

### **BAB III**

## **INTERNET DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI KUNCI KEMENANGAN OBAMA SEBAGAI PRESIDEN AS**

Bab ini menjelaskan tentang diplomasi publik Amerika Serikat pada masa Presiden Obama. Pada bab ini terdapat dua sub bab. Yang pertama menjelaskan mengenai background dan karir politik Obama sebelum ia menjadi Presiden AS. Bagian ini fokus membahas mengenai Obama dan sepak terjangnya dalam perpolitikan Amerika Serikat. Bagian kedua yakni tentang upaya Obama dalam memenangkan pemilu AS dengan menggunakan teknologi dan sosial media sebagai strateginya dalam mendapatkan dukungan. Bagian ini juga menceritakan bagaimana kedekatan Obama dengan perkembangan teknologi dan sosial media. Akibat kedekatannya tersebut, Obama menjadikan teknologi dan sosial media menjadi sarana dalam diplomasi publiknya. Obama menggunakan teknologi sosial media untuk memperbaiki citra AS yang selama ini mengalami penurunan pada masa Presiden George W. Bush.

### **A. Latar belakang Barrack Obama sebelum menjadi Presiden**

Barrack Obama dikenal sebagai sosok yang memiliki karakter dekat dengan publik. Sebagai seorang yang merupakan keturunan Afrika-Amerika, Obama sangat anti terhadap rasisme antara suku, kelompok, kulit maupun agama. Hal ini yang membawa Obama mampu mempengaruhi citra publik Amerika terhadap dirinya. Dalam perjalanannya sebagai pejabat publik di AS, Obama telah melakukan diplomasi publik terhadap dirinya untuk membangun cita dirinya dihadapan publik AS. Telihat dalam beberapa perjalanan karirnya sebelum

menduduki kursi Presiden AS. Obama telah melanglang buana dalam karir politik AS. Bermodalkan media dan kehebatan sebagai orator ulung, mampu mengaharumkan namanya pada perpolitikan AS.

## **1. Kampanye Senat AS**

Pada pertengahan tahun 2002, Obama mulai berinisiatif melakukan kampanye untuk maju dalam Senat AS tahun 2004 dengan. Obama menunjuk pakar politiknya ialah David Axelord yang sebelumnya gagal. Pada januari 2003, Obama mulai mengumumkan pencalonannya menuju Senat AS. (Helman, 2007) Kandidat yang bersaing dalam pemilihan pendahuluan mencapai lima belas orang dari partai Demokrat dan Republik. Sementara Peter Fitzgerald dari partai Republik dan Carol Moseley Braun dari partai Demokrat tidak mengikuti dalam pemilu kali ini. (Davey, 2004) Pada pemilihan pendahuluan Maret 2004, jumlah suara yang terkumpul ialah 95 persen dari pelaporan daerah. Obama berhasil unggul dengan memperoleh 53 persen suara dan memimpin pesaing terdekatnya Hynes yang memiliki 23 persen suara, Mr. Ryan memiliki 36 persen suara. Dan juga pesaing terdekatnya, Jim Oberweis memiliki 23 persen. (Davey, 2004)

Dalam kampanye pendahuluannya, Obama sudah mengenalkan diri untuk menjuju kandidat senat dari partai Demokrat. Obama mampu menaikkan elektibilitasnya dalam kampanye ini di minngu- minggu akhir kampanye. Strategi yang digunakan Obama mampu melonjak setelah ia akhirnya mulai memasang iklan televisi di Chicago dalam tiga minggu terakhir kampanye yang menyebarluas ke negara bagian Illinois bagian bawah selama enam hari terakhir kampanye. Iklan-iklan itu termasuk dukungan kuat oleh lima surat kabar terbesar di Illinois yakni : Chicago Tribune, Chicago Sun-Times, Daily Herald, The Rockford Register Star, dan Peoria Journal Star. Akhirnya, Obama mampu menjadi kandidat calon Senat dari partai Demokrat. (Wells, 2007)

Obama memasuki pertarungan berikutnya untuk menduduki kursi Senat AS dan menjadi lawan Jack Ryan dari partai Republik. Namun, pada Juni 2004, Kontestan pesaing suara terbanyak kedua dari partai Republik, Mr. Ryan mendundurkan diri dari pemilihan Senat AS. (Ford & Bush, 2004) Obama menyampaikan pidatonya pada Konvensi Nasional Demokrat yang diselenggarakan Juli 2004 di Boston, Massachusetts. Dalam kampanyenya sebagai calon Senat AS, Obama juga dikenal sebagai narator ulung yang dalam perjalanannya mengandalkan pidato untuk meraih suara publik. Dalam pidatonya, Obama menjelaskan mengenai pengalaman kakeknya yang merupakan Veteran Perang Dunia II. Pada saat itu Kakek Obama merupakan pencetus program Federal Housing Administration dan G.I Bill. Setelah itu, Obama menyampaikan pidatonya tentang prioritas ekonomi dan permasalahan sosial pemerintah AS.

Obama juga mengkritik Presiden Bush mengenai perang AS dan Iraq serta memberikan penghargaan kepada tentaranya. Dalam pidatonya, Obama memberikan energi baru pada perubahan AS. Dia mengkritik mengenai perbedaan dalam elektoral serta meminta AS untuk bersatu dan menolak pandangan-pandangan yang membedakan AS dengan Amerika liberal dan Amerika konservatif. Menurutnya yang ada hanyalah Amerika Serikat bersatu. Pidato Obama tersebut menarik perhatian publik di Media Televisi dengan 91 juta penonton yang tersebar di media televisi CNN, C-Span, FOX News, MSNBC, dan PBS. Dan media televisi berita terbesar di AS tidak menyangkan berita ini seperti CBS dan NBC di Chicago.

Berkat kehebatan Obama dalam mengelola media sebagai alat strategis dalam mencuri perhatian publik, akhirnya Obama mampu memenangkan pemilihan senat AS November 2004, AS meraih suara terbanyak mencapai 70 % dengan jumlah suara 3.597.456 mewakili partai Demokrat. Diposisi kedua terdapat Alan Keyes yang menggantikan Mr. Ryan dari partai Republik. Alan Keyes memperoleh suara 27 % dengan jumlah 1.390.690

suara. Diposisi tiga dan terakhir ada Franzen dengan suara 2% dari golongan Independent dan Kohn dari partai Libertarian memperoleh suara 1%. Obama berhasil memperoleh kemenangan terbesar dalam persaingan negara bagian dalam sejarah Illinois. (Cnn.com, 2004)

Kesuksesan Obama dalam kampanye Senat terbukti dengan strateginya untuk memenangkan pemilihan AS. Obama yang dikenal sebagai sosok kritis dan mampu mengubah pikiran publik melalui kata-kata dalam pidatonya. Hal tersebut dibawa Obama ketika berkarir sebagai senat AS untuk berdiplomasi kepada senat-senat lainnya dan juga kepada negara lain untuk kepentingan AS.

## **2. Karir Obama sebagai Senator AS 2005 – 2008**

Berkat kemenangannya dalam pemilihan Senat AS 2004, Obama resmi dilantik sebagai Senator AS pada tanggal 4 Januari 2005. Dalam sejarah AS, Obama merupakan Senator kelima dalam sejarah AS yang keturunan Afrika Amerika. Obama juga satu-satunya anggota yang bersasal dari Congressional Caucus, Congressional Quarterly. Dalam analisis suara senat 2005- 2007 menyebutkan Obama sebagai ‘Demokrat setia’ dan juga Senator liberal berdasarkan National Journal pada penelitian 2007. Tahun 2005, Obama menduduki peringkat ke-16 dan ke-10 pada tahun 2006. Obama dinobatkan sebagai Senator terkuat urutan ke 11 menurut Congress.org di tahun 2008.

Posisi sebagai Senator ini, menjadikan Obama memiliki kesempatan untuk melakukan diplomasi publik. Obama melakukan berbagai gebrakan UU maupun program. Obama mulai memberikan suaranya terhadap Energy Policy Act 2005 serta mendukung Secure America and Orderly Immigration Act. Pada September 2006, Obama mensponsori Undang-Undang Imigrasi Tertib Amerika. Dia memperkenalkan dua inisiatif yang menyanggah namanya: Lugar-Obama, yang memperluas

konsep Nunn-Lugar menjadi senjata konvensional, dan Coburn-Obama yang mengesahkan pembentukan USAspending.gov, mesin pencari web tentang pengeluaran dana federal. Obama juga memperkenalkan Strengthening Transparency and Accountability in Federal Spending Act pada tahun 2008, sebagai tindak lanjut untuk memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam Undang-undang pengeluaran Federal. Obama bekerja sama dengan para Senator Tom Carper, Tom Coburn, dan John McCain. (govtrack.us, 2008)

Obama juga mendukung UU terkait kepemilikan PLTN untuk memberikan peringatan kepada para pemilik dari lokal maupun negara bagian tentang kebocoran radioaktif. Namun UU ini gagal dan telah disahkan oleh Senat setelah komite mengubah secara besar-besaran. Selain itu, Obama juga mencetuskan Deceptive Practise and Voter Intimidation Prevention Act, yang mana UU ini sebagai upaya mencegah praktik penipuan dalam pemilihan Fedearal. Dan juga Obama mencetuskan Iraq War De- Escalation Act 2017 dan keduanya tidak ada satupun yang disetujui.

Pada tahun 2007, Obama mendukung amandemen yang terkait Defensense Authorization Act. Dalam UU ini bentuk penambahan perlindungan hukuman militer kepada personaliti disorder. Tahun 2008, amandemen ini disetujui dan disahkan oleh Senat AS. Obama juga mendukung UU terkait penetapan sanksi Iran yang mendukung pelepasan dana pensiun negara yang terdapat di investasi industri minyak dan gas Iran, namun hal tersebut tidak disahkan oleh komite. Selain itu, Obama mendukung UU yang terkait dengan pengurangan resiko terorisme nuklir. Obama juga memberikan program perlindungan kerja kepada anggota keluarga yang merawat prajurit yang merupakan korban peperangan. Program ini terdapat pada amandemen UU State Children's Health Insurance.

Ketika Obama mendapat penugasan di Komite senat untuk Hubungan luar Negeri hingga Desember 2006, membuat

Obama semakin berpeluang melakukan diplomasi publik dalam level internasional. (Senat Office, 2006) Obama juga pernah dipercaya sebagai Ketua subkomite Senat untuk urusan Eropa. Sebagai anggota komite Hubungan luar Negeri Senat, Obama menjalani masa tugasnya dengan berkunjung ke Eropa Timur, Timur Tengah, Asia Tengah, dan Afrika. Dalam perjalanan resminya, Obama bertemu dengan Mahmoud Abbas sebelum Abbas menjadi Presiden Otoritas Nasional Palestina. Obama menyampaikan pidatonya di Universitas Nairobi sebagai bentuk kritiknya terhadap korupsi dalam pemerintahan Kenya. (news24.com, 2006)

Obama merupakan Senator pemula Amerika yang terlihat ulung memberikan dampak luar biasa bagi Senat Amerika. Dalam karirnya sebagai Senator, Obama terlihat aktif dalam memberikan argumen dan gagasannya tentang perubahan Amerika dan menjadi penyambung lidah bagi masyarakat Illinois. Obama pun tak segan dalam memberikan argumen yang berbeda dengan Senator lain. Terlihat dari keberhasilannya dalam menghadapi amandemen UU dan mempertahankan argumennya untuk membela UU yang terkait dengan perkembangan ekonomi, sosial, dan politik di Amerika. Obama pun menjadi pembaharuan bagi Amerika, terlihat dari isi pidatonya dalam Konvensi Nasional Demokrat.

Selama menjadi anggota Senat AS, Obama telah menjalankan diplomasi publiknya untuk kepentingan AS. Berbagai upaya yang dilakukannya untuk menunjukkan bahwa dirinya mampu memberikan dampak perubahan dalam perpolitikan AS. Dalam diplomasi publiknya selama menjadi Senator, Obama terlihat sangat pandai dalam mengurus masalah internasional dan juga domestik. Hal tersebut dibuktikannya ketika Obama ditunjuk sebagai anggota komite hubungan luar negeri dan juga ketua sub urusan Eropa.

## **B. Upaya Obama dalam Memenangkan Pemilu AS 2008**

Latar belakang Obama dalam berdiplomasi dan juga menggunakan media sebagai alat strateginya dalam memenangkan kampanye senat AS membawa perubahan citra baik dalam dirinya. Obama mampu mengelola media dalam mempengaruhi publik untuk kepentingannya selama berkampanye dan menjabat sebagai Senat AS. Media sosial telah melekat di dalam karakter Obama sebagai pejabat publik. Hal tersebut menjadi bagian strategi yang penting dalam memenangkan pemilu AS 2008.

### **1. Kampanye Obama menggunakan Internet dan Sosial Media**

Adanya Perkembangan teknologi dan informasi menjadikan perubahan pola komunikasi dan strategi dalam kampanye pemilihan Presiden yang dilakukan Obama. Dalam penelitian yang dikemukakan oleh Pew Research Center mengungkapkan bahwa penggunaan internet orang Amerika pada awal 2000, sekitar setengah dari semua orang dewasa sudah online. Pada tahun 2009, ketika masa kampanye pemilihan Presiden AS, Penggunaan internet mencapai 76% dari total populasi masyarakat AS. (Pewresearchcenter, 2019)

Sedangkan untuk akses penggunaan media sosial pun sangat banyak diminati oleh warga AS. Penggunaan media sosial ada tahun 2009 berkisar 70% dari populasi masyarakat AS. Dan para pengguna media sosial lebih menyukai menggunakan youtube dan facebook. Basis penggunanya paling mewakili populasi secara keseluruhan. (Pewresearchcenter, 2019) Banyaknya peminat penggunaan internet dan platform media sosial di AS menjadikan Obama memilih platform tersebut dalam kampanyenya.

Pada bulan Mei 2007, Obama menyampaikan pencalonannya sebagai Presiden AS di depan khalayak umum di Old State Capitol, Springfield, Illinois. Pengalamannya sebagai senator AS, menyakinkan dirinya untuk melaju dalam ajang pemilu AS 2008. Obama membawa isu mengenai kebebasan energi, perawatan kesehatan dan juga untuk mengakhiri perang Iraq. Obama mengikuti Konvensi Nasional Demokrat untuk mendapatkan dukungan dari partai Demokrat. Pada Konvensi partai Demokrat Obama bersaing dengan Hillary Clinton pada Januari 2008. Persaingan tersebut berakhir seri pada pemilihan pendahuluan New Hampshire. Obama lebih banyak mendapatkan dukungan delegasi ketika pemilihan dan kaukus di Iowa, Nevada, dan South Carolina. Dan juga Obama menang di Supes Tuesday dengan mendapatkan 20 delegasi yang lebih banyak daripada Clinton. (Politics, 2008)

Pengalaman menggunakan teknologi dan media merupakan momentum yang digunakan Obama dalam memenangkan kampanye pemilu AS 2008. Dalam kampanye AS, Obama mengubah strategi kampanye yang dulunya bersifat konvensional menjadi digital. (Aaker, 2010)

Obama berupaya terus mencetuskan inovasi- inovasi baru dalam perpolitikan AS. Penggunaan media sosial dalam kampanyenya terlihat sangat signifikan. Berbagai platform media sosial ia gunakan. Mulai dari Facebook, Twitter, YouTube, MySpace, Website dan juga media sosial lainnya. Obama dan timnya fokus kepada platform- platform yang sering digunakan oleh masyarakat AS sebagai jaringan untuk mendapatkan dukungan. Platform media sosial yang di gunakan Obama dan tim kampanyenya antara lain :

#### **a. Twitter**

Twitter merupakan platform yang sangat dikenal oleh seluruh masyarakat dunia. Platform ini berfungsi memberikan pesan text dan semua orang yang melihatnya bisa membalas. Obama memiliki lebih dari 118.000 pengikut, sementara



saingannya dari partai Republik McCain hanya memiliki 4.942. Kampanye Obama di Twitter dijalankan dengan melakukan tweet atau penyebaran informasi untuk mendapatkan perhatian dan dukungan publik. Hal ini dilakukan rutin beberapa kali setiap minggu.

### **b. MySpace dan Facebook**

Melalui forum dan situs web sosial seperti MySpace dan Facebook, Obama membangun hubungan dengan pendukungnya, dan publik yang belum mendukungnya. Dia mengembangkan kualitas di muka, kepribadian dan tatap muka yang memberi pendukungnya rasa aman dan kepercayaan, yang mengilhami mereka untuk menyatukan orang lain di komunitas lokal mereka. Para pendukung Obama sendiri membentuk komunitas nasional untuk merangkul seluruh elemen masyarakat AS dalam memenangkan Obama. Obama memiliki sekitar empat kali lebih banyak teman di MySpace dibandingkan kompetitornya McCain (844.927 berbanding 219.404). Ini merupakan sebuah keuntungan besar bagi Obama untuk mendapatkan dukungan dari para pengguna sosial media tersebut.

### **c. My.BarackObama.com**

Obama meluncurkan situs jejaring sosial bernama [my.barackobama.com](http://my.barackobama.com), atau MyBO, dan merekrut co-founder Facebook berusia 24 tahun Chris Hughes untuk membantu mengembangkan platform dan strategi jejaring sosial mereka. MyBo menjadi pusat upaya online kampanye untuk mengorganisir pendukung. Jejaring sosial kampanye, [my.barackobama.com](http://my.barackobama.com) (MyBO), memungkinkan individu untuk terhubung satu sama lain dan mengaktifkan diri atas nama kampanye. Dua juta profil telah dibuat. Pengguna terdaftar dan sukarelawan merencanakan lebih dari 200.000 acara offline, menulis 400.000 posting blog, dan membuat 35.000 kelompok sukarelawan. Obama mengumpulkan \$639 juta dari 3 juta donor, sebagian besar melalui Internet. Relawan di MyBO

menghasilkan \$30 juta pada 70.000 halaman penggalangan dana pribadi. Donatur memberikan 6,5 juta donasi online, dengan total lebih dari \$500 juta. Dari sumbangan itu, 6 juta adalah selisih \$100 atau kurang, rata-rata menjadi \$80.

Donatur rata-rata memberi lebih dari sekali. Kampanye ini tidak hanya menggunakan alat-alat ini lebih efektif daripada kandidat lain untuk mengorganisir, berkomunikasi, dan menggalang dana, tetapi juga memanfaatkan mereka untuk mendukung strategi akar rumput yang menyentuh hati pemilih. Selain itu website tersebut juga mengorganisir komunitas nasional pendukung Obama. Komunitas nasional menyediakan alat yang berguna dan efektif, seperti alat Neighbor-to-Neighbor, yang memungkinkan para pendukung untuk menjangkau sejumlah besar orang dalam waktu singkat di komunitas mereka sendiri, yang pada gilirannya menyebabkan kampanye untuk mengumpulkan lebih banyak dukungan Obama. Strategi komunikasi yang belum pernah terjadi sebelumnya adalah "alat panggilan online". Lebih dari satu juta panggilan dilakukan dari perumahan, laptop pribadi dan desktop. Komunikasi online menyebabkan para pendukung Obama terlibat dalam kegiatan sosial seperti pendaftaran dan petisi dari rumah ke rumah untuk dukungan Obama, serta hanya mendiskusikan pendapat mereka tentang kebijakan dan masalah yang mereka dukung bersama dengan Obama. (Xenos & Bennett, 2007)

#### **d. Youtube**

Youtube merupakan salah satu instrumen strategis yang digunakan Obama untuk meraih suara dan dukungan. Hal dibuktikan dengan berbagai video kampanye dan video obama untuk menggalang dukungan. Obama memanfaatkan YouTube untuk iklan gratis dan membagikan video-video tentang dirinya dan kegiatan kampanye. Hal tersebut lebih efektif daripada iklan televisi karena pemirsa memilih untuk menontonnya atau menerima mereka dari seorang teman daripada mengganggu acara televisi mereka. Video- video Obama dalam YouTube

ditonton selama 14,5 juta jam. Orang-orang dapat menonton kembali pidato Obama tentang ras. Hingga saat ini, 6,7 juta orang telah menonton 37 menit pidato di YouTube. YouTube terbukti dalam kampanye obama. Seluruh masyarakat AS dapat merasakan kehadiran Obama dalam kampanyenya melalui YouTube. (Miller, 2008)

**e. E-mail dan SMS**

Stephen Geer bergabung dengan tim kampanye Obama pada 2007, meluncurkan program email pada bulan Mei. Tim email memiliki tiga tujuan yakni pesan, mobilisasi, dan uang. Dalam hal mobilisasi, mantra threeword-nya adalah: menghormati, memberdayakan, dan memasukkan. Kampanye ini mengembangkan lebih dari 7.000 email khusus yang disesuaikan dengan prospek individu. Program SMS juga diluncurkan pada bulan Mei, mengirimkan antara 5 dan 20 pesan yang ditargetkan per bulan. Pendukung dapat mengirim pesan “HARAPAN” untuk berlangganan. Kampanye ini mengirim 1 miliar email, termasuk 10.000 pesan unik yang ditargetkan pada segmen spesifik dari 13 juta anggota mereka terdaftar. Kampanye ini juga telah mengumpulkan 3 juta pelanggan seluler dan SMS.

*Tabel 3.1*

*Jumlah aktivitas pengunjung dan pengguna platform sosial media Obama selama kampanye*

Email	13 juta orang di daftar email yang menerima 7.000 variasi lebih dari 1 miliar email.
Donatur	3 juta donor online Yang berkontribusi selama 6,5 juta kali
Sosial Media	5 juta penggemar di lebih dari 15 situs jejaring sosial dan 3 juta teman di Facebook.
Website	8,5 juta pengunjung bulanan ke MyBarackObama.com.

	2 juta profil dengan 400.000 posting blog 35.000 kelompok sukarelawan yang menggelar 200.000 acara offline. 70.000 pusat pengumpulan dana yang mengumpulkan \$ 30 juta
Video	Hampir 2.000 video YouTube resmi ditonton lebih dari 80 juta kali, dengan 135.000 pelanggan 442.000 video yang dibuat pengguna di YouTube.
SMS	3 juta orang mendaftar untuk program pesan teks Masing-masing menerima 5 hingga 20 pesan per bulan
Telpon Seluler	3 juta panggilan telepon pribadi dilakukan dalam empat hari terakhir kampanye

*Sumber: Edelman Research, "The Social Pulpit," 2009, hal. 5. (Lutz, 2009)*

Upaya Obama dalam menjangkau seluruh masyarakat AS dengan teknologi dan sosial media merupakan strategi baru dalam kampanye AS. Sebelumnya, John F. Kennedy juga pernah melakukan hal yang sama. Namun, John F. Kennedy hanya menggunakan media Televisi. Presiden- presiden sebelumnya juga hanya menggunakan Televisi dan koran untuk mendapatkan dukungan dari publik AS. Namun, hal tersebut tidak memberikan dampak yang sangat signifikan dalam pemilu AS. Kampanye Obama memanfaatkan semua alat media sosial untuk memberikan orang Amerika biasa akses ke sumber daya yang biasanya disediakan untuk operasi kampanye profesional. Pengguna dari berbagai platform dan kalangan bisa melihat kampanye yang dijalankan oleh Obama.

Selama empat hari sebelum pemilihan, tim mengerjakan beberapa hal. Memastikan pemilih tahu lokasi tempat pemungutan suara mereka adalah fokus penting. Siapa pun yang telah memberikan alamat email menerima pengingat untuk memilih bersama dengan alamat dan jam pemungutan suara.

Alat lain memungkinkan pemilih untuk mencari tempat pemungutan suara. Selain itu, di negara-negara medan pertempuran, situs web akan mendaftarkan lima orang yang memiliki tempat pemungutan suara yang sama dan mendorong pendukung untuk memanggil atau mengetuk pintu mereka untuk datang memberikan hak suaranya. Itu adalah bagian dari strategi tim Obama untuk tidak pernah membiarkan pendukungnya untuk berpindah haluan mendukung calon lain. (Aaker, 2010)

Tim e-mail menindaklanjuti pada hari pemilihan, mengirimkan daftar lima kemungkinan pemilih di lingkungan pendukung dengan dorongan untuk membantu mereka keluar untuk memilih, dan menekankan rasa memiliki pendukung. Pada Hari Pemilihan, Twitter digunakan untuk mengirim nomor bebas pulsa dan mengirim pesan singkat untuk menemukan lokasi pemungutan suara, serta peluang sukarela.

Pada tanggal 4 November 2008, Barack Obama menjadi orang Afrika-Amerika pertama yang terpilih menjadi Presiden Amerika Serikat, memicu banyak perayaan di Amerika Serikat dan di seluruh dunia. Ia memperoleh hampir 53% suara populer dan 365 suara pemilu. Persentase suara populer adalah yang menunjukkan terbaik untuk setiap kandidat presiden sejak George H.W. Bush pada tahun 1988. Dia memenangkan Colorado, Nevada, Virginia, Indiana, Florida, Ohio, dan North Carolina, semua negara bagian yang dimenangkan oleh Presiden George W. Bush pada tahun 2004. Selain itu, Obama menjadi kandidat Demokrat pertama yang memenangkan salah satu suara elektoral Nebraska sejak negara memutuskan untuk membagi suara elektoral mereka. Obama juga menerima total suara lebih banyak daripada kandidat presiden manapun dalam sejarah, dengan total lebih dari 69 juta suara. Selain itu, Obama memenangkan suara moderat 60-39 dan suara independen 52-44. (Alter, 2010)

Setelah masyarakat menerima berita kemenangan Obama, jutaan pendukung Obama menerima sebuah pesan teks

melalui Email dan SMS yang berisi pesan terakhir: “Semua ini terjadi Karena kamu”. Pesan tersebut diakhiri dengan kata terima kasih dan salam Barrack. Obama mengubah cara kampanye dalam perpolitikan AS menjadi lebih terbuka dan dapat dirasakan banyak kalangan. Dia dan timnya menunjukkan kekuatan media sosial dan teknologi dan yang lebih penting, bahwa individu dapat membuat perbedaan jika diberi alat dan dorongan yang tepat. Kampanye Obama dapat membawa manfaat kekuatan internet untuk membuat orang terlibat dalam proses pada skala yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Apa yang dihasilkan adalah kemenangan bagi Demokrat dan Obama, dan kampanye dengan internet merupakan hal yang paling efektif dalam sejarah, di mana media sosial dan teknologi memungkinkan individu untuk mengaktifkan dan berpartisipasi dalam suatu gerakan.

Kesuksesan Obama dalam menggunakan teknologi dan sosial media sangat menguntungkan bagi dirinya. Dalam perjalanan kampanyenya, Obama mampu mengalahkan saingan dalam dunia digital.

*Tabel 3.2*

*Perbandingan kampanye digital Obama vs McCain*

<b>Obama vs. McCain</b>				
<b>2x</b>	<b>4x</b>	<b>5x</b>	<b>10x</b>	<b>365 suara pemilihan 66,8 juta suara populer</b>
<b>Pengunjung Website</b>	<b>Penonton Youtube</b>	<b>Teman Facebook</b>	<b>Staff Online</b>	

*Sumber: Edelman Research, “The Social Pulpit,” 2009, hal. 3.*

Dalam tabel diatas mejelaskan bahwa Obama mendapatkan respon yang baik dalam dunia digital. Obama mampu mengalahkan McCain dua kali lebih banyak dalam pengunjung website. Dan juga mendapatkan empat kali lebih banyak

penonton YouTube dari pada McCain. Facebook pun demikian, Obama mampu mengalahkan pasangannya dalam pengguna Facebook yang mengikutinya. Obama mampu mengalahkan McCain juga disebabkan dengan staff online tim Obama sepuluh kali lipat lebih banyak. Dan hal tersebut menghasilkan 365 suara pemilihan dan 66,8 juta suara populer. (Lutz, 2009)

## **2. Terpilih Menjadi Presiden Amerika Serikat ke- 44**

Kesuksesan Obama dalam menjalankan kampanyenya membuat ia terpilih menjadi Presiden AS yang mengalahkan lawannya yaitu John McCain dari partai Republik. Obama resmi menjadi Presiden AS pada tahun 2009 menggantikan Presiden George W. Bush. Dalam pidato kemenangannya yang diselenggarakan di Taman Grant Chicago, Obama menyampaikan kepada pendukungnya bahwa “Perubahan telah datang di Amerika Serikat”. Obama membawa perubahan baru terhadap kehidupan masyarakat AS atas kemunduran yang mereka alami selama di pimpin oleh Presiden Bush. Pada era Bush, AS mengalami penurunan baik dalam ekonomi, sosial dan politik.

Terpilihnya Obama sebagai Presiden AS, secara otomatis mewarisi citra negatif AS pada era Presiden George W. Bush. Citra tersebut terjadi akibat kebijakan luar negeri AS yang dipandang menyudutkan Islam dan Negara- negara Arab. Obama pun harus mengambil alih terhadap kondisi AS yang mengalami penurunan baik dalam urusan dalam negeri maupun urusan luar negeri. Citra negatif AS yang terjadi selama delapan tahun menjadi tujuan utama bagi Obama dalam melaksanakan kebijakannya. Barack Obama memberikan harapan untuk mengubah citra AS di dunia Arab dan Muslim, dan pidatonya di Kairo pada Juni 2009 dipandang sebagai upaya untuk membingkai ulang hubungan antara AS dan dunia Muslim.

Obama memiliki karakter yang sangat berbeda dengan Bush. Kedekatan Obama dengan teknologi dan internet

menjadikan dirinya sebagai Presiden AS yang menggunakan teknologi dan internet sebagai instrumen diplomasi publik AS. Dan mengubah diplomasi publik AS yang sebelumnya konvensional menjadi digital. Hal tersebut belum dilakukan oleh Presiden- presiden sebelumnya termasuk Bush.

Kemenangan Obama yang dihasilkan melalui pemanfaatan teknologi dan media sosial mempengaruhi kebijakan Obama sebagai Presiden AS ketika harus mewarisi citra buruk AS di era Bush sebagai akibat dari tragedi WTC dan kebijakan WTC. Hal ini menjadi kajian diplomasi publik presiden Obama menarik terutama bagaimana memanfaatkan teknologi dan sosial media.