

BAB IV

PENERAPAN DIPLOMASI DIGITAL MELALUI KEBIJAKAN *21st CENTURY STATECRAFT* PADA ERA PRESIDEN BARRACK OBAMA.

Pada Bab ini penulis menjelaskan tentang penerapan diplomasi digital pada era Presiden Barack Obama. Penulis menjelaskan dimulai mengenai dengan pendahuluan tentang diplomasi digital AS pada era Obama. Dan bagaimana Obama mulai menerapkan diplomasi digital tersebut dalam diplomasi publik AS. Kemudian sub kedua penulis menjelaskan *office eDiplomacy* sebagai lembaga yang mengurus aktivitas diplomasi digital AS. Dalam bagian ini, penulis menjabarkan mengenai *office eDiplomacy* dan juga proses bekerjanya diplomasi digital dalam lembaga ini. Sub bab yang ketiga, penulis menjelaskan program- program *21st Century statecraft* dalam diplomasi digital Amerika Serikat. Didalamnya terdapat penjabaran program- program yang diinisiasi oleh Barack Obama pada masa kepemimpinannya. Dalam sub bab ketiga penulis juga menjelaskan tentang sarana diplomasi digital dalam mengembalikan image baik AS pada era Obama. Yang mana ketika Presiden Bush memimpin, terdapat kebijakan-kebijakan yang memberikan dampak negatif kepada AS, salah satunya ialah memburuknya citra AS di negara- negara dunia Islam dan Arab.

A. Diplomasi Digital Amerika Serikat

Terpilihnya Presiden Barack Obama sebagai Presiden AS ke 44 memunculkan gebrakan baru pada Pemerintahan AS. Pada Pemerintahan Presiden Obama, AS mulai menjadikan diplomasi digital sebagai instrumen yang dipakai untuk

mencapai kepentingan luar negerinya. Obama telah memperkenalkan internet sebagai media untuk diplomasi ketika pada saat kampanyenya tahun 2008. Obama mampu mengambil perhatian publik melalui jaringan internet dan sosial media. Berkat kesuksesannya itu, Obama membawa internet kedalam pemerintahannya dengan menjadikan platform digital sebagai upaya dalam menjalankan aktivitas diplomasi publiknya.

Dalam diplomasi publiknya Obama berusaha menggunakan *SoftPower* dalam menjalin kerja sama ekonomi, teknologi, pendidikan dan budaya serta mempromosikan perdamaian. Dengan menggunakan saluran media sosial seperti Website, Twitter, Facebook dan YouTube untuk mempengaruhi pikiran publik internasional. Dan juga sebagai upaya untuk melaksanakan kebijakan luar negerinya.

Melalui Departemen Luar Negeri AS yang dipimpin oleh Hillary Clinton, Obama mencetuskan kebijakan *21st Century Statecraft* untuk memordenisasikan diplomasi publik AS dengan teknologi dan sosial media. Dengan menggunakan teknologi baru dalam Pemerintahan AS, hal ini dinilai akan meningkatkan kemampuan komunikasi dan memperkuat diplomasi AS melalui berbagai platform sosial media.

Pada Mei 2008, Hillary Clinton memperkenalkan mengenai kebijakan 21st Centurr Statecraf. Kebijakan ini merupakan platform baru bagi AS untuk memperluas diplomasi publiknya dengan menggunakan teknologi. Hal ini dilakukan karena diplomasi tidak hanya sebatas government to governmnet melainkan juga government to people, people to people. AS juga berusaha menjalalin hubungan dengan berbagai lapisan masyarat seperti, masyarakat sipil, aktivis, perempuan, pemuda dan juga aktor lainnya untuk mencapai kepentingan negaranya. (State U. D., 2017)

Diplomasi digital hadir sebagai strategi pemerintah AS dalam melakukan hubungan luar negerinya. AS yang dalam kepemimpinan Presiden Obama menghadirkan teknologi

digital sebagai platform baru yang memudahkan AS dalam mengatasi citra buruk AS saat tragedi WTC. Citra buruk AS menjadi perhatian utama dalam diplomasi publik Presiden Obama karena hal tersebut berdampak pada kebijakan luar negeri AS. Kepemimpinan Obama merupakan sangat berbeda dengan Presiden- presiden sebelumnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya teknologi sebagai platform baru dalam pemerintahan AS. Dan itu belum dilakukan secara maksimal oleh Presiden sebelumnya.

B. *Office of eDiplomacy* sebagai lembaga yang mengurus aktivitas diplomasi digital.

Kantor *eDiplomacy* merupakan suatu bentuk keseriusan Amerika Serikat dalam menjalankan diplomasi digital sebagai diplomasi publik AS. Sebagai lembaga yang mengurus aktivitas diplomasi digital, tentunya kantor *eDiplomacy* memperkerjakan warga AS dan juga warga Asing sebagai tenaga ahli yang mengurus *eDiplomacy* AS. Kantor *eDiplomacy* ini dibagi menjadi tiga unit fungsional: Kepemimpinan Pengetahuan, DiploTech, serta kebijakan dan penjangkauan. Dalam menjalani tugasnya, kantor *eDiplomacy* memiliki tujuh program utama yang dijalankannya. Adapun program-programnya yakni Coridor, Diplopedia, Communities @State, The Virtual Student Foreign Service (VSFS), TechCamps, Dewan Suara Departemen Luar Negeri, serta Virtual Works Environment.

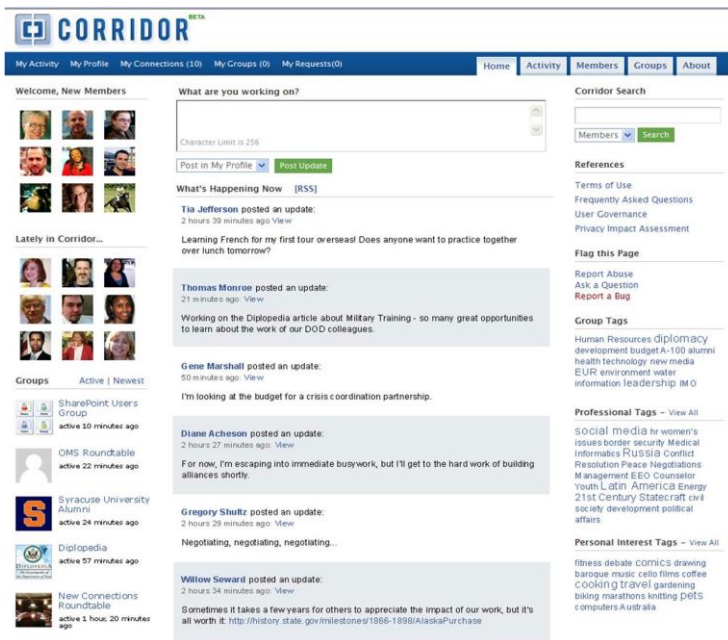
1. Coridor

Coridor merupakan situs jaringan internal untuk digunakan oleh karyawan dan profesional Pemerintah AS. Aplikasi ini diterbitkan pada oktober 2011. Coridor memiliki tampilan selayaknya Facebook. Semua anggota dapat mengobrol dengan siapapun di laman situs ini. Coridor menggunakan perangkat lunak BuddyPress secara gratis dan disesuaikan dengan kebutuhan negara. Situs ini telah memiliki hampir 6.800

anggota dan 440 grup. Situs ini digunakan sebagai kepentingan urusan luar negeri AS. Para penggunanya dapat mengakses dan memberikan informasi dan membentuk jaringan dengan sebebasnya tanpa menyembunyikan pesan dan profil mereka.

Gambar 4.1

Platform Corridor



Sumber : Fergus Hanson 2012 in The Spread of eDiplomacy

Terdapat keuntungan yang dimiliki oleh Corridor meliputi :

- Kemampuan untuk membentuk kelompok. Ini melayani berbagai fungsi mulai dari digunakan oleh manajer untuk mengirim notulen rapat, membuat titik tindakan untuk minggu ini dan

meminta staf melaporkan kembali kepada kelompok tentang kegiatan mereka ke manajer.

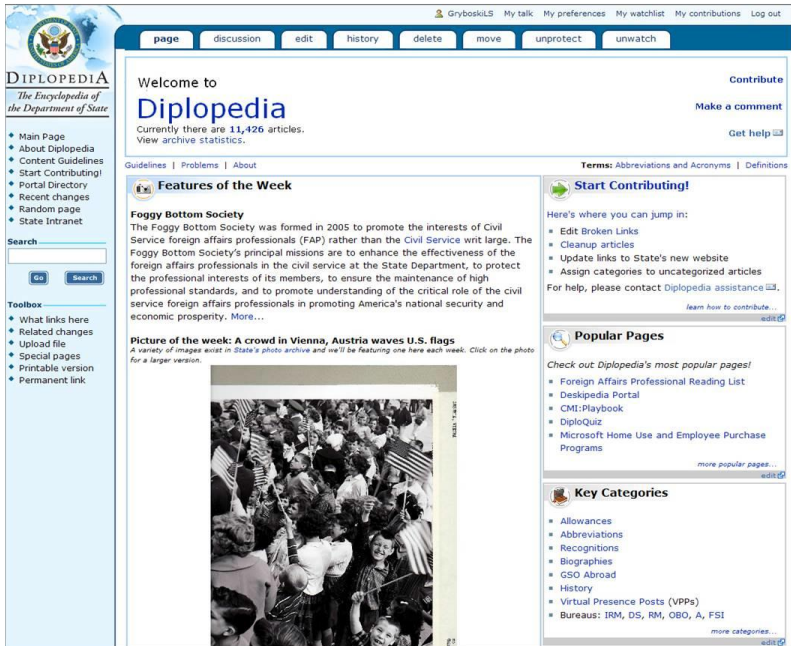
- Kemampuan untuk mencari teman dalam keahlian tertentu. Misalnya keterampilan bahasa atau keahlian lainnya.
- Kemampuan untuk mengirim pesan dan berkomunikasi dengan staf lainnya secara informal dan memiliki respon yang lebih cepat
- Kemampuan untuk berbagi informasi dan pengetahuan.

Dalam perkembangannya, coridor memiliki lebih banyak informasi dan mempertahankan basis data yang lebih baik dari sumber daya manusia. Coridor juga memainkan peran sentral dalam penempatan dan penugasan para staf. Dan manajer dapat mengidentifikasi para staf yang cocok untuk posisi sesuai dengan penempatan. (Hanson, 2012)

2. Diplopedia

Diplopedia adalah Wiki internal Departemen Luar Negeri, dengan tampilan dan nuansa yang sama seperti Wikipedia. Diplopedia juga menggunakan perangkat lunak gratis yang sama dengan MediaWiki. Pada awal Oktober 2011, diplopedia memiliki 14.519 artikel, 4.698 pengguna terdaftar, 42.217 tampilan halaman mingguan dan lebih dari 196.356 suntingan halaman yang diedit. (Hanson, 2012)

Gambar 1.2
Platform Diplopedia



Sumber : Fergus Hanson 2012 dalam The Spread of eDiplomacy

Sejak didirikan, Diplopedia berfungsi sebagai :

- Pusat informasi Departemen Luar Negeri, khususnya ketika menghadapi permasalahan dalam mengelola tes petugas layanan asing.
- Alat pertukaran dan penyebaran informasi yang terpusat.

- Ruang pelaporan yang potensial. Misalnya, seorang perwira yang berbasis di Washington D.C. bertugas menyusun laporan keterlibatan Agama yang membutuhkan masukan dari pos-pos di seluruh dunia. Dia membuat halaman Diplopedia dan meminta posting untuk mengirimkan laporan negara mereka langsung ke halaman tersebut. Laporan akhir kemudian diambil dari Diplopedia.
3. Communities@State, Est. 2005

Ini merupakan sebuah blog komunitas yang memiliki lebih dari 70 komunitas aktif, dengan lebih dari 46.500 entri dan lebih dari 5.600 komentar yang mencakup berbagai bidang mulai dari manajemen kebijakan dan kepentingan sosial hingga bahasa. Program ini sebagai bentuk kolaborasi Departemen Luar Negeri AS dengan kalangan Profesional untuk membentuk komunitas online yang dapat memberikan dan mengakses informasi yang langsung terhubung dengan masyarakat sebagai sarana berdiskusi

4. The Virtual Student Foreign Service (VSFS)

Program ini merupakan layanan bagi mahasiswa atau pemuda AS maupun asing untuk dapat memanfaatkan teknologi dan memfasilitasi mereka untuk terlibat dalam berbagai bentuk praktik diplomatik. Selain itu, mahasiswa AS diberi kesempatan untuk melakukan diplomasi digital melalui fasilitas platform dan jaringan yang telah disediakan.

5. TechCamps

Program ini merupakan bagian dari eDiplomacy AS untuk memberikan pelatihan dan pembelajaran mengenai teknologi di seluruh dunia. Program ini diikuti sekitar 40- 120 peserta dari kalangan tingkat Direktur. Sehingga seringkali relatif kecil. (Hanson, 2012)

Tabel 4.1

Program TechCamp

TechCamp	Themes
Santiago (Chile), 20 November 2010	Disaster preparedness, climate change, civic engagement, economic opportunity
Jakarta (Indonesia) 19-20 May 2011	Disaster preparedness, climate change
Vilnius (Lithuania), 29-30 June 2011	Democracy and civic engagement
Moldova, 15-16 July, 2011	Open government
Montevideo (Uruguay), 30 September – 1 October 2011	Education
Bucharest (Romania), 15-16 December 2011	The Roma population and other socioeconomically disadvantaged communities, social inclusion and civic engagement.

6. Dewan Suara Departemen Luar Negeri

Program ini dikelola langsung oleh Biro Manajemen dan Sekretaris Negara, yang bertujuan untuk berkontribusi serta ikut aktif dalam forum internal yang diselenggarakan oleh kantor *eDiplomacy*.

7. Virtual Works Environment.

Program ini dikerjakan dibawah kendali *State Messaging and Archive Retrieval Toolset* (SMART) yang bertujuan untuk mengadopsi serta menyebarkan *Windows SharePoint Services* (WSS) di AS. Program ini juga merupakan program yang diinisiasi oleh kantor *eDiplomacy*.

Adanya *office eDiplomacy* membantu Presiden Obama dalam melakukan Perencanaan dan penerapan kebijakan AS dalam mencapai tujuan strategis dan kepentingan luar negerinya. Lembaga ini sebelumnya ada pada Pemerintahan Bush. Namun, tidak memiliki posisi strategis dalam mencapai kepentingan AS. Dalam Pemerintahan Obama, lembaga ini menjadi berbeda. Obama memaksimalkan lembaga ini menjadi lembaga utama dalam urusan diplomasi publik AS dan juga diatur sebagai perencanaan dan penerapan kebijakan luar negeri AS.

C. Program- program *21st Century statecraft* dalam diplomasi digital Amerika Serikat.

Ketika Obama dilantik menjadi Presiden Amerika Serikat, hal pertama yang ia ubah ialah metode diplomasi publik AS. Obama sangat antusias dalam merespon perkembangan dan kemajuan teknologi. Dalam merespon perkembangan tersebut, obama mulai memasukkan teknologi baru dalam pemerintahannya. Mulai mengembangkan media sosial seperti Youtube, Twitter, Facebook hingga Website sebagai media dalam diplomasi publiknya. Hal tersebut disambut baik oleh Hillary Clinton yang saat itu menjabat sebagai Menteri Luar Negeri AS.

Hillary Clinton kemudian mencetuskan agenda *21st Century Statecraft* sebagai bentuk AS dalam mengubah strategi diplomasi Publiknya. *21st Century Statecraft* merupakan revolusi dalam teknologi di pemerintahan AS. Dengan adanya kebijakan tersebut, Departemