai Diplomasi Publik.....	23
<b>BAB 3.....</b>	<b>30</b>
<b>DIPLOMASI PUBLIK BRASIL MELALUI KARNAVAL RIO DE</b>	
<b>JANEIRO 2023-2024.....</b>	<b>30</b>
3.1. News Management.....	30
3.2. Strategic Communication.....	37
3.3. Relationship Building.....	43
<b>BAB 4.....</b>	<b>51</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>51</b>
4.1. Kesimpulan.....	51
4.2 Rekomendasi.....	54

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
----------------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Upaya Diplomasi Publik Brasil Melalui Karnaval Rio De Janeiro 2023-2024.....	45
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Seruan Embratur Memeriahkan Karnaval Dengan Memperhatikan Hak Asasi Manusia.....	33
Gambar 2. Pernyataan Prof. Luiz Antonio Simas Tentang Karnaval.....	34
Gambar 3. Kemeriahhan Karnaval Rio De Janeiro.....	35
Gambar 4. Kemeriahhan Karnaval Rio De Janeiro Dalam Kanal Youtube Rio Carnaval...	36

## ABSTRAK

Karnaval menjadi salah satu alat diplomasi publik yang digunakan Brasil untuk mempromosikan citra positifnya dengan cara memperkenalkan keindahan dan keragaman budayanya. Acara budaya ini telah menjadi simbol utama yang menampilkan keragaman dan kekayaan budaya Brasil melalui parade spektakuler yang diisi dengan musik samba, tarian, dan kostum megah. Karnaval ini menjadi kesempatan bagi Brasil untuk mempromosikan identitas nasional dan mengembangkan hubungan internasional yang lebih baik. Dengan menggunakan strategi diplomasi publik milik Mark Leonard, yaitu Manajemen Berita, Komunikasi Strategis, dan Pembangunan Hubungan. Melalui strategi ini karnaval tidak hanya berdampak pada pariwisata dan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat posisi Brasil sebagai negara yang kaya budaya dan memiliki pengaruh di dunia. Dengan ini, Karnaval Rio De Janeiro berperan sebagai alat diplomasi publik yang efektif untuk memperluas pengaruh Brasil, memperkuat identitas nasional, dan menciptakan hubungan diplomatik yang lebih kuat.

**Kata-kata kunci:** Karnaval Rio De Janeiro, Diplomasi Publik, Brasil, Samba

## ABSTRACT

Carnival is one of the public diplomacy tools Brazil uses to promote its positive image by showcasing the beauty and diversity of its culture. This cultural event has become a major symbol that showcases the diversity and richness of Brazilian culture through spectacular parades filled with samba music, dances and magnificent costumes. The carnival is an opportunity for Brazil to promote its national identity and develop better international relations. By using Mark Leonard's public diplomacy strategies, namely News Management, Strategic Communication, and Relationship Building. Through these strategies the carnival not only impacts tourism and the local economy, but also strengthens Brazil's position as a culturally rich and influential country in the world. With this, the Rio De Janeiro Carnival serves as an effective public diplomacy tool to expand Brazil's influence, strengthen national identity, and create stronger diplomatic relations.

**Keywords:** Rio De Janeiro Carnival, Public Diplomacy, Brazil, Samba

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Brasil merupakan salah satu negara terbesar di Amerika Selatan yang memiliki beragam populasi dengan warisan budaya yang sangat kaya. Brasil memiliki sekitar 215.755.00 jumlah penduduk dengan populasi asli yang berasal dari Indian, Afrika, dan Portugis. Budaya Portugis secara historis telah memberikan pengaruh yang besar di Brasil, sedangkan Afrika memberikan pengaruhnya di daerah pesisir antara Timur Laut dan Rio De Janeiro. Pengaruh ini mencakup aspek kehidupan sehari - hari seperti praktik keagamaan, makanan tradisional, tarian serta musik yang populer (Hardiantoro and Nugroho 2023).

Brasil telah dikenal sebagai negara yang memiliki keberagaman etnis, keindahan alamnya yang mempesona, musik yang mendunia, serta keseniannya yang memukau, oleh karena itu Brasil memiliki peluang untuk mempromosikan citra positifnya serta memperluas pengaruh budaya mereka di tingkat global melalui diplomasi publik. Sebagai salah satu negara terbesar dan paling berpengaruh di Amerika latin, Brasil telah menyadari betapa pentingnya diplomasi publik untuk memperkuat posisinya di panggung internasional. Dalam beberapa tahun terakhir Brasil telah menunjukkan kesadaran yang semakin besar terhadap pentingnya diplomasi publik dalam strategi luar negeri mereka. Upaya - upaya yang dilakukan oleh Brasil ini mencakup memberikan dukungan terhadap seniman dan budayawan Brasil, mempromosikan budaya Brasil di kancan internasional, serta berpartisipasi aktif dalam acara - acara budaya internasional.

Menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2014 dan Olimpiade 2016 menjadi bukti bahwa Brasil telah lama melaksanakan upaya diplomasi publik. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu Brasil terus mengembangkan upaya diplomasi publiknya untuk mempertahankan citra positifnya di kancah internasional dengan cara memperkenalkan keindahan alam serta kekayaan budayanya kepada masyarakat internasional. Pada era ini, ketika Brasil dibawah kepemimpinan Presiden Lula da Silva, Pemerintah telah mengambil peran penting dalam memposisikan budaya sebagai elemen sentral dalam dialog internasional tentang pembangunan berkelanjutan, seperti melalui forum G20. Dalam konteks ini, Karnaval sebagai perayaan budaya terbesar di dunia dan ikon budaya Brasil menjadi sangat relevan sebagai manifestasi nyata dari kekuatan budaya dalam memperkuat identitas nasional sekaligus menjadi instrumen diplomasi budaya dalam skala global. Pemerintah Brasil meyakini bahwa budaya mampu menjadi solusi efektif bagi tantangan global, mulai dari melawan kemiskinan, pemberdayaan wilayah dan komunitas, penguatan inklusivitas hingga kesetaraan gender. Budaya dipandang sebagai sarana untuk menumbuhkan keberagaman, mengurangi ketimpangan, serta mendorong pembangunan yang berkelanjutan dan demokratis (Ministério da Cultura 2024).

Pelaksanaan Karnaval 2023-2024 berbarengan dengan momentum kepresidenan Brasil di G20 yang dilaksanakan di Rio De Janeiro. Hal ini memberikan peluang strategis bagi Brasil untuk menampilkan kekayaan budaya dan keberagamannya sebagai bagian dari diplomasi publik dan soft power yang mampu membangun solidaritas, dialog, serta kerja sama internasional. Deklarasi resmi G20, termasuk Deklarasi Menteri Kebudayaan Salvador da Bahia dan

Deklarasi Pemimpin G20 Rio de Janeiro, menegaskan budaya sebagai kekuatan transformatif dengan peran fundamental dalam pembangunan berkelanjutan dan inklusi sosial. Ini menunjukkan bahwa Karnaval tidak hanya sebagai festival budaya, melainkan juga bagian dari strategi diplomasi budaya Brasil yang selaras dengan agenda global G20, sehingga memperkuat posisi budaya sebagai pilar pembangunan dan perdamaian dunia. Dalam kepemimpinannya di G20, Brasil menegaskan komitmen untuk memperjuangkan budaya yang plural, melindungi serta mempromosikan warisan, identitas, dan sejarah bangsa (Ministério da Cultura 2024).

Karnaval di Brasil pertama kali diperkenalkan sejak masa awal penjajahan Portugis di Amerika Latin dimulai pada abad ke-19. Pada awalnya karnaval dipersembahkan oleh *mulatto* (ras orang - orang keturunan campuran Afrika dan Eropa) kemudian secara bertahap semua lapisan masyarakat mulai ikut serta dalam parade tersebut. Musik serta gerakan tariannya sebagian besar dipengaruhi oleh budaya Afrika akan tetapi tradisi Eropa juga turut berpengaruh yang menciptakan tradisi musik dan tarian Afro-Brasil yang unik. Karnaval mulai memainkan peran yang penting dalam menggambarkan budaya dan identitas nasional Brasil dimulai pada tahun 1930, tepatnya selama masa Pemerintahan Presiden Getulio Vargas. Pada saat itu tarian samba semakin populer di seluruh negara dan dipromosikan sebagai identitas nasional yang penting (Sadguna and Desiari 2021).

Karnaval Rio De Janeiro merupakan salah satunya, acara budaya terbesar di Brasil yang telah menjadi alat yang kuat untuk melaksanakan diplomasi publik di negara itu. Brasil dapat menggunakan Karnaval Rio De Janeiro sebagai

kesempatan untuk mempromosikan kekayaan budaya dan keragaman negaranya kepada dunia. Karnaval Rio De Janeiro merupakan acara budaya yang telah menjadi agenda tahunan yang dilaksanakan oleh Brasil. Festival ini menampilkan parade yang sangat meriah seperti tarian, musik, serta kostum yang megah yang dapat menarik minat jutaan wisatawan mancanegara setiap tahunnya. Karnaval Rio De Janeiro dilaksanakan sebelum musim Prapaskah yang tercatat dalam kalender Katolik, tepatnya dimulai dari hari Jumat hingga Selasa sebelum Rabu Abu. Festival ini telah menarik jutaan wisatawan dan menghasilkan pendapatan besar bagi perekonomian lokal. Karnaval Rio De Janeiro dilaksanakan di Sambadrome yang terletak di Pusat Kota Rio yang menjadi lokasi utama parade samba, yang mana sekolah - sekolah samba bersaing dengan pertunjukan yang rumit.

Ribuan peserta yang terlibat dalam parade penuh warna dengan beragam kostum unik, kendaraan hias, serta koreografi energik ini dikelola secara profesional dan didanai oleh Departemen Pariwisata Rio. Meski awalnya gratis dan terbuka untuk semua kalangan, pada tahun 1961, tiket berbayar diperkenalkan untuk memanfaatkan popularitas karnaval yang meningkat di tingkat nasional dan internasional. Puncaknya, pada tahun 1984, pemerintah memberikan rumah permanen bagi Karnaval Rio di Sambadrome (Sadguna dan Desiari 2021). Tahun 2003, Pemerintah juga bekerjasama dengan LIESA (*Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro*) membangun proyek *Cidade do Samba* yang menjadi pusat produksi kendaraan hias dan kostum, serta ruang acara budaya di Gamboa (LIESA, n.d.). Hal ini menunjukkan keseriusan Pemerintah Brasil dalam meningkatkan perkembangan upaya diplomasi publik bagi negaranya.

Pada tahun 2023, Brasil mencatat jumlah wisatawan internasional tertinggi dalam sejarahnya yang menyumbangkan pendapatan sebesar \$6,9 miliar bagi ekonomi negara tersebut. Jumlah ini menunjukkan kenaikan sebesar 1,5% dibandingkan dengan pendapatan tertinggi sebelumnya yang terjadi ketika Brasil menjadi tuan rumah piala dunia di tahun 2014. Dan untuk karnaval sendiri turut menyumbang sebesar 8,2 miliar real Brasil atau sekitar \$1,6 miliar (The Rio Times 2024). Menurut Celso Sabino, Menteri Pariwisata Brasil, diperkirakan sekitar 49 juta orang di seluruh penjuru Brasil turut serta dalam perayaan karnaval tahun 2024 (Aljazeera 2024). Dengan perkiraan pendapatan yang diperoleh sebesar 9 miliar real Brasil atau sekitar \$1,84 miliar, hal ini menunjukkan kenaikan sebesar 10% dibandingkan tahun sebelumnya (The Rio Times 2024). Hal ini menjadi bukti bahwa karnaval menjadi dorongan yang besar bagi perekonomian Brasil.

Pemerintah Brasil telah menyadari bahwa Karnaval Rio De Janeiro memiliki potensi yang besar untuk memperkenalkan budaya mereka, mempromosikan pariwisata negara mereka, serta dapat menarik investasi bagi negaranya (Embratur Brasil 2023). Dengan memanfaatkan beberapa langkah seperti melalui undangan kepada pejabat pemerintah, duta besar, serta tokoh internasional untuk hadir dalam perayaan festival, Karnaval Rio De Janeiro tidak hanya menjadi sebuah perayaan budaya lokal, tetapi juga berperan penting dalam memperkuat hubungan diplomatik Brasil dengan negara - negara lain dan membangun hubungan diplomatik yang luas. Selain itu, Karnaval Rio De Janeiro juga memperkuat identitas nasional Brasil dengan mencerminkan semangat, kegembiraan, dan kebebasan kreatifitas yang merupakan bagian dari budaya

Brasil. Dengan cara ini Karnaval Rio De Janeiro menjadi instrumen diplomasi publik yang efektif bagi Brasil dalam meningkatkan citra positif dan *national branding* mereka di kancah internasional.

Diplomasi publik atau diplomasi budaya ini semakin penting dalam hubungan internasional terutama di era globalisasi ini yang dimana interaksi antar negara tidak lagi sebatas permasalahan politik dan ekonomi saja tetapi dapat juga melibatkan budaya dan sosial yang lebih luas. Diplomasi publik merupakan strategi yang digunakan oleh negara - negara untuk mempromosikan kebudayaan, nilai-nilai, dan citra mereka di mata dunia (Robbani and Syawa 2023). Karnaval Rio De Janeiro menjadi salah satu aspek penting dari diplomasi publik Brasil yang dapat menjadi alat untuk mempromosikan kekayaan seni dan budaya Brasil di kancah internasional. Dengan mempromosikan pertukaran seni, budaya, tradisi, serta inovasi yang dimiliki oleh Brasil ini dapat membantu meningkatkan hubungan bilateral dan multilateral yang lebih positif antara Brasil dengan negara-negara lain.

Dari pemaparan diatas dapat dilihat bahwa Karnaval Rio De Janeiro telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi diplomasi publik negara Brasil. Tidak hanya menjadi ajang hiburan dan kesenangan semata bagi masyarakat lokal, tetapi Karnaval Rio De Janeiro juga menjadi kesempatan untuk menampilkan kekayaan budaya Brasil dan juga mempromosikan citra positif Brasil di kancah internasional, serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan negara - negara lain. Dengan demikian fokus pada penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Brasil melalui Karnaval Rio De Janeiro. Topik ini menarik untuk diteliti dikarenakan

tidak banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai diplomasi publik Brasil melalui Karnaval Rio De Janeiro tahun 2023 - 2024.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana upaya diplomasi publik yang dilakukan Brasil melalui Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Riset ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Brasil untuk mempromosikan citra positifnya di kancah internasional.
2. Mengetahui tentang bagaimana Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024 menjadi penting bagi upaya diplomasi publik Brasil dalam meningkatkan citra positifnya di kancah internasional.

## **1.4 Cakupan penelitian**

Penelitian ini berfokus pada analisis Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024 yang menjadi bagian penting dari upaya diplomasi publik Brasil. Penelitian ini juga menyoroti peran diplomasi publik dalam memperkuat citra positif Brasil di kancah internasional, terutama melalui Karnaval Rio De Janeiro sebagai salah satu alatnya. Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024 memiliki potensi yang besar untuk memperkenalkan budaya, mempromosikan pariwisata, serta dapat menarik investasi bagi Brasil. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan membahas

mengenai upaya - upaya yang dilakukan oleh Brasil dalam melakukan diplomasi publiknya melalui Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024. Selain menjadi perayaan budaya, karnaval Rio de Janeiro juga memiliki dampak sosial dan ekonomi yang signifikan. Ribuan orang dari seluruh dunia datang ke Brasil setiap tahunnya untuk merayakan karnaval, memberikan dorongan besar bagi industri pariwisata dan perekonomian lokal. Karnaval ini juga menciptakan lapangan kerja bagi banyak orang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Jangka waktu yang diambil adalah tahun 2023 - 2024 karena Karnaval Rio De Janeiro di tahun tersebut menunjukkan dampak positif bagi Brasil terutama dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, yang mana pendapatan meningkat sebesar 6,39%, mulai dari sektor pariwisata hingga perekonomian lokal. Tak hanya itu, partisipasi karnaval pada tahun 2023 sebesar 46 juta dan mengalami peningkatan di tahun 2024 yang mencaai 49 juta pasrtisipasi (Aljazeera 2024).

## **1.5 Tinjauan Pustaka**

Diplomasi publik merupakan salah satu instrumen penting dalam hubungan internasional, karena dapat berfungsi untuk membangun citra positif negara dan membentuk opini publik asing. Salah satu bentuknya yaitu diplomasi publik dalam bidang budaya, karena budaya mampu menembus batas politik dan menciptakan kedekatan emosional antara negara dan audiens global. Penulis akan memaparkan beberapa literatur yang relevan dengan tema diplomasi publik Brasil dalam bidang kebudayaan, terutama yang berkaitan dengan karnaval, branding negara, serta kebijakan budaya, kemudian dilakukan perbandingan dengan fokus penelitian skripsi ini.

Dalam tulisan Leonardo Boy dan Clarice Menezes (2016) yang berjudul “*Brazilian Cultural Diplomacy in Europe in the Early 21st Century : Bridging The Gap Between Nations with International Events*”, memaparkan bahwa Brasil dibawah Pemerintahan Lula da Silva dan Dilma Rousseff membawa dimensi baru dalam diplomasi budaya. Budaya diposisikan sebagai wajah luar negeri Brasil dengan mengedepankan pluralisme dan keberagaman sebagai kekuatan identitas nasional. Program seperti *Year of Brazil in France* pada tahun 2005, *Europalia* tahun 2011, dan partisipasi pada *Frankfurt Book Fair* di tahun 2014 menjadi sarana menampilkan budaya Brasil secara global. Dalam tulisan ini memperlihatkan bahwa diplomasi budaya tidak hanya berfungsi sebagai promosi seni, melainkan bagian dari strategi luar negeri yang lebih luas (Boy and Menezes 2016).

Dilanjutkan oleh tulisan Miriam Gomes Saraiva (2014) yang berjudul “*The Brazilian Soft Power Tradition*”, menjelaskan bahwa konsep soft power bukanlah hal baru dalam diplomasi Brasil, karena sejak era Baron Rio Branco (awal 1900-an), Brasil sudah memanfaatkan sumber daya simbolis untuk memperluas pengaruhnya. Prinsip ini kemudian diperkuat oleh kebijakan luar negeri yang menekankan kemandirian, pembangunan, dan citra sebagai mediator antara negara berkembang dan Barat. Soft power Brasil berkembang melalui partisipasi aktif di forum multilateral, promosi demokrasi, dan narasi sebagai “jembatan” global (Saraiva 2014).

Kemudian dalam tulisan Oğuz Çam dan Cengiz Çelik (2022) yang berjudul “*Festival Turizmi Çerçevesinde Bir Değerlendirme: Rio Karnavalı*”, menunjukkan bahwa karnaval memiliki dampak ekonomi, sosial, budaya, dan

pariwisata yang signifikan. Karnaval Rio bukan hanya hiburan, melainkan instrumen branding kota Rio de Janeiro dan sekaligus representasi global budaya Brasil. Festival ini menarik jutaan wisatawan lokal maupun internasional, memberikan kontribusi besar pada perekonomian, dan memperkuat citra Brasil sebagai negara multikultural (Çam and Çelik 2022).

Lalu dalam tulisan Fabiana Gondim Mariutti dan Mirna de Lima Medeiros (2018) yang berjudul “*Culture as a Dimension of Country Brand: The Highs and Lows of Brazil’s Brand Image*”, mengidentifikasi bahwa citra Brasil di mata masyarakat Inggris sangat dipengaruhi oleh elemen budaya populer seperti sepak bola, musik, Amazon, dan terutama Karnaval Rio. Meskipun citra tersebut mayoritas positif, penelitian ini juga menemukan adanya keterbatasan karena asosiasi publik masih cenderung stereotipikal dan kurang menggambarkan kompleksitas identitas budaya Brasil. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya strategi branding yang lebih beragam agar Brasil tidak hanya dikenal melalui citra eksotis, tetapi juga melalui pencapaian lain di bidang seni, pendidikan, teknologi, maupun lingkungan (Mariutti and Medeiros 2018).

Selanjutnya dalam tulisan Leslie L. Marsh (2016) yang berjudul “*Branding Brazil Through Cultural Policy: Rio de Janeiro as a Creative, Audiovisual City*”, menyoroti pentingnya kebijakan budaya dalam membangun citra Brasil melalui sektor audiovisual. Pemerintahan Lula da Silva memposisikan industri film dan audiovisual sebagai pilar penting dalam strategi nation branding. Rio de Janeiro diproyeksikan sebagai kota kreatif dengan daya tarik internasional melalui produksi film, televisi, dan konten audiovisual. Strategi ini bukan hanya

berfungsi memperkuat industri ekonomi kreatif, tetapi juga memperkuat posisi Brasil di kancah global melalui diplomasi budaya (Marsh 2016).

Terakhir, dalam tulisan Julia Timofeeva (2022) yang berjudul “*Brazilian Cultural Diplomacy: History and Modernity*”, memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika naik-turunnya peran budaya dalam diplomasi publik Brasil. Tulisan ini menyoroti peran penting tokoh-tokoh seperti Kaisar Pedro II, Baron Rio Branco, dan Gustavo Capanema dalam membentuk fondasi diplomasi budaya Brasil. Pada masa Lula da Silva, diplomasi budaya mencapai puncaknya melalui program *Living Culture* yang melahirkan ribuan titik budaya di seluruh Brasil dan bahkan diadopsi oleh negara-negara lain. Namun, pada masa pemerintahan Michel Temer dan Jair Bolsonaro, peran diplomasi budaya mengalami kemunduran akibat pemangkasan anggaran, penghapusan kementerian budaya, dan melemahnya dukungan institusional. Meski demikian, Brasil tetap menampilkan budayanya di forum internasional seperti Expo 2021 di Dubai untuk memperbaiki citra globalnya, terutama dalam isu lingkungan (Timofeeva 2022).

Berdasarkan literatur yang ada, dapat disimpulkan bahwa diplomasi budaya Brasil telah banyak diteliti dari perspektif kebijakan institusional, tradisi soft power, festival budaya, nation branding, dan kebijakan audiovisual. Akan tetapi, penulis belum menemukan literatur yang membahas mengenai upaya apa saja yang dilakukan Brasil dalam menjalankan diplomasi publik melalui Karnaval Rio De Janeiro. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada macam - macam upaya yang dilakukan Brasil untuk menjalankan diplomasi publik melalui karnaval, khususnya Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024.

## 1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam membantu proses penelitian, maka penulis menggunakan konsep diplomasi publik oleh Mark Leonard (2002). Diplomasi memegang peran kunci dalam mencapai kepentingan nasional suatu negara. Berbagai jenis diplomasi hadir, tergantung pada konteksnya. Pada saat ini kegiatan diplomasi semakin berkembang seiring dengan meningkatnya isu - isu dalam hubungan internasional yang semakin kompleks. Kini diplomasi tidak lagi hanya berfokus pada kekuatan senjata atau perang saja, akan tetapi diplomasi juga dapat melalui berbagai instrumen seperti pariwisata, musik, film, dan pertukaran pendidikan. Salah satu bentuknya, yaitu diplomasi publik, melibatkan aktor non-negara dalam upayanya. Diplomasi publik menjadi kebutuhan penting dalam pengembangan politik diplomasi yang lebih menekankan aspek sosial budaya, dengan tujuan membentuk hubungan saling percaya dan pengertian sebagai dasar kerjasama. Diplomasi publik juga dapat menjadi alat bagi negara - negara dengan kekuatan terbatas untuk menegaskan eksistensinya di tingkat internasional. Pentingnya diplomasi publik suatu negara juga berdampak jangka panjang terhadap kerjasama lintas bidang.

Dalam tulisan Mark Leonard (2002), yang berjudul "*Public Diplomacy*" menjelaskan bahwa diplomasi publik merupakan strategi dalam membangun hubungan antar negara dengan memahami kebutuhan negara, budaya, dan masyarakat, mengkomunikasikan sudut pandang serta memperbaiki kesalahan persepsi untuk mencapai tujuan politik luar negeri yang sama. Dalam kerangka konsep ini, fokus diplomasi publik bukan hanya pada satu negara secara spesifik sebagai target, melainkan lebih luas ke publik global yang beragam latar

belakangnya dengan menggunakan strategi diplomasi publik *multilateral*. Mark Leonard (2002) menegaskan bahwa diplomasi publik bertujuan untuk menciptakan citra dan reputasi sebuah negara yang menjadi “barang publik” yang dapat dinikmati dan dipengaruhi oleh khalayak internasional secara luas. Tujuan diplomasi publik ini mencakup empat aspek utama: pertama, meningkatkan rasa kekeluargaan dan pemikiran positif terhadap negara tertentu dari masyarakat negara lain; kedua, membangun apresiasi dan persepsi baik publik terhadap negara tersebut; ketiga, memperkuat hubungan melalui kerja sama ilmiah, pendidikan, promosi wisata dan konsumsi produk lokal; dan keempat, mempengaruhi masyarakat di negara lain untuk berinvestasi dan menjadi mitra politik yang strategis (Leonard 2002, 7-10). Terdapat beberapa aktor diplomasi yang disebutkan oleh Mark Leonard (2002), diantaranya yaitu organisasi non-pemerintah (NGO), diaspora, partai politik, dan merek dagang (Leonard 2002, 7).

Mark Leonard (2002), juga mengemukakan bahwa diplomasi publik terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu :

1. Manajemen Berita (News Management)

Dimensi ini menekankan pentingnya pengelolaan informasi dan berita yang disebarkan ke publik, baik domestik maupun internasional. Dalam pelaksanaan diplomasi publik, penyebaran berita memiliki pengaruh yang sangat besar, terutama pada era globalisasi saat ini yang mana hampir seluruh berita dapat dengan gampang diakses oleh seluruh masyarakat. Oleh karena itu, negara perlu mengatur dan mengelola informasi yang keluar agar pesan-pesan positif dan nilai-nilai yang ingin disampaikan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat

internasional. Tujuannya adalah membentuk persepsi yang baik tentang negara tersebut di mata dunia.

## 2. Komunikasi Strategis (Strategic Communications)

Komunikasi strategis merupakan kegiatan yang mirip dengan kampanye politik, dimana nilai - nilai positif suatu negara disebarluaskan dengan tujuan untuk mempengaruhi persepsi publik. Komunikasi strategis mencakup perancangan sejumlah langkah strategis yang mencerminkan identitas negara, termasuk budaya dan bahasa, yang ditargetkan kepada masyarakat internasional.

## 3. Pembangunan Hubungan (Relationship Building)

Pembangunan hubungan merupakan dimensi penting lainnya dalam diplomasi publik. Dimensi ini berfokus pada membangun dan menjaga hubungan jangka panjang dengan negara lain maupun individu di luar negeri. Pada konsep ini bisa dilakukan melalui diplomasi budaya serta program pertukaran yang memungkinkan masyarakat internasional untuk berinteraksi serta berbagi pengalaman positif dengan tujuan agar dapat memiliki efek berkelanjutan serta menciptakan hubungan dan koneksi yang dapat membantu memperkuat citra positif dan pengaruh suatu negara di kancah internasional (Leonard 2002, 8-21).

Dengan menerapkan konsep dari Mark Leonard (2002) dalam upaya - upaya yang dilakukan oleh Brasil melalui Karnaval Rio De Janeiro dapat membantu Brasil kesempatan untuk dapat menampilkan kekayaan budayanya, mempromosikan citra positif, meningkatkan pengakuan internasional, sekaligus memperkuat posisi negaranya di kancah internasional.

## **1.7 Argumen Sementara**

Karnaval Rio de Janeiro merupakan pesta tahunan termegah di dunia yang menampilkan musik, tarian, dan warisan budaya Brasil yang kaya, serta memiliki dampak sosial yang dapat meningkatkan citra positif Brasil di dunia internasional. Brasil harus memanfaatkan karnaval ini dengan baik guna memperkenalkan budayanya dan mengembangkan kerja sama internasional, khususnya di bidang budaya. Berdasarkan konsep diplomasi publik dari Mark Leonard (2002), Karnaval Rio de Janeiro dapat diaplikasikan dalam tiga aspek utama, yaitu manajemen berita, komunikasi strategis, dan pembangunan hubungan. Manajemen berita meliputi bagaimana pemerintah Brasil mengelola pemberitaan dan citra karnaval di media internasional untuk menekankan pesan - pesan positif tentang budaya dan pariwisata Brasil. Komunikasi strategis meliputi kampanye promosi internasional yang menyoroti aspek unik dari karnaval, menggunakan media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens global dengan konten visual dan kisah - kisah yang menginspirasi. Pembangunan hubungan dilakukan dengan mengundang perwakilan dari negara - negara sahabat dan tokoh - tokoh budaya untuk menghadiri karnaval, membantu memperkenalkan budaya Brasil dan mengembangkan kerja sama internasional. Penulis berpendapat bahwa Karnaval Rio de Janeiro merupakan upaya diplomasi publik yang relevan dan efektif bagi Brasil untuk mendapatkan pengakuan internasional.

## **1.8 Metode Penelitian**

### *1.8.1 Jenis Penelitian*

Jenis penelitian yang digunakan pada tulisan ini adalah kualitatif. Dimana penelitian kualitatif ini menggunakan data deskriptif yang dapat diamati. Jenis penelitian ini dipilih penulis karena dapat membantu dalam menganalisis dan menjelaskan upaya diplomasi publik Brasil melalui Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024 dengan baik sehingga dapat dengan mudah dipahami.

### *1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian*

Dalam penelitian ini, Negara Brasil merupakan subjek. Sedangkan, upaya diplomasi publik Brasil melalui Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024 merupakan objek.

### *1.8.3 Metode Pengumpulan Data*

Studi literatur menjadi metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Penulis mengambil data pustaka atau rujukan berdasarkan buku, jurnal, dan website atau situs resmi.

### *1.8.4 Proses Penelitian*

Dalam proses penelitian, data - data yang valid dan relevan akan dikumpulkan oleh penulis untuk memperkuat argumen yang ada pada penelitian ini. Setelah itu data - data tersebut akan dianalisis kemudian dirangkum dan ditulis sesuai dengan isu yang diangkat dalam penelitian ini. Teks yang dipilih oleh penulis bersifat naratif selama proses menulis. Dan yang terakhir, akan ditarik kesimpulan oleh penulis secara mendalam dengan harapan dapat menjawab pertanyaan dari rumusan masalah.

## **1.9 Sistematika Pembahasan**

Terdapat 4 bab utama, yaitu :

- Bab I Pendahuluan.

Pada bab ini penulis akan menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, cakupan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, argumen sementara, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

- Bab II Pembahasan.

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang kegiatan diplomasi publik yang dilakukan Brasil, khususnya melalui Karnaval Rio De Janeiro, serta aktor - aktor yang berperan dalam diplomasi publik Brasil, baik pemerintah maupun non-pemerintah pada tahun 2023 - 2024. Penulis juga akan memaparkan bagaimana Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024 menjadi penting bagi upaya diplomasi publik Brasil dalam meningkatkan citra positifnya di kancah internasional.

- Bab III Analisis Pembahasan.

Bab ini menganalisis bagaimana upaya diplomasi publik Brasil melalui Karnaval Rio De Janeiro 2023 - 2024 dengan menggunakan konsep diplomasi publik oleh Mark Leonard (2002).

- Bab IV Penutup.

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan kesimpulan penelitian yang telah dianalisis, yang mana kesimpulan tersebut berupa hasil yang akan menjawab rumusan masalah yang ada pada bab pertama.

## BAB 2

### KARNAVAL SEBAGAI DIPLOMASI PUBLIK BRASIL

#### 2.1. Diplomasi Publik Brasil

Brasil memiliki sejarah panjang sejak kedatangan Portugis pada 1500. Setelah invasi Napoleon pada 1808, keluarga kerajaan Portugis mengungsi ke Rio de Janeiro, yang menjadikan kota itu ibu kota sementara Imperium Portugal. Kemerdekaan Brasil diproklamasikan oleh Dom Pedro I pada 7 September 1822 dan diakui melalui Perjanjian Rio de Janeiro tahun 1825. Momentum ini menjadi awal bagi diplomasi modern Brasil, yang kemudian terus berkembang sebagai instrumen penting dalam hubungan internasional (History Maps 2024). Sejak awal abad ke-20, Brasil mulai menekankan *soft power* dalam kebijakan luar negeri. Kementerian Luar Negeri Brasil atau *Itamaraty* menjadi aktor utama dalam promosi seni, musik, olahraga, dan pendidikan sebagai sarana diplomasi budaya. Pada era Getúlio Vargas (1930–1945), diplomasi budaya bahkan digunakan sebagai alat propaganda nasional dengan mempromosikan samba, seni, serta sastra ke luar negeri. Pasca Perang Dunia II, strategi ini semakin diperluas dengan festival, pameran, dan pertukaran akademik untuk memperkuat hubungan diplomatik (Flechet and Dumont 2014).

Pada masa rezim militer (1964–1985), meskipun ada pembatasan terhadap ekspresi budaya, Brasil tetap aktif memanfaatkan musik dan audiovisual sebagai instrumen diplomasi. Konser Bossa Nova di Carnegie Hall (1962), Rio de Janeiro International Song Festival (1966), dan Brazilian Cinema Week di Buenos Aires

(1978) memperlihatkan keberhasilan Brasil dalam memperkenalkan identitas budayanya di dunia. Puncak perkembangan diplomasi publik terjadi pada masa Luiz Inácio Lula da Silva (2003–2011) dengan kenaikan anggaran kebudayaan, peluncuran program *Living Culture* (2004), sekolah perbatasan Argentina–Brasil (2005), serta program *Year of Brazil in France* yang berhasil meningkatkan citra positif Brasil secara global (Timofeeva 2022). Namun, pada masa Michel Temer dan Jair Bolsonaro, diplomasi budaya mengalami kemunduran akibat penghapusan Kementerian Kebudayaan dan pemangkasan besar-besaran anggaran. Meski demikian, terpilihnya kembali Lula da Silva pada 2023 membawa harapan baru, dengan komitmen untuk menghidupkan kembali kebijakan budaya dan memperkuat dukungan finansial bagi karnaval sebagai simbol diplomasi publik Brasil. Hal ini menandai kebangkitan kembali budaya sebagai instrumen utama dalam membangun citra dan pengaruh Brasil di dunia internasional (Timofeeva 2022).

Di era globalisasi ini, dunia semakin terus berkembang dan turut mempengaruhi gaya berdiplomasi suatu negara. Dimana negara-negara saat ini terdorong untuk meningkatkan strategi diplomasinya dan juga meningkatkan citra pengaruhnya di kancah internasional. Diplomasi publik menjadi strategi yang sangat efektif bagi suatu negara untuk mencapai kepentingannya. Diplomasi publik merupakan upaya suatu negara untuk membangun hubungan dengan masyarakat internasional melalui pemahaman, komunikasi, dan pengaruh (Leonard 2002). Diplomasi publik yang berfokus pada daya tarik budaya dan nilai-nilai positif dapat membantu suatu negara menarik perhatian masyarakat internasional. Dimana hal ini membuat diplomasi publik semakin relevan karena

opini publik dapat mempengaruhi kebijakan pemerintah. Hal ini selaras dengan Pemerintah Brasil yang terus mengembangkan diplomasi publiknya dari masa ke masa sebagai bagian dari strategi kebijakan luar negerinya untuk memperkuat citra nasional dan meningkatkan pengaruhnya di panggung global. Diplomasi publik Brasil berfokus pada penyebaran budaya, seni, olahraga, dan pariwisata sebagai alat soft power untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat internasional.

Diplomasi publik Brasil kini berfokus pada upaya membangun citra positif di kancah internasional melalui berbagai inisiatif yang mengedepankan isu-isu lingkungan, kerjasama multilateral, serta promosi pariwisata dan budaya. Hal ini bertujuan untuk memastikan diplomasi publik Brasil tetap berperan penting dalam dinamika global yang terus berubah. Seperti pada saat KTT ACTO (*Amazon Cooperation Treaty Organization*) diadakan di tahun 2023, dimana Brasil berkomitmen untuk melindungi lingkungan, terutama hutan Amazon, dengan target menghentikan deforestasi pada tahun 2030, bekerjasama dalam memantau pelaku kejahatan lingkungan, serta menghentikan aktivitas penambangan emas ilegal. Kebijakan ini tidak hanya bertujuan untuk menjaga keberlanjutan lingkungan tetapi juga untuk memperkuat posisi Brasil sebagai pemimpin dalam diplomasi hijau (DW 2023). Selain itu, pada tahun 2025, Brasil mengambil alih kepemimpinan BRICS. Dengan tema “*Strengthening Global South Cooperation for More Inclusive and Sustainable Governance*”, Brasil berkomitmen untuk memperkuat kerjasama antara negara-negara berkembang. Hal ini menunjukkan langkah strategis bagi diplomasi publik Brasil untuk memperluas pengaruhnya

dan menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan negara-negara berkembang (Gov.br 2025).

Pemerintah Brasil juga telah mengambil langkah strategis untuk mengembangkan sektor pariwisata agar dikenal secara global. Salah satu langkah penting tersebut adalah pembentukan Embratur atau Dewan Pariwisata Brasil yang didirikan pada 18 November 1966 melalui keputusan Presiden Humberto de Alencar Castelo Branco. Selain mendirikan Embratur, keputusan tersebut juga mencakup pembentukan Dewan Pariwisata Nasional dan penetapan Kebijakan Pariwisata Nasional. Embratur awalnya dibentuk untuk memberikan struktur dan kebijakan yang jelas bagi industri pariwisata Brasil, yang pada saat itu belum memiliki sistem yang terorganisir untuk mendukung pertumbuhan sektor ini (Embratur 2024). Sebagai badan promosi pariwisata internasional, Embratur bertujuan untuk memperkenalkan destinasi-destinasi unggulan Brasil ke pasar global sekaligus menjaga citra positif negara di kancah internasional. Pada tahun 2020, melalui Undang-Undang No. 14.002, status Embratur diubah menjadi badan promosi pariwisata internasional yang lebih terfokus pada pemasaran global. Perubahan ini memungkinkan Embratur untuk lebih agresif dalam memasarkan Brasil sebagai destinasi wisata utama dunia. Sejak pembentukannya, jumlah wisatawan asing yang datang ke Brasil terus meningkat setiap tahunnya dan layanan pariwisata Brasil menjadi lebih terstruktur (Embratur 2024).

Promosi yang dilakukan oleh Embratur memainkan peran besar dalam menarik perhatian wisatawan asing. Kampanye mereka sering menonjolkan daya tarik utama Brasil, seperti budaya sepak bola yang mendunia, pantai-pantai yang indah, keramahan masyarakat Brasil, dan karnaval dengan musik samba yang

khas. Elemen-elemen ini menciptakan citra positif tentang Brasil sebagai destinasi wisata yang unik dan menarik. Dengan pendekatan ini, Brasil berhasil menjadi salah satu tujuan wisata utama di dunia dan menarik jutaan pengunjung setiap tahun (Embratur 2024). Selain promosi langsung, Embratur juga bekerja sama dengan berbagai organisasi internasional untuk memperkuat posisi Brasil sebagai destinasi global. Salah satu kolaborasi penting adalah kemitraan dengan *World Travel and Tourism Council* (WTTC), yang bertujuan untuk menjadikan Brasil sebagai destinasi unggulan bagi pertumbuhan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Melalui kolaborasi ini, Embratur tidak hanya mempromosikan pariwisata tetapi juga mendorong pembangunan ekonomi lokal dan pelestarian budaya (Travel and Tour World 2025).

Tak hanya itu, Pemerintah Brasil turut aktif mempromosikan budaya Brasil melalui event olahraga, pertunjukan musik, pameran seni, serta festival megah seperti karnaval. Presiden Lula juga menekankan Brasil sebagai negara yang demokratis, beragam, berkelanjutan, dan saling menghormati (Gov.br 2024). Salah satu fokus utama diplomasi publik Brasil adalah promosi budaya melalui acara-acara besar seperti Karnaval Rio de Janeiro. Karnaval dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisata dan mempromosikan kekayaan budaya Brasil (Travel and Tour World 2025). Karnaval ini tidak hanya sekedar festival, tetapi juga alat soft power yang menunjukkan kemampuan Brasil dalam membangun citra positif di mata dunia.

Diplomasi publik ini memberikan dampak positif yang besar bagi Brasil, terutama dalam memperkuat pemahaman global terhadap keberagaman budaya Brasil dan membantu membangun citra positif Brasil di panggung Internasional.

Tak hanya itu, dampak dari diplomasi publik Brasil juga terlihat dalam aspek ekonomi, strategi ini telah meningkatkan jumlah wisatawan asing yang datang ke Brasil, memberikan kontribusi signifikan terhadap industri pariwisata dan ekonomi kreatif negara. Pada tahun 2023, wisatawan internasional menghasilkan pendapatan sebesar \$6,9 miliar bagi ekonomi Brasil (Gov.br 2024). Pada tahun 2024, angka ini meningkat menjadi \$7,341 miliar, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam sektor pariwisata, yaitu sebesar 6,39% (Travel and Tour World 2025). Dengan demikian, diplomasi publik Brasil terbukti efektif dalam meningkatkan citra negara dan menarik wisatawan, serta memberikan kontribusi positif bagi perekonomian. Diharapkan, upaya ini akan terus berlanjut dan semakin memperkuat posisi Brasil di panggung internasional.

## **2.2. Karnaval Rio De Janeiro Sebagai Diplomasi Publik**

Brasil merupakan negara yang memiliki daya tarik wisata yang beragam. Salah satu destinasi favorit yang tetap menjadi sorotan dunia adalah Rio de Janeiro. Rio de Janeiro dikenal luas sebagai ikon Brasil karena perpaduan keindahan alam, keragaman budaya, dan sejarah panjangnya. *Visit Brasil* menyebut Rio sebagai “*Brazilian icon and the country’s best-known destination worldwide,*” menegaskan citra kota ini sebagai destinasi utama yang paling merepresentasikan identitas Brasil di mata dunia. Simbol-simbol penting seperti pantai Copacabana dan Ipanema, panorama *Pão de Açúcar*, serta Patung Kristus Penebus (*Cristo Redentor*) di puncak Corcovado yang termasuk dalam *Seven Wonders of the Modern World* memperkuat status kota ini sebagai ikon global. Tidak hanya alamnya, Rio juga dipromosikan sebagai pusat budaya yang meliputi

museum, teater, festival seni, hingga kehidupan malam yang dinamis. Selain itu, *Secretaria de Estado de Turismo do Rio de Janeiro (Setur RJ)* menekankan kekayaan pengalaman wisata di 92 destinasi dalam wilayah Rio de Janeiro, menjadikannya representasi utama keberagaman budaya dan modernitas Brasil (Visit Brasil, n.d.)

Karnaval Rio de Janeiro menjadi salah satu festival budaya terbesar di dunia sekaligus menjadi ikon Kota Rio De Janeiro dan ikon nasional Brasil yang dapat menarik jutaan pengunjung dari berbagai negara. Karnaval ini menjadi simbol inklusivitas, keberagaman etnis, dan ekspresi budaya yang bebas, mencerminkan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh Brasil. Dengan parade yang penuh warna, irama samba yang khas, serta pesta jalanan yang meriah, Karnaval Rio De Janeiro telah menjadi simbol budaya Brasil di panggung internasional dan memainkan peran penting dalam memperkuat citra negara sebagai destinasi yang kaya akan warisan budaya.

Karnaval Rio De Janeiro ini bermula dari perayaan Yunani untuk menghormati Dionysus, lalu kemudian diadopsi oleh bangsa Romawi untuk menghormati dewa-dewa mereka, Bacchus dan Saturnalia. Tradisi ini berkembang dengan pengaruh agama Katolik menjadi perayaan menjelang Prapaskah Katolik. Perayaan karnaval ini terinspirasi dari perayaan "*Entrudo*" yang dibawa oleh bangsa Portugis pada tahun 1723, yang kemudian berkembang dan berasimilasi dengan budaya Afrika dan pribumi Brasil. Sejarah mencatat bahwa sebelum abad ke-19 atau tepatnya pada tahun 1840, Karnaval Rio De Janeiro pertama kali diadakan dengan menampilkan pesta dansa karnaval yang dibalut musik waltz dan

polka. Samba baru diperkenalkan sebagai bagian dari Karnaval Rio De Janeiro di tahun 1917 dan menjadi acara yang paling populer di Rio De Janeiro sejak saat itu. Pada tahun 1920-an, karnaval mulai terorganisir lebih baik dengan munculnya parade sekolah samba yang kini menjadi daya tarik utama karnaval modern. Dan sejak tahun 1984, karnaval ini diadakan di Sambadrome *Marquês de Sapucaí*, arena yang dirancang khusus untuk pertunjukan ini (Rio Carnival.Org, n.d.). Evolusi karnaval ini mencerminkan perjalanan sejarah Brasil yang kompleks, dengan perpaduan berbagai budaya yang membentuk identitas nasionalnya. Karnaval ini juga menjadi cermin dari perubahan sosial dan politik yang terjadi di Brasil dari waktu ke waktu.

Di masa kini, Karnaval Rio De Janeiro menjadi festival yang diadakan setiap tahun menjelang paskah. Festival ini dimeriahkan oleh parade spektakuler di Sambadrome *Marquês de Sapucaí*, dimana berbagai sekolah samba bersaing menampilkan pertunjukan terbaik dengan kostum mencolok serta tarian yang enerjik. Karnaval ini bukan hanya sekedar festival budaya, tetapi juga menjadi alat diplomasi publik yang efektif untuk memperkenalkan kekayaan serta keberagaman sosial Brasil ke dunia. Hal ini ditegaskan melalui pernyataan resmi Presiden Embratur Marcelo Freixo bahwa Karnaval bukan hanya sekedar pesta populer, tetapi juga instrumen strategis diplomasi publik yang digunakan Brasil untuk mempromosikan budayanya ke dunia, membangun citra positif bangsa, serta menciptakan dampak ekonomi dan sosial yang luas (Embratur Brasil 2023). Dengan menyuguhkan pertunjukan seni dan budaya yang megah, karnaval ini menjadi sarana yang dapat menarik perhatian dunia dan memperkuat posisi Brasil

di era globalisasi ini. Festival ini tidak hanya sekedar menjadi ajang hiburan tetapi juga memainkan peran penting dalam diplomasi publik Brasil.

Karnaval Rio De Janeiro telah menarik pengunjung dari berbagai negara untuk berpartisipasi dalam festival populer terbesar di dunia. Pada tahun 2023, sebesar 609.000 wisatawan mancanegara tiba di Kota Rio De Janeiro. Sementara itu, pada tahun 2024 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 760.200 naik sebesar 19,89%. Mayoritas wisatawan ini berasal dari negara-negara Amerika Selatan (58,75%). Terdapat 446.676 wisatawan yang mendarat di Rio, terutama berasal dari Argentina (233.972 orang), Chili (154.097), Uruguay (24.988), Kolombia (15.845), dan Peru (10.374). Berikutnya adalah Eropa, dengan 22,77% dari total wisatawan internasional, dan Amerika Utara, dengan 14,1% (Embratur 2024). Oleh karena itu, karnaval ini memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi Brasil terutama di tahun 2023 dan 2024, khususnya dalam peningkatan pendapatan nasional melalui sektor pariwisata. Karnaval ini menghasilkan pendapatan sebesar 8,2 miliar real Brasil atau sekitar \$1,6 miliar pada tahun 2023. Angka ini menjadikan karnaval sebagai salah satu faktor utama dalam pertumbuhan ekonomi Brasil, terutama dalam sektor perhotelan, transportasi, dan hiburan. Dan di tahun 2024, pendapatan yang dihasilkan dari Karnaval Rio De Janeiro mengalami peningkatan sebesar 10% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan total pendapatan mencapai 9 miliar real Brasil atau sekitar \$1,84 miliar (The Rio Times 2024).

Pada Karnaval Rio de Janeiro tahun 2023 dan 2024, pemerintah Brasil melaksanakan serangkaian langkah strategi untuk memastikan keberhasilan

festival ikonik ini. Setelah dua tahun terkena pandemi COVID-19, Karnaval kembali diadakan pada tahun 2023 dan 2024 yang menandai kembalinya perayaan meriah yang lebih besar dan mencerminkan semangat yang tinggi. Pemerintah telah mengambil langkah proaktif dengan berinvestasi untuk meningkatkan keamanan, infrastruktur, dan juga mobilitas. Langkah ini bertujuan untuk menciptakan suasana yang aman dan nyaman bagi semua pengunjung, sehingga mereka dapat menikmati pengalaman karnaval yang baik dan positif (Brown 2024). Selain itu, pemerintah juga mengkampanyekan kesehatan, yang mana pada saat itu keadaan darurat terkait wabah demam berdarah yang melanda beberapa daerah. Kampanye kesehatan tersebut mencakup distribusi obat nyamuk dan penyuluhan mengenai pencegahan penyakit bagi masyarakat (Adiyanto 2024). Dengan langkah ini, pemerintah tidak hanya berfokus pada pengoptimalan promosi pariwisata dan budaya saja, tetapi juga mengoptimalkan aspek kesehatan dan keselamatan publik agar perayaan karnaval dapat berlangsung dengan aman bagi peserta dan wisatawan. Hal ini juga sejalan dengan strategi jangka panjang Brasil untuk menjadikan Karnaval Rio De Janeiro sebagai daya tarik utama dalam industri pariwisata global yang aman dan nyaman bagi para wisatawan.

Pemerintah Brasil terus mengembangkan berbagai strategi untuk memaksimalkan peran Karnaval Rio De Janeiro dalam diplomasi publik. Salah satunya adalah kampanye pariwisata internasional yang dirancang untuk menarik perhatian global terhadap karnaval ini. Melalui Embratur atau lembaga promosi pariwisata nasional Brasil, pemerintah secara aktif mengembangkan berbagai program pemasaran seperti melalui kerjasama dengan media global, platform digital, serta agen perjalanan, guna meningkatkan daya tarik Karnaval Rio De

Janeiro sebagai acara unggulan di kancah internasional. Hal ini memungkinkan untuk memperluas penyebaran konten visual yang menyoroti kemegahan, keunikan, dan nilai sejarah dari karnaval ini. Langkah ini tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan saja, akan tetapi dapat mempromosikan citra Brasil sebagai pusat kebudayaan yang dinamis dan inklusif (Embratur 2024).

Pemerintah Brasil juga berupaya menjalin kerjasama strategis dengan UNESCO untuk meningkatkan pengakuan internasional terhadap Karnaval Rio De Janeiro. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk memastikan bahwa Karnaval Rio De Janeiro mendapatkan status sebagai warisan budaya dan identitas nasional Brasil yang diakui secara resmi. Pengakuan ini tidak hanya memperkuat posisi Brasil dalam peta kebudayaan global tetapi juga memberikan perlindungan hukum terhadap unsur-unsur tradisional yang menjadi bagian integral dari festival ini. Status ini memungkinkan pemerintah mengakses lebih banyak sumber daya guna melestarikan dan mengembangkan karnaval secara berkelanjutan. Upaya ini juga mencerminkan komitmen Brasil dalam menjaga nilai-nilai budaya yang telah menjadi bagian dari identitas nasionalnya selama berabad-abad (UNESCO 2019).

Secara keseluruhan, inisiatif pemerintah Brasil dalam memperluas cakupan Karnaval Rio De Janeiro menunjukkan komitmen mereka dalam mengembangkan sektor pariwisata. Sekaligus menjadikan festival ini sebagai alat strategis yang tidak hanya berfungsi sebagai perayaan budaya tetapi juga sebagai sarana diplomasi publik yang efektif. Dengan kombinasi pengelolaan keamanan dan mobilitas, promosi global, serta dukungan terhadap isu-isu sosial, Karnaval

Rio terus menjadi simbol kebanggaan nasional sekaligus daya tarik utama bagi wisatawan internasional. Melalui perayaan ini, Brasil tidak hanya merayakan warisan budayanya tetapi juga memperkuat posisinya di panggung dunia sebagai negara yang kaya akan tradisi dan inovasi budaya.

**BAB 3**

**DIPLOMASI PUBLIK BRASIL MELALUI KARNAVAL RIO DE**

**JANEIRO 2023-2024**

Pada bab ini untuk memahami dan menganalisis upaya diplomasi publik Brasil melalui Karnaval Rio De Janeiro pada tahun 2023-2024, penelitian ini menggunakan kerangka teori diplomasi publik yang dikembangkan oleh Mark Leonard (2002). Mark Leonard (2002) membagi diplomasi publik menjadi tiga dimensi utama, yaitu : *news management*, *strategic communication*, dan *relationship building*. Dimana ketiga dimensi ini saling terintegrasi dan berperan penting dalam menyampaikan nilai, citra, dan kepentingan suatu negara ke audiens internasional (Leonard 2002).

**3.1. News Management**

News management pada konsep diplomasi publik milik Mark Leonard (2002) merupakan dimensi penting yang merujuk pada serangkaian upaya sistematis yang dilakukan oleh suatu negara untuk mengendalikan atau mempengaruhi arus informasi yang tersebar melalui media massa, media digital, dan berbagai platform komunikasi lainnya. Upaya ini tidak hanya sekedar menyediakan informasi faktual kepada media, tetapi juga menciptakan narasi yang mendukung kepentingan nasional (Leonard 2002).

Pada Karnaval Rio De Janeiro tahun 2023-2024, Pemerintah Brasil melalui Badan Pariwisata Brasil atau Embratur secara aktif mengelola

pemberitaan dengan membingkai narasi positif seputar karnaval dan menyebarkannya melalui platform resmi yang memiliki jangkauan global yang lebih luas. Tujuannya adalah untuk mengarahkan persepsi publik internasional yang dapat memposisikan Brasil sebagai negara yang aman, nyaman, dan terbuka bagi wisatawan mancanegara. Oleh karena itu, langkah yang dipilih oleh Embratur tidak hanya menyiarkan festival, tetapi juga menciptakan narasi untuk mengendalikan berita dan opini publik global.

Salah satu bentuk *news management* yang dijalankan oleh Embratur pada diplomasi publik Karnaval Rio De Janeiro tahun 2023-2024 adalah penyebarluasan konten visual dan narasi positif di platform resmi seperti Instagram Embratur Brasil. Unggahan-unggahan pada platform resmi tersebut dimanfaatkan Brasil sebagai alat kendali atas representasi awal bagaimana karnaval ditampilkan dan dipahami oleh audiens di seluruh dunia. Embratur secara aktif mengunggah foto, video, wawancara, serta *caption* atau narasi yang memperlihatkan kemeriahan karnaval, sambil menekankan elemen budaya, keberagaman, dan kebahagiaan sebagai bagian dari identitas bangsa.

Upaya ini dapat dilihat pada beberapa unggahan Embratur di laman Instagramnya, salah satunya yaitu pada unggahan 19 Februari 2023. Dengan mengangkat tema “*A Festa De Toda Gente*” atau dalam bahasa Indonesia yang berartikan “Pesta Untuk Semua Orang” ini secara jelas mencerminkan upaya strategis Brasil dalam membentuk citra nasional yang inklusif dalam penyelenggaraan Karnaval. Tak hanya itu, Embratur juga menambahkan slogan “*Alegria e diversidade – Respeita esse feat*” yang mengandung arti ajakan untuk

menghormati perayaan yang menyatukan sukacita dan keberagaman dalam unggahannya. Hal ini merupakan bentuk pengelolaan narasi yang positif dengan tujuan mempengaruhi persepsi internasional bahwa Brasil adalah negara demokratis yang menjunjung tinggi hak setiap individu untuk berpartisipasi dalam kehidupan budaya secara setara. Melalui unggahan ini, Embratur juga menekankan semangat inklusivitas dan keterbukaan, bahwa Karnaval Rio de Janeiro tidak hanya untuk kelompok tertentu, melainkan untuk semua kalangan tanpa memandang latar belakang – baik ras, gender, agama, usia, atau kelas sosial.

### Gambar 1. Seruan Embratur Memeriahkan Karnaval Dengan Memperhatikan Hak Asasi Manusia



Sumber: Instagram @embraturbrasil

Pada tanggal 19 Februari dan 22 Februari 2023 Embratur merilis video edukatif yang menghadirkan Prof. Luiz Antonio Simas, seorang sejarawan ternama dari Universitas Federal Rio de Janeiro (UFRJ). Dalam unggahan tersebut menampilkan Prof. Luiz Antonio Simas yang membahas karnaval merupakan bentuk pluralitas, demokrasi, dan keberagaman, nilai-nilai inilah yang

diyakini dan disebar ke seluruh dunia. Pada unggahan ini Embratur sengaja membingkai Karnaval sebagai representasi nilai-nilai sosial yang lebih luas. Pemanfaatan figur akademik seperti Prof. Luiz Antonio Simas memperkuat persepsi bahwa narasi karnaval yang disampaikan bukanlah sekedar promosi wisata, tetapi juga narasi budaya yang valid secara akademis dan historis. Prof. Luiz Antonio Simas juga menyampaikan bahwa karnaval ini menjadi bentuk ekspresi atas hak untuk bahagia, atau *“Alegria é um direito”*. Ini menjadi langkah penting untuk mengarahkan persepsi internasional bahwa Brasil sebagai negara yang menghargai keberagaman dan kebebasan berekspresi melalui budaya dengan tetap menjunjung hak asasi manusia.

### Gambar 2. Pernyataan Prof. Luiz Antonio Simas Tentang Karnaval



Sumber: Instagram @embraturbrasil

Selain itu, Embratur juga melakukan upaya strategi melalui konten visual dengan tujuan untuk menyoroti kemegahan, kebahagiaan, dan juga kemeriahan karnaval. Seperti dalam unggahan Instagram Embratur pada 12 Februari 2024, berupa video yang menampilkan parade jalanan yang dipenuhi oleh peserta karnaval dalam kostum warna-warni, sambil menari dan memainkan alat musik. Visual ini memperkuat citra Karnaval Rio De Janeiro sebagai karnaval yang

merayakan keberagaman budaya yang mampu menyatukan masyarakat dari berbagai latar belakang.

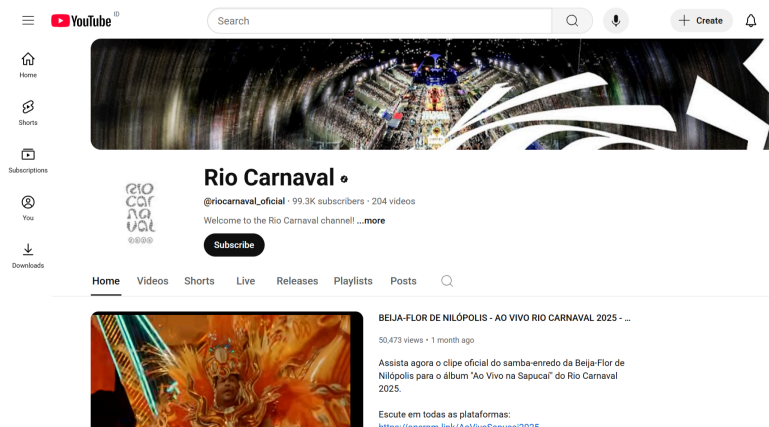
**Gambar 3. Kemeriahan Karnaval Rio De Janeiro**



Sumber: Instagram *@embraturbrasil*

Selain itu, strategi digital juga diperkuat melalui konten visual pada kanal resmi Rio Carnival di YouTube yang memiliki lebih dari 99 ribu subscriber dan ratusan video, yang berfungsi sebagai saluran komunikasi global untuk menyebarkan konten karnaval secara langsung kepada publik internasional. Platform ini dimanfaatkan untuk membangun kedekatan emosional, memperkuat citra positif, dan menegaskan peran Brasil sebagai aktor budaya dan pariwisata di tingkat internasional. Hal ini memungkinkan audiens dunia mengakses pertunjukan, musik, dan narasi budaya Brasil secara instan, sehingga menciptakan interaksi berkelanjutan antara budaya Brasil dan audiens global.

**Gambar 4. Kemeriahan Karnaval Rio De Janeiro Dalam Kanal Youtube Rio Carnival**



Sumber: Youtube @riocarnaval\_oficial

Pada saat penyelenggaraan Karnaval Rio De Janeiro, TV Brasil juga memberikan liputan luas terhadap acara tersebut. TV Brasil akan menayangkan liputan langsung karnaval secara ekstensif. Peliputan ini memainkan peran penting dalam memperluas eksposur internasional Karnaval, tidak hanya sebagai festival budaya, tetapi juga sebagai instrumen diplomasi publik (TV Brasil 2023). TV Brasil juga menyoroti dampak ekonomi positif karnaval, yakni meningkatnya perekonomian kota Rio de Janeiro serta terciptanya lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat. Hal ini menunjukkan bahwa karnaval tidak hanya berfungsi sebagai sarana diplomasi budaya, tetapi juga memberikan kontribusi nyata pada pembangunan ekonomi (TV Brasil 2024). Sementara itu pada 2024, diplomasi publik Brasil semakin diperluas melalui kolaborasi antara Embratur dengan *Brasil Audiovisual Independente* (Bravi) dan TV Cultura. Pertemuan tersebut menghasilkan rencana “*Brasil, Cidades Cenários – Um país que vale a pena conhecer*” atau dalam Bahasa Indonesia yang berarti “Brasil, Kota-Kota Indah –

Negara yang Patut Dikenal” yang bertujuan untuk mempromosikan produksi bersama yang menyajikan pariwisata Brasil secara internasional pada program TV Cultura dan layanan streaming. Kolaborasi ini menjadi bentuk komitmen Embratur untuk mendekatkan pariwisata dengan sektor audiovisual, yang mana hal ini berorientasi pada berkelanjutan dan manfaat bersama (*mutual benefit*) (Embratur 2024). Melalui media massa, citra Brasil sebagai negara dengan identitas budaya yang kuat, inklusif, dan kreatif diperkuat di mata audiens domestik maupun global.

Embratur tidak hanya bergantung pada media lokal atau nasional, tetapi juga membangun jaringan jurnalis asing untuk memperkuat legitimasi pesan yang disampaikan. Dalam praktiknya, Embratur mengundang jurnalis asal Inggris pada saat Karnaval Rio De Janeiro tahun 2023 dan asal Prancis pada saat Karnaval Rio De Janeiro tahun 2024. Harapannya adalah para jurnalis dapat merasakan dan memahami pentingnya Karnaval Rio De Janeiro sebagai pertunjukan hebat di dunia bagi Brasil, baik dari perspektif budaya hingga dampak sosial dan ekonominya bagi negara, yang mana dari langkah tersebut dapat menciptakan narasi yang lebih kredibel bagi audiens internasional, serta mempromosikan Karnaval Rio De Janeiro di pasar pariwisata internasional (Embratur, n.d.). Kebijakan ini sekaligus meminimalkan risiko distorsi narasi dari media asing yang mungkin belum memahami budaya lokal. Dengan mengarahkan siapa yang meliput dan bagaimana mereka meliput, Brasil mengupayakan agar narasi tentang karnaval selalu bersifat positif dan selaras dengan nilai yang ingin dipromosikan.

Salah satu langkah konkret yang dilakukan adalah pembubuhan merek "*Visit Brasil*" pada armada pesawat mitra seperti maskapai Azul dan GOL,

sebagai simbol kemitraan nasional yang sekaligus sarana memperluas jangkauan promosi wisata Brasil ke berbagai penjuru dunia. Dengan menampilkan logo "*Visit Brasil*" secara mencolok di pesawat yang melayani rute domestik dan internasional, Brasil mengintegrasikan kekuatan branding nasional dalam sektor transportasi udara, yang berfungsi memperkuat kesan dan daya tarik destinasi bagi penumpang. Inisiatif ini sejalan dengan upaya memaksimalkan dampak Karnaval Rio sebagai event budaya terbesar sekaligus simbol pariwisata Brasil, dengan tujuan menarik lebih banyak wisatawan serta mendukung pembangunan ekonomi dari sektor pariwisata. Langkah ini juga memberikan dampak ganda yang menguatkan posisi Brasil sebagai destinasi wisata unggulan dunia dan memperluas pengaruh budaya secara internasional melalui berbagai *touchpoint* yang strategis dan inovatif (Embratur Brasil 2023).

Dengan strategi yang sistematis dan konsisten, Embratur berhasil mengendalikan bagaimana dunia melihat karnaval, bukan sekadar sebagai pesta tahunan, melainkan sebagai representasi nilai dan identitas bangsa. Pendekatan ini sejalan dengan teori Mark Leonard (2002), bahwa pengelolaan berita bukan hanya tentang memberi informasi, melainkan tentang menciptakan persepsi yang strategis (Leonard 2002).

### **3.2. Strategic Communication**

Dalam dimensi *strategic communication* milik Mark Leonard (2002), pendekatan ini secara aktif membentuk agenda pemberitaan melalui penyelenggaraan aktivitas dan acara yang sengaja didesain untuk menegaskan

pesan utama serta memengaruhi persepsi publik. Dimensi ini menyerupai strategi kampanye politik yang mana strategi ini dilakukan dengan merumuskan pesan-pesan strategis yang ingin disampaikan, kemudian mengatur rangkaian aktivitas untuk menegaskan pesan tersebut (Leonard 2002).

Embratur sebagai lembaga utama dalam promosi pariwisata Brasil menyusun kampanye-kampanye terintegrasi untuk memastikan bahwa narasi yang disampaikan memiliki keselarasan antara pesan, media, dan audiens. Salah satu strategi yang menonjol adalah narasi tentang keberagaman budaya Brasil yang disampaikan melalui parade, kostum, dan musik karnaval. Hal ini terlihat dalam cara Brasil membingkai narasi tentang hak asasi manusia. Dengan mengusung tema "*A Festa De Toda Gente*" pada saat karnaval, Brasil mengajak dunia untuk bersama-sama menikmati perayaan tanpa adanya diskriminasi dan tetap menghormati keberagaman. Semua elemen ini menggambarkan masyarakat Brasil yang multietnis dan multikultural, menciptakan citra bahwa Brasil adalah negara yang menyambut semua orang, tanpa diskriminasi (Embratur Brasil 2024).

Embratur melalui unggahan Instagramnya mengkampanyekan pentingnya menghormati batasan pribadi selama karnaval. Narasi ini menyisipkan nilai-nilai kesetaraan gender dan perlindungan terhadap kekerasan seksual. Hal ini diperkuat dengan tersedianya layanan pengaduan darurat melalui nomor 100 yang merupakan bentuk kerjasama antara Embratur dengan Kementerian Hak Asasi Manusia Brasil (@mdhcbasil) untuk menolak segala bentuk perilaku diskriminatif selama perayaan berlangsung. Hal ini menegaskan komitmen nyata terhadap perlindungan hak-hak wisatawan selama kegiatan berlangsung. Strategi ini juga

mendukung citra Brasil sebagai negara tujuan wisata yang aman, toleran, dan modern, yang mampu menjawab tantangan global terkait keberagaman dan hak asasi manusia (Embratur Brasil 2023).

Pada Karnaval Rio De Janeiro tahun 2023, Marcelo Freixo selaku Presiden Embratur melakukan konferensi pers bersama Menteri Kebudayaan, Margareth Menezes, dan perwakilan dari pengelola Sekolah Samba *Estação Primeira de Mangueira*. Dalam kesempatan tersebut, Presiden Embratur menegaskan bahwa budaya menjadi instrumen promosi yang unggul bagi Brasil dan kegembiraan merupakan daya tarik khas Brasil yang membedakannya dari negara-negara lain. Ia juga menekankan bahwa Karnaval bukan hanya sekedar pesta rakyat yang hanya mencerminkan identitas budaya, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap penciptaan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan nasional (Embratur Brasil 2023). Dan di tahun 2024, Embratur memperluas kemitraannya melalui kerjasama dengan beberapa akun-akun resmi lainnya seperti @barizonentretenimento, @rioexperience, @visitrio, dan @riocarnaval. Kemitraan ini dimanfaatkan oleh Embratur sebagai kanal resmi yang mempromosikan Karnaval Rio De Janeiro sebagai sebuah perayaan budaya yang megah, inklusif, aman, dan mengutamakan nilai-nilai hak asasi manusia dan keberagaman kepada masyarakat internasional (Embratur Brasil 2024).

Dalam upaya *strategic communication* ini, Embratur juga bekerjasama dengan Duta Besar Korea Selatan untuk Brasil, Lim Ki-Mo, yang berfokus pada pemanfaatan audiovisual sebagai media utama untuk memperkuat promosi pariwisata. Audiovisual dipandang sebagai strategi efektif untuk memperluas jangkauan pariwisata internasional Brasil, dan keahlian Korea Selatan dalam

investasi budaya serta produksi konten audiovisual menjadi aset penting dalam kolaborasi ini. Dalam pertemuan antara Presiden Embratur Brasil, Marcelo Freixo, dengan Lim Ki-mo, dibahas langkah-langkah konkret untuk meningkatkan sinergi dalam mengembangkan konten budaya audiovisual yang akan digunakan untuk kampanye promosi di berbagai pasar internasional. Kolaborasi ini mencakup dukungan dari Korea Selatan dalam produksi dan distribusi konten budaya Brasil yang berkualitas untuk menjangkau audiens global yang lebih luas dan lebih bervariasi (Embratur Brasil 2023).

Tak hanya itu, Pada Karnaval Rio De Janeiro tahun 2024 Embratur mengadakan program *side event* untuk mempromosikan pariwisata negaranya selama masa karnaval. Program yang dilakukan seperti “*Free Walking Tours*” yang bekerja sama dengan iFriend dan didukung oleh EmbraturLAB. Melalui program ini, Brasil menegaskan identitasnya sebagai destinasi global yang memadukan keindahan alam dan warisan budaya. Kegiatan ini menawarkan tur jalan kaki gratis di Kota Rio de Janeiro yang dipandu dalam bahasa Inggris dan Portugis, dengan tujuan tidak hanya memberikan pengalaman wisata tetapi juga menyampaikan narasi budaya secara langsung kepada turis asing serta menjadi bagian dari strategi membangun citra positif Brasil sebagai negara yang terbuka, ramah, dan mudah diakses oleh pengunjung internasional. Penyelenggaraan acara ini dirancang untuk memperkuat pesan utama diplomasi Brasil, yaitu inklusivitas, keterbukaan, dan promosi budaya (Embratur Brasil 2023).

Kemudian, Embratur juga meluncurkan program riset dan inovasi pariwisata inklusif di Rio de Janeiro dari hasil kerjasama dengan EmbraturLAB

dan *Destinos Inteligentes*. Inisiatif ini mencakup survei langsung kepada wisatawan mancanegara untuk memahami pengalaman mereka, serta peluncuran rute wisata digital tematik yang dapat diakses melalui aplikasi “*Destinos Inteligentes*”. Langkah ini mencerminkan penggunaan teknologi sebagai alat komunikasi strategis yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga interaktif, sehingga memungkinkan audiens global memperoleh informasi akurat dan relevan mengenai destinasi Brasil. Survei dilakukan di berbagai titik wisata utama seperti Kereta Corcovado, Sugarloaf Mountain, Taman Lage, dan bandara, dengan tujuan mengumpulkan masukan terkait keamanan, keramahan, dan kualitas layanan. Data yang diperoleh menjadi basis bagi Embratur untuk merancang strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran, menyesuaikan pesan promosi sesuai dengan preferensi wisatawan, dan meningkatkan pengalaman pengunjung secara menyeluruh (Embratur Brasil 2024).

Selain riset lapangan, Embratur dan mitra strategisnya memperkenalkan empat rute wisata tematik yang dirancang khusus untuk wisatawan penyandang disabilitas. Rute pertama, Cultural Road & Olympic Boulevard, mengajak pengunjung menjelajahi Museum of Tomorrow, galeri seni, akuarium, dan Yuftar. Rute kedua menampilkan panorama dari Dona Marta Lookout, kunjungan ke Patung Kristus Penebus dan Hutan Tijuca, serta momen santai di Bar da Pracinha di Alto da Boa Vista. Rute ketiga berfokus pada petualangan di Morro da Urca dan Sugarloaf, berjalan di Jalur Cláudio Coutinho, bersantai di Praia Vermelha, dan makan siang di Military Circle. Sedangkan rute keempat mengajak wisatawan mengenal Maracanã, Boa Vista Farm, Biopark (kebun binatang), serta Luiz Gonzaga Center for Northeastern Traditions. Keempat rute ini, bersama rute

tematik lainnya, tersedia secara gratis di aplikasi “*Destinos Inteligentes*” untuk iOS dan Android, sehingga memudahkan wisatawan internasional mengakses informasi dan merencanakan perjalanan mereka. Program ini memperlihatkan bagaimana Embratur memanfaatkan kanal digital untuk menyampaikan pesan yang inklusif, progresif, dan berbasis nilai keberlanjutan. Aplikasi ini tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga medium diplomasi publik yang mengedepankan keberagaman dan aksesibilitas. Dengan hal ini, Embratur secara proaktif membangun citra Brasil sebagai destinasi yang ramah, inklusif, dan modern di mata dunia (Embratur Brasil 2024).

Selain itu, terdapat aksi “*Turismo Que Transforma*” yang mana merupakan aksi memberikan sambutan khusus kepada wisatawan asing di Bandara Internasional Galeão menunjukkan bagaimana agenda komunikasi strategis digunakan untuk membentuk pengalaman pertama yang teringat jelas kepada pengunjung. Wisatawan dari Chile yang tiba di Rio pada 8 Februari 2024 disambut dengan pertunjukan samba, biskuit Globo, dan Brigadeiro atau bola-bola coklat khas Brasil, menciptakan suasana hangat dan emosional yang menunjukkan kekayaan budaya Brasil secara langsung. Lebih dari sekadar sambutan, acara ini menjadi sarana memperkenalkan elemen identitas budaya Brasil sejak momen pertama para wisatawan menginjakkan kaki di negara tersebut. Dan juga melalui dokumentasi dan penyebaran konten digital dari acara ini, pesan strategis tentang keragaman dan keramahan Brasil disebarkan secara luas di media sosial dan platform berita internasional. Langkah ini menggambarkan pendekatan *proaktif* pemerintah dalam mengatur agenda publik internasional melalui pengalaman simbolik yang disiapkan secara cermat (Embratur Brasil 2024).

Oleh karena itu konsep *strategic communication* dalam konteks ini terlihat dari bagaimana Embratur menyampaikan pesan-pesan nasional secara konsisten melalui visual, slogan, dan narasi yang digunakan dalam setiap *side event*. Mulai dari penggunaan frasa “*Free Walking Tours*” dan peluncuran aplikasi *Destinos Inteligentes* yang menekankan keterbukaan dan aksesibilitas, hingga slogan “*Turismo Que Transforma*” yang menjadi peran transformasional pariwisata dalam pembangunan negara. Strategi tersebut juga memperlihatkan kemampuan Brasil dalam mengintegrasikan sektor pariwisata, kebudayaan, dan hubungan luar negeri melalui pendekatan yang komprehensif.

### **3.3. Relationship Building**

*Relationship building* atau membangun hubungan pada konsep diplomasi publik milik Mark Leonard (2002), merupakan proses menciptakan koneksi yang berkelanjutan dengan masyarakat internasional guna memperoleh pengakuan terhadap nilai-nilai dan keunggulan suatu negara. Pendekatan ini berfokus pada pengembangan hubungan melalui program beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi, membangun koneksi baik secara nyata maupun virtual, serta membuka akses publik ke saluran media. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa hubungan yang dibangun bukan bersifat sementara akan tetapi menghasilkan pengalaman positif dan juga kerjasama berkelanjutan (Leonard 2002).

Embratur Brasil memanfaatkan momen Karnaval untuk memperkuat jejaring kerjasama internasional. Brasil berkomitmen untuk menjadikan karnaval sebagai medium pertukaran budaya yang berdaya jangkau luas. Komitmen

tersebut tercermin melalui berbagai bentuk kerjasama atau kemitraan yang dilakukan baik sebelum, selama, maupun setelah penyelenggaraan Karnaval Rio de Janeiro 2023–2024.

Kemitraan Embratur dengan Bookers International dan Bookers Brazil menjadi salah satu contoh nyata bagaimana hubungan jangka panjang dibangun bersama mitra strategis di sektor swasta global. Bookers International yang berbasis di Miami dan Bookers Brazil yang berkantor di Rio de Janeiro merupakan pelopor penawaran paket wisata daring ke Amerika Selatan dan telah beroperasi selama lebih dari dua dekade. Sebagai agen resmi dan berlisensi, mereka memiliki reputasi internasional yang kuat, khususnya dalam penyediaan layanan terkait Karnaval Rio de Janeiro 2023-2024 mulai dari penjualan tiket parade, transportasi, hingga akomodasi dan tur. Bookers adalah agen tiket No. 1 untuk Karnaval Rio de Janeiro. Oleh karena itu, Bookers menjadi mitra potensial dalam memperluas jangkauan diplomasi budaya Brasil ke pasar global (Bookers International, n.d.).

Selain itu juga, Embratur memperkuat hubungan strategis dengan Kementerian Luar Negeri Brasil (Itamaraty) melalui pertemuan antara Presiden Embratur dan Menteri Luar Negeri pada Februari 2023. Pertemuan ini membahas strategi aksi bersama untuk membangun kembali citra Brasil di tingkat global serta mempromosikan destinasi wisata Brasil di pasar internasional (Embratur Brasil 2023). Sementara itu di tahun 2024, Embratur memperluas jaringan kerjasama melalui kemitraan dengan Prefektur Rio yang mencakup pengolahan data pengunjung untuk pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan.

Penandatanganan kerjasama ini dilaksanakan secara simbolik bersamaan dengan Karnaval, yang menjadikan acara budaya ini sebagai ruang strategis untuk membangun aliansi. Selanjutnya, Embratur juga membangun relasi dengan beberapa maskapai penerbangan seperti Azul, GOL dan LATAM pada tahun 2023 (Embratur 2023), serta SKY Airline asal Chile dan Air France-KLM asal Amerika Selatan pada tahun 2024 untuk memperluas jaringan penerbangan internasional (Embratur 2024). Langkah ini bukan hanya sekedar memperluas konektivitas udara, tetapi juga memperkuat citra Brasil sebagai negara yang siap menerima kunjungan internasional secara profesional. Dengan menciptakan hubungan bisnis yang saling menguntungkan (*mutually beneficial interdependence*), yang mana Embratur dapat memperluas jangkauan wisatawan yang datang ke Brasil sekaligus memperkuat citra negara sebagai destinasi yang mudah diakses, sementara perusahaan maskapai penerbangan memperoleh akses pasar yang lebih luas. Melalui kemitraan ini, Embratur membuka ruang dialog yang berkelanjutan dengan perusahaan swasta serta menciptakan hubungan strategis untuk memperkuat posisi nasional dalam diplomasi publik.

Tak hanya itu, sejumlah program dirancang untuk memperkuat hubungan jangka panjang antara Brasil dan komunitas internasional secara berkelanjutan. Embratur membangun relasi dengan media internasional sebagai strategi hubungan jangka panjang. Embratur mengadakan program *press trip* atau perjalanan pers dengan mengundang jurnalis asal Prancis pada Karnaval Rio De Janeiro tahun 2023 dan jurnalis asal Inggris di tahun 2024. Program ini Program ini dirancang oleh Embratur bekerja sama dengan Sebrae (Layanan Dukungan Usaha Mikro dan Kecil Brasil) dan Rio Convention & Visit Rio.

Pada Karnaval Rio De Janeiro 2023, Marcelo Freixo selaku Presiden Embratur bersama Direktur Pemasaran Jaqueline Gil, menyambut kedatangan jurnalis asal Prancis dalam rangka perjalanan pers di Rio de Janeiro. Rencana *press trip* dirancang untuk memberikan pengalaman imersif terhadap kekayaan alam dan budaya Brasil. Agenda meliputi kunjungan ke ikon-ikon kota seperti Patung Kristus Penebus dan Gunung Sugarloaf, eksplorasi Hutan Tijuca dan Kebun Raya, serta mengunjungi CRAB (*Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro*), sebuah pusat referensi kerajinan tangan yang menampilkan kekayaan budaya Brasil. Kunjungan ini memberikan kesempatan istimewa bagi para jurnalis untuk mengenal lebih dekat budaya lokal serta menyaksikan langsung keindahan dan keunikan produk kerajinan Brasil (Embratur 2023).

Sementara itu di tahun 2024, Embratur mengundang jurnalis asal Inggris untuk mengikuti *press trip* di Rio De Janeiro selama Karnaval. Para jurnalis diajak menikmati berbagai kegiatan budaya, termasuk menyaksikan parade sekolah samba di Marquês de Sapucaí, menghadiri pertunjukan kelompok jalanan Cordão da Bola Preta, mengikuti acara gala Copa Ball di Istana Copacabana, hingga Karnaval Feijoada di Hotel Rio Othon Palace. Selain pengalaman karnaval, program ini juga memberikan kesempatan bagi para jurnalis untuk mengeksplorasi kekayaan warisan budaya dan sejarah Brasil. Salah satu agendanya adalah tur ke kawasan Little Africa, yang menjadi titik penting dalam sejarah kedatangan para budak di Brasil. Kunjungan ini tidak hanya memberikan perspektif sejarah yang lebih kaya, tetapi juga memperkenalkan strategi Afroturisme yang sedang digencarkan Embratur sebagai bagian dari promosi

pariwisata inklusif. Selain itu, kunjungan ke ikon-ikon kota seperti Patung Kristus Penebus, Sugarloaf Mountain, dan Kebun Raya turut melengkapi perjalanan ini (Embratur 2024). Kedua program ini memperlihatkan pola konsisten strategi Embratur dalam membangun hubungan jangka panjang dengan media asing. Strategi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan citra positif Brasil, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dan kerjasama yang berkelanjutan di tingkat global.

Selain itu, Embratur juga bekerjasama dengan Menteri Pariwisata Rio De Janeiro untuk membawa pameran Karnaval Rio De Janeiro ke Eropa. Pameran ini sebelumnya telah dipamerkan di Museum Seni Rio (MAR) sebagai bagian dari agenda G20 Rio De Janeiro yang menampilkan karya-karya seniman seperti Gringo Cardia, Luiz Antônio Simas, Vik Muniz, dan fotografer Fábio Ghivelder, João Farkas, Igor Souto, serta Leonardo Ramadinha. Inisiatif untuk melanjutkan pameran di Eropa, khususnya di Paris pada 2025 yang bertepatan dengan Tahun Brasil di Prancis, menunjukkan bagaimana Embratur dan Pemerintah Kota Rio membangun kesinambungan dalam promosi budaya Brasil di panggung global. Marcelo Freixo selaku Presiden Embratur menekankan pentingnya melibatkan aktor internasional seperti kedutaan besar dan maskapai penerbangan dalam mendukung agenda ini, sehingga promosi karnaval dapat berjalan secara sistematis dan berkelanjutan (Embratur 2024).

Upaya ini memperlihatkan bagaimana diplomasi publik Brasil tidak berhenti pada momentum festival, melainkan berlanjut melalui penciptaan ruang dialog budaya di luar negeri. Strategi tersebut selaras dengan data peningkatan

kunjungan wisatawan ke Rio de Janeiro pada 2024. Berdasarkan catatan resmi, jumlah wisatawan internasional pada September 2024 naik 41,21% dibandingkan tahun 2023, dengan akumulasi kunjungan Januari–September 2024 mencapai 1.075.879 atau naik 25,7% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Kenaikan ini mengindikasikan bahwa program keberlanjutan seperti pameran karnaval mampu memperkuat daya tarik Brasil di mata dunia sekaligus memberikan dampak ekonomi yang nyata (Embratur 2024). Dengan demikian, relationship building melalui Karnaval Rio Rio De Janeiro bukan hanya soal memperkuat diplomasi budaya, melainkan juga memastikan bahwa relasi yang dibangun terus berlanjut, menghasilkan pengalaman berkelanjutan, serta menciptakan hubungan internasional yang dapat dimanfaatkan Brasil untuk strategi diplomasi publik di masa depan. Keberlanjutan hubungan ini menjamin bahwa diplomasi publik Brasil tidak berhenti pada Karnaval Rio de Janeiro, melainkan terus hidup dalam bentuk kolaborasi, pertukaran budaya, dan jaringan internasional baru yang berfungsi sebagai aset strategis bagi citra dan kepentingan nasional Brasil.

**Tabel 1. Ringkasan Upaya Diplomasi Publik Brasil Melalui Karnaval Rio De Janeiro 2023-2024**

<b>Konsep Diplomasi Publik</b>	<b>Implementasi</b>
<i>News Management</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membentuk narasi positif melalui akun Instagram resmi Embratur yang menampilkan tema “<i>A Festa de Toda Gente</i>” (Pesta untuk Semua) dan slogan “<i>Alegria é um direito</i>” (Kebahagiaan adalah Hak),</li> <li>- Pemanfaatan figur akademik (Prof. Luiz Antonio Simas) untuk memberikan legitimasi pada narasi yang disampaikan,</li> <li>- Peliputan Karnaval oleh TV</li> </ul>

	<p>Brasil, serta dampaknya terhadap ekonomi Brasil,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kolaborasi Embratur dengan Bravi dan TV Cultura untuk promosi pariwisata audiovisual,</li> <li>- Mengundang jurnalis asal Inggris dan Prancis untuk liputan langsung,</li> <li>- Membubuhkan cap merek Brasil “<i>Visit Brasil</i>” pada badan pesawat kemitraan.</li> </ul>
<p><i>Strategic Communication</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kampanye perlindungan hak wisatawan melalui pesan “<i>Respeita esse feat</i>” dan informasi layanan pengaduan darurat (Disque 100) bekerja sama dengan Kementerian Hak Asasi Manusia Brasil,</li> <li>- Konferensi pers Presiden Embratur bersama Menteri Kebudayaan dan pengelola sekolah samba Mangueira,</li> <li>- Melaksanakan promosi bersama dengan akun resmi seperti @barizonentretenimento, @rioexperience, @visitrio, dan @riocarnaval.</li> <li>- Bekerjasama dengan Duta Besar Korea Selatan untuk Brasil dalam bidang audiovisual,</li> <li>- Menyelenggarakan <i>Free Walking Tours</i> bekerja sama dengan iFriend dan EmbraturLAB,</li> <li>- Peluncuran program Destinos Inteligentes untuk rute wisata inklusif bagi penyandang disabilitas, serta survei pengalaman wisatawan di destinasi utama Rio De Janeiro,</li> <li>- Mengadakan program penyambutan wisatawan asing</li> </ul>

	<p>“<i>Turismo Que Transforma</i>” di Bandara Internasional Galeão.</p>
<p><i>Relationship Building</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan kolaborasi dengan Bookers International dan Bookers Brazil sebagai agen resmi penjualan tiket dan paket wisata karnaval,</li> <li>- Bekerjasama dengan Prefektur Rio dan Itamary dalam membangun pariwisata berkelanjutan,</li> <li>- Menjalin kemitraan dengan maskapai penerbangan Azul, GOL dan LATAM (2023) serta SKY Airline asal Chile (2024) untuk memperluas konektivitas internasional,</li> <li>- Merancang program <i>Press Trip</i> dengan mengundang jurnalis asal Prancis (2023) dan Inggris (2024) untuk membangun hubungan jangka panjang dan berkelanjutan.</li> <li>- Bekerjasama dengan Menteri Pariwisata Rio De Janeiro untuk membawa pameran Karnaval Rio De Janeiro ke Eropa.</li> </ul>

## **BAB 4**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari data yang diperoleh dan telah dianalisis terhadap upaya diplomasi publik Brasil melalui penyelenggaraan Karnaval Rio de Janeiro 2023–2024, dapat disimpulkan bahwa Embratur berhasil memanfaatkan tiga dimensi utama dalam kerangka konsep diplomasi publik Mark Leonard (2002) yakni *news management*, *strategic communication*, dan *relationship building* untuk membangun citra positif Brasil di mata dunia.

Pada dimensi *news management*, Embratur menunjukkan kemampuannya untuk mengelola, mengarahkan, dan membingkai narasi positif mengenai karnaval di mata dunia. Melalui laman Instagram resmi @embraturbrasil, Brasil secara konsisten menciptakan narasi dan konten visual yang menonjolkan keberagaman, inklusivitas, serta penghormatan terhadap hak asasi manusia. Pada unggahan bertema “*A Festa de Toda Gente*” dan “*Alegria é um direito*” memperlihatkan bagaimana Brasil membentuk persepsi publik internasional tentang karnaval sebagai pesta budaya yang menyatukan masyarakat dari berbagai latar belakang. Penggunaan figur publik seperti sejarawan Prof. Luiz Antonio Simas memperkuat legitimasi pesan yang disampaikan, sehingga narasi karnaval tidak hanya bernilai promosi, tetapi juga valid secara historis dan akademis. Konten visual pada Youtube Rio Carnival, peliputan oleh TV Brasil, serta kolaborasi dengan Bravi dan TV Cultura juga turut dimanfaatkan untuk mempromosikan karnaval dan pariwisata audiovisual. Selain itu, strategi

mengundang jurnalis internasional dari Prancis (2023) dan Inggris (2024) memberi peluang bagi media asing untuk mengalami langsung kemeriahan karnaval, sehingga liputan yang dihasilkan lebih kredibel dan sejalan dengan nilai yang ingin ditonjolkan Brasil. Dan juga melakukan pembubuhan cap merek Brasil “*Visit Brasil*” pada badan pesawat kemitraan memberikan kesan kuat mengenai identitas dan ketersediaan Brasil sebagai destinasi wisata unggulan..

Kemudian pada dimensi *strategic communication*, Embratur tidak hanya mengelola dan menyebarkan informasi tetapi secara aktif menerapkan strategi kampanye dengan membentuk agenda pemberitaan dan pengalaman publik melalui serangkaian kegiatan terencana. Nilai inklusivitas disampaikan melalui slogan “*A Festa de Toda Gente*”, disertai kampanye perlindungan hak wisatawan seperti “*Respeita esse feat*” dan penyediaan layanan darurat *Disque 100*, yang menegaskan komitmen terhadap keamanan dan kenyamanan pengunjung. Serta bekerjasama dengan Duta Besar Korea Selatan untuk Brasil dalam bidang audiovisual sebagai strategi efektif untuk memperluas jangkauan pariwisata internasional Brasil. Berbagai side event seperti *Free Walking Tours* hasil kolaborasi dengan iFriend dan EmbraturLAB, serta peluncuran aplikasi *Destinos Inteligentes* yang menawarkan rute wisata inklusif, semakin memperkuat citra Brasil sebagai destinasi yang ramah, modern, dan mudah diakses. Selain itu, aksi *Turismo Que Transforma* yang menyambut wisatawan asing di Bandara Galeão menjadi wujud nyata dari pemanfaatan pengalaman langsung sebagai alat komunikasi strategis, guna membentuk kesan positif sejak awal kedatangan wisatawan.

Sementara itu, pada dimensi *relationship building*, Embratur berhasil membangun dan memperkuat jejaring kerjasama lintas sektor yang berkelanjutan. Kolaborasi dengan Bookers International dan Bookers Brazil sebagai agen resmi penjualan tiket serta paket wisata Karnaval Rio de Janeiro menjadi salah satu langkah penting dalam memperluas jangkauan pasar global dan memastikan layanan yang berkualitas bagi wisatawan mancanegara. Selain itu, kemitraan dengan Kementerian Luar Negeri Brasil dan Prefektur Rio dimanfaatkan untuk mengkoordinasikan strategi dalam membangun citra Brasil dan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan. Embratur juga memperkuat konektivitas internasional melalui kerjasama dengan maskapai penerbangan, yaitu Azul, GOL dan LATAM pada 2023, serta SKY Airline asal Chile pada 2024, guna mempermudah akses wisatawan dari berbagai negara. Selain itu, melalui program Press Trip yang mengundang jurnalis dari Prancis pada 2023 dan Inggris pada 2024, Brasil tidak hanya sekedar mempromosikan destinasi wisata, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan media internasional. Pemerintah juga bekerjasama dengan Menteri Pariwisata Rio De Janeiro untuk membawa pameran Karnaval Rio De Janeiro ke Eropa. Upaya-upaya ini menegaskan bahwa strategi *relationship building* Embratur berfokus pada kolaborasi lintas sektor yang berkelanjutan, demi memperkuat citra Brasil sebagai destinasi budaya kelas dunia.

Secara keseluruhan, diplomasi publik Brasil melalui Karnaval Rio de Janeiro 2023–2024 menunjukkan bahwa untuk mencapai keberhasilan dalam membangun citra nasional tidak hanya bergantung pada promosi visual atau hiburan semata, tetapi pada integrasi pengelolaan narasi yang terarah, strategi

komunikasi yang konsisten, dan pembentukan jaringan kemitraan yang kuat. Karnaval Rio De Janeiro tidak hanya menjadi perayaan budaya terbesar di Brasil, tetapi juga berfungsi sebagai panggung global untuk memperkenalkan nilai-nilai demokrasi, inklusivitas, keberagaman, dan keramahan. Pendekatan yang dilakukan Embratur mampu menyelaraskan kepentingan budaya, ekonomi, dan politik luar negeri Brasil, sekaligus memperkuat posisinya di kancah pariwisata internasional.

#### **4.2 Rekomendasi**

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada lingkup analisis yang difokuskan pada upaya diplomasi publik Brasil melalui Karnaval Rio de Janeiro tahun 2023–2024 dengan menggunakan kerangka tiga dimensi Mark Leonard (2002). Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya disarankan agar memperluas periode penelitian sehingga dapat melihat konsistensi strategi diplomasi publik Brasil serta mengidentifikasi pola, perubahan, dan efektivitas strategi tersebut dalam jangka waktu yang lebih panjang. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam dampak nyata dari diplomasi publik berbasis karnaval terhadap indikator-indikator seperti peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, perluasan jaringan kemitraan internasional, pertumbuhan ekonomi lokal, dan penguatan citra negara di media global.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto. 2023. "Karnaval Rio Jadi Simbol Kebebasan Warga Brasil dari Covid Dan Politik Identitas." *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/weekend/559515/karnaval-rio-jadi-simbol-kebebasan-warga-brasil-dari-covid-dan-politik-identitas>.
- Adiyanto. 2024. "Rio Karnaval, Bukan Sekadar Pesta Biasa." *Media Indonesia*. [https://mediaindonesia.com/internasional/650269/rio-karnaval-bukan-sekadar-pesta-biasa#goog\\_rewarded](https://mediaindonesia.com/internasional/650269/rio-karnaval-bukan-sekadar-pesta-biasa#goog_rewarded).
- Agnihotri, Akanksha. 2024. "Rio Carnival: 5 Things To Know About The World's Biggest Party." *Hindustan Times*. <https://www.hindustantimes.com/lifestyle/travel/rio-carnival-5-things-to-know-about-the-worlds-biggest-party-101707655901916.html>.
- Akil, Salsabila A., and Indra Kusumawardhana. 2021. "Diplomasi Budaya Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan Dalam Festival Banjar 2018-2019." *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20 (June): 41-55. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i1.1280>.
- Aljazeera. 2024. "Carnival Extravaganza Kicks Off In Brazil." <https://www.aljazeera.com/gallery/2024/2/10/carnival-extravaganza-kicks-off-in-brazil>.
- Bookers International. n.d. "A Word About Bookers International And Bookers Brazil." <https://www.bookersinternational.com/>.
- Boy, Leonardo, and Clarice Menezes. n.d. "Brazilian Cultural Diplomacy in Europe in the Early 21st Century : Bridging The Gap Between Nations with International Events." *Brazilian Cultural Diplomacy in Europe in the Early 21st Century*.
- Bratton, Elizabeth. 2025. "Carnival Celebrations In Brazil Set To Generate Over \$2 Billion USD In Revenue." *Brazil Reports*. <https://brazilreports.com/carnival-celebrations-in-brazil-set-to-generate-over-2-billion-usd-in-revenue/6880/>.
- Brown, Forrest. 2023. "Carnival 2023: 10 Wild Facts, Figures And Customs." *CNN*. <https://edition.cnn.com/travel/article/wild-facts-customs-carnival-2023/index.html>.
- Brown, Sarah. 2024. "Rio de Janeiro Is Betting On Carnival For 'Cooler' Parties And A Better Brazil." *BBC*. <https://www.bbc.com/worklife/article/20240212-rio-de-janeiro-brazil-carnival-investment>.
- Çam, Oğuz, and Cengiz Çelik. 2022. "Festival Turizmi Çerçevesinde Bir Değerlendirme : Rio Karnavali." *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi* 5 (December): 1-20. <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/pub/issue/74441/1036735#>.
- Cardin, Adele. 2024. "Brazil's Tourism Boom: Foreign Visitors Inject Record R\$26 Billion In 2024." *The Rio Times*, September 27, 2024. [https://www.riotimesonline.com/brazils-tourism-boom-foreign-visitors-inject-record-r26-billion-in-2024/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.riotimesonline.com/brazils-tourism-boom-foreign-visitors-inject-record-r26-billion-in-2024/?utm_source=chatgpt.com).

- CNN Indonesia. 2020. “Kritik Politik Lewat Goyang Samba Di Brasil.” <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200223145356-269-477257/kritik-politik-lewat-goyang-samba-di-brasil>.
- Dumont, Juliette, and Anaïs Fléchet. 2014. “Brazilian Cultural Diplomacy In The Twentieth Century.” *Revista Brasileira de História* 34 (June). <http://www.scielo.br/rbh>.
- DW. 2023. “KTT Amazon di Brasil Bahas Kebijakan Bersama.” <https://www.dw.com/id/ktt-amazon-di-brasil-bahas-kebijakan-bersama/a-66468705>.
- Embratur. 2023. “Embratur Traz Jornalistas Franceses Para Cobrir Carnaval Do RJ.” <https://embratur.com.br/2023/02/16/embratur-traz-jornalistas-franceses-para-a-cobrir-carnaval-do-rj/>.
- Embratur. 2023. “Azul Se Junta à Embratur e Apresenta Aeronaves Com a Marca Brasil.” <https://embratur.com.br/2023/04/04/azul-se-junta-a-embratur-e-apresenta-a-viao-com-a-marca-brasil/>.
- Embratur. 2024. “Embratur E Grupo Air France-KLM Debatem Ampliação De Conectividade Aérea E Ações Comuns De Sustentabilidade.” <https://embratur.com.br/2024/01/31/embratur-e-grupo-air-france-klm-estudam-ampliar-conectividade-aerea-e-acoes-comuns-de-sustentabilidade/>.
- Embratur. 2024. “Rio de Janeiro (RJ): Embratur Promove Press Trip Com Jornalistas Do Reino Unido Durante O Carnaval.” <https://embratur.com.br/2024/02/06/rio-de-janeiro-rj-embratur-promove-press-trip-com-jornalistas-do-reino-unido-durante-o-carnaval/>.
- Embratur. 2024. “Embratur, Bravi E TV Cultura Apostam Em Trabalho Conjunto Em Turismo Audiovisual.” <https://embratur.com.br/2024/02/21/embratur-bravi-e-tv-cultura-apostam-em-trabalho-conjunto-em-turismo-audiovisual/>.
- Embratur. 2024. “Melhor Resultado Em Uma Década: Rio Recebeu 760,2 mil Turistas Internacionais No Primeiro Semestre De 2024.” <https://embratur.com.br/2024/07/22/melhor-resultado-em-uma-decada-rio-de-janeiro-recebeu-7602-mil-turistas-internacionais-no-1-semester-de-2024/>.
- Embratur. 2024. “Embratur E Prefeitura Do Rio Vão Levar Exposição Sobre O Carnaval Carioca Para A Europa.” <https://embratur.com.br/2024/11/05/embratur-e-prefeitura-do-rio-va-levar-exposicao-sobre-o-carnaval-carioca-para-a-europa/>.
- Embratur Brasil. 2023. “Embratur & Itamaraty!” [Instagram. https://www.instagram.com/p/CocQpizOVI3/](https://www.instagram.com/p/CocQpizOVI3/).
- Embratur Brasil. 2023. “Hoje O Dia Começou Com Um Encontro Com O CEO Da @voegoloficial, Celso Ferrer.” [Instagram. https://www.instagram.com/p/CocjPEXuATr/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CocjPEXuATr/?img_index=1).
- Embratur Brasil. 2023. “Parceria.” [Instagram. https://www.instagram.com/p/CoczWGUuxJG/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CoczWGUuxJG/?img_index=1).
- Embratur Brasil. 2023. “A festa De Toda Gente.” [Instagram. https://www.instagram.com/p/Co2ZAoUubsZ/](https://www.instagram.com/p/Co2ZAoUubsZ/).

- Embratur Brasil. 2023. “Os Carnavais Brasileiros Com Luiz Antonio Simas.” Instagram. [https://www.instagram.com/p/Coz8mv\\_j0HK/](https://www.instagram.com/p/Coz8mv_j0HK/).
- Embratur Brasil. 2023. “O Presidente Da Embratur Marcou Presença Hoje, Em Uma Coletiva De Imprensa Com A Ministra Da Cultura, Margareth Menezes, E A Direção Da Escola De Samba Estação Primeira De Mangueira.” Instagram. [https://www.instagram.com/p/Co3WJYzpBLK/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Co3WJYzpBLK/?img_index=1).
- Embratur Brasil. 2023. “Parceria De Milhões!” Instagram. <https://www.instagram.com/p/Co4nGpbOH3U/>.
- Embratur Brasil. 2023. “Nosso Presidente @marcelofreixo E A Diretora De Marketing @jaqueline.gil Estiveram Na Marquês De Sapucaí, Acompanhando A Press Trip Com Cinco Jornalistas Franceses.” Instagram. [https://www.instagram.com/p/Co7K5nRu4De/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Co7K5nRu4De/?img_index=1).
- Embratur Brasil. 2023. “A Alegria Voltou! Com Luiz Antonio Simas.” Instagram. <https://www.instagram.com/p/Co7qAQVDoAq/>.
- Embratur Brasil. 2023. “O Presidente @marcelofreixo, Junto À Nossa Diretora De Marketing, @jaqueline.gil, Se Reuniu Com Os Jornalistas Franceses Durante A Press Trip No Rio De Janeiro E Visitaram O CRAB, Centro Sebrae De Referência Do Artesanato Brasileiro.” Instagram. [https://www.instagram.com/p/Co-faozpRkL/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Co-faozpRkL/?img_index=1).
- Embratur Brasil. 2024. “Free Walking Tours Rio De Janeiro.” Instagram. [https://www.instagram.com/p/C3GT6jYOgc5/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C3GT6jYOgc5/?img_index=1).
- Embratur Brasil. 2024. “Turismo Que Transforma.” Instagram. <https://www.instagram.com/p/C3I65rapx8o/>.
- Embratur Brasil. 2024. “É Carnaval No Errejota!” Instagram. <https://www.instagram.com/p/C3N23JPJGk/>.
- Embratur Brasil. 2024. “Levamos 5 Jornalistas De Grandes Meios De Comunicação Do Reino Unido Para O Rio De Janeiro!” Instagram. <https://www.instagram.com/p/C3YqD1GJV0w/>.
- Embratur Brasil. 2024. “Pesquisa + Inovação = Avanço No Turismo.” Instagram. <https://www.instagram.com/p/C3ps12NrkkS/>.
- Embratur Brasil. 2024. “Rotas Turísticas Acessíveis No RJ? Temos!” Instagram. [https://www.instagram.com/p/C372AFHLNDt/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C372AFHLNDt/?img_index=1).
- Embratur Brasil. 2024. “The Partnership Embratur And BarizON Entertainment At RioExxperience Strengthens Carnival 2024.” Instagram. [https://www.instagram.com/p/C38hthUyUUO/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C38hthUyUUO/?img_index=1).
- Embratur Brasil. 2023. “É união entre Brasil e Coreia do Sul que você quer? Então olha isso!” Instagram. <https://www.instagram.com/p/CzpOmCOpoIo/>.
- France 24. 2024. “Parades, Parties, Pageantry: What To Know About Rio's Carnival.” <https://www.france24.com/en/live-news/20240211-parades-parties-pageantry-what-to-know-about-rio-s-carnival>.
- Gov.br. 2015. “Innovation Diplomacy.” <https://www.gov.br/mre/en/subjects/science-technology-and-innovation/innovation-diplomacy>.
- Gov.br. 2024. “Historic Record: International Tourism Injects US\$ 6.9 Billion Into The Brazilian Economy In 2023.”

- [https://www.gov.br/planalto/en/latest-news/2024/02/copy2\\_of\\_historic-record-international-tourism-injects-us-6-9-billion-into-the-brazilian-economy-in-2023#:~:text=The%20international%20tourists%20who%20visited,hosted%20the%20FIFA%20World%20Cup](https://www.gov.br/planalto/en/latest-news/2024/02/copy2_of_historic-record-international-tourism-injects-us-6-9-billion-into-the-brazilian-economy-in-2023#:~:text=The%20international%20tourists%20who%20visited,hosted%20the%20FIFA%20World%20Cup).
- Gov.br. 2025. "Brasil Launches BRICS 2025 Website." BRICS Brasil. <https://www.gov.br/planalto/en/international-agenda/brics/brasil-launches-brics-2025-website>.
- Hardiantoro, Alinda, and Rizal S. Nugroho. 2023. "Profil Brasil, Negara Paling Berpengaruh Di Amerika Selatan." Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2023/05/08/173000865/profil-brasil-negara-paling-berpengaruh-di-amerika-selatan?page=all>.
- Haryawan, Paskalis W., and Randhi Satria. 2017. "Upaya Diplomasi Publik Brazil Dalam Membangun Citra Positif Negara Melalui Piala Dunia 2014 Dan Olimpiade 2016." *Journal of International Relations*, (March). <https://jurnalhiuns.wordpress.com/2017/03/23/upaya-diplomasi-publik-brazil-dalam-membangun-citra-positif-negara-melalui-penyelenggaraan-piala-dunia-2014-dan-olimpiade-2016/>.
- History Maps. 2024. "Sejarah Brasil." <https://history-maps.com/id/story/History-of-Brazil>.
- Hutasoit, Daniel W., and Windy Dermawan. 2019. "Diplomasi Publik Pemerintah Kabupaten Samosir Melalui Festival Samosir Music International 2018." *Padjadjaran Journal of International Relations (PJIR)* 1 (May): 53-68. 10.24198/padjir.v1i1.21592.
- Khatrunada, Siti A., and Gilang N. Alam. 2019. "Diplomasi Budaya Indonesia melalui International Gamelan Festival 2018 di Solo." *Padjadjaran Journal of International Relations (PADJIR)* 1 (August): 104-121. 10.24198/padjir.v1i2.26125.
- Leonard, Mark, Catherine Stead, and Conrad Smewing. 2002. *Public Diplomacy*. N.p.: Foreign Policy Centre.
- LIESA. n.d. "LIESA 40 Anos." LIESA - Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro. Accessed August 13, 2025. <https://liesa.org.br/>.
- Major, Brian, and Mia Taylor. 2024. "Brazilian Carnival Celebrations Reflect Tourism Rebound." Travel Pulse. <https://www.travelpulse.com/news/destinations/brazilian-carnival-celebrations-reflect-tourism-rebound>.
- Mariutti, Fabiana G., and Mirna d. Medeiros. 2018. "Culture As A Dimension of Country Brand: The Highs And Lows Of Brazil's Brand Image." *Tourism & Management Studies* 14:117-127. 10.18089/tms.2018.14110.
- Marsh, Leslie L. 2016. "Branding Brazil Through Cultural Policy: Rio de Janeiro as a Creative, Audiovisual City." *International Journal of Communication*. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/4758/1692>.
- Ministério da Cultura. 2024. "Um G20 de avanços para a Cultura." Gov.br. <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/um-g20-de-avancos-para-a-cultura>.
- Ministério da Cultura. 2024. "Um G20 De Avanços Para a Cultura." Gov.br. <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/um-g20-de-avancos-para-a-cultura>.

- Nugroho, Rony A. 2023. "Menyambut Kembalinya Perayaan Karnaval Di Brasil." Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/menyambut-kembalinya-perayaan-karnaval-di-brazil>.
- Pimentel, José Vicente de S., ed. 2016. *Brazilian Diplomatic Thought: Policymakers and Agents of Foreign Policy (1750-1964)*. N.p.: Fundação Alexandre de Gusmão.
- Rio Carnaval.Org. n.d. "Carnival History : A Trip Back To Time." <https://www.riocarnaval.org/rio-carnival/history>.
- Rio Carnaval.Org. n.d. "What is Carnival Without You?" <https://www.riocarnaval.org/rio-carnival/what-is>.
- Rio.Com. n.d. "Carnival Originally Was A Greek Spring Festival - Did You Know?" History Of Rio Carnival. <https://www.rio.com/rio-carnival/history-carnival>.
- Rio.Com. n.d. "The Magic of Carnival in Rio de Janeiro." Experience the Amazing Rio Carnival. <https://www.rio.com/rio-carnival>.
- The Rio Times. 2024. "Brazil's Carnival Boosts Tourism Economy in 2024." The Rio Times. <https://www.riotimesonline.com/brazils-carnival-boosts-tourism-economy-in-2024/>.
- The Rio Times. 2024. "Brazil's Carnival Boosts Tourism Economy In 2024." <https://www.riotimesonline.com/brazils-carnival-boosts-tourism-economy-in-2024/>.
- Sadguna, I Gde M., and Made A. Desiari. 2021. "Traditions And Transformations: From Candomblé To The Sambodromo Carnival." *Journal of Music Science, Technology, and Industry* 4 (November): 307-317. <https://doi.org/10.31091/jomsti.v4i2.1800>.
- Sampaio, Fabiana. 2023. "Governo Do Rio Vai Investir Mais De R\$ 62 Milhões No Carnaval 2024." Agencia Brasil. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/politica/audio/2023-12/governo-do-rio-vai-investir-mais-de-r-62-milhoes-no-carnaval-2024>.
- Saraiva, Miriam G. 2014. "The Brazilian Soft Power Tradition." *Current History*, (February), 64-69. 10.1525/curh.2014.113.760.64.
- Satria, Dias, and Angga Erlando. 2018. *Ekonomi Festival*. N.p.: UB Press.
- Tempo. 2024. "Meriahnya Rio Carnival di Brasil yang Sudah Ada Sejak Zaman Kolonial | tempo.co." February 12, 2024. [https://www.tempo.co/hiburan/meriahnya-rio-carnival-di-brasil-yang-sudah-ada-sejak-zaman-kolonial-88106#goog\\_rewarded](https://www.tempo.co/hiburan/meriahnya-rio-carnival-di-brasil-yang-sudah-ada-sejak-zaman-kolonial-88106#goog_rewarded).
- Timofeeva, Yulia A. 2023. "Brazil's Cultural Diplomacy : Origins And Modernity." *Латинская Америка*, no. No 1, 70-84. <https://doi.org/10.31857/S0044748X0023817-7>.
- Travel and Tour World. 2025. "Perhatian Dunia Tertuju Pada Karnaval Rio 2025, Festival Paling Menggetarkan Di Dunia Yang Mengubah Rio De Janeiro Menjadi Tontonan Tanpa Henti Dari 28 Februari Hingga 8 Maret." <https://www.travelandtourworld.id/berita/artikel/perhatian-dunia-terturu-pada-karnaval-rio-2025-saat-festival-paling-menggemparkan-di-dunia-mengubah-rio-de-janeiro-menjadi-tontonan-tanpa-henti-dari-28-februari-hingga-8-maret/>.

- Travel And Tour World. 2025. "Brasil Merayakan Pecahnya Rekor Pendapatan Pariwisata Lebih Dari Tujuh Miliar USD Sementara Solusi ESIM Revolusioner Mengubah Pengalaman Pengunjung Di Tahun 2025." <https://www.travelandtourworld.id/berita/artikel/Brasil-rayakan-rekor-pendapatan-pariwisata-lebih-dari-tujuh-miliar-dolar-AS- sementara-solusi-esi-m-revolusioner-mengubah-pengalaman-pengunjung-pada-tahun-2025/>.
- Travel an Tour Word. 2025. "Mengapa Karnaval Rio Menjadi Salah Satu Acara Pariwisata Terbesar di Amerika Selatan dan Bagaimana Karnaval Ini Mendorong Industri Perjalanan Global Brasil?" <https://www.travelandtourworld.id/berita/artikel/Mengapa-karnaval-Rio-menjadi-salah-satu-acara-pariwisata-terbesar-di-Amerika-Selatan-dan-bagaimana-hal-itu-mendongkrak-industri-pariwisata-global-Brasil%3F/>.
- Trisni, Sofia, and Ardila Putri. 2023. "Diplomasi Publik Dan Soft Power: Sama Atau Berbeda?" *Andalas Journal of International Studies* XII (May). <https://doi.org/10.25077/ajis.12.1.1-12.2023>.
- TV Brasil. 2023. "TV Brasil Faz Ampla Cobertura Do Carnaval 2023." EBC. <https://tvbrasil.ebc.com.br/reporter-rio/2023/02/tv-brasil-faz-ampla-cobertura-do-carnaval-2023>.
- TV Brasil. 2024. "Carnaval Movimenta A Economia Do Rio E Gera Empregos." EBC. <https://tvbrasil.ebc.com.br/reporter-brasil/2024/02/carnaval-movimenta-economia-do-rio-e-gera-empregos>.
- UNESCO. 2019. "Rio De Janeiro Carnival." Portal Of Culture. <https://www.lacult.unesco.org/eventos/showitem.php?getipr=&lg=2&pais=&id=6099&nivel=1>.
- Visit Brasil. n.d. "Rio de Janeiro." Visit Brasil. Accessed September 22, 2025. [https://visitbrasil.com/en/location/rio-de-janeiro-en/?utm\\_source=chatgpt.com](https://visitbrasil.com/en/location/rio-de-janeiro-en/?utm_source=chatgpt.com).
- ZP, Didih H. 2023. "46 Juta Orang Diharapkan Hadir di Festival Brasil Selama 5 Hari Ke Depan, Pendapatan Diperkirakan \$1,55 Miliar." Zona Priangan.com. <https://zonapriangan.pikiran-rakyat.com/wisata/pr-466297196/46-juta-orang-diharapkan-hadir-di-festival-brasil-selama-5-hari-ke-depan-pendapatan-diperkirakan-155-miliar>.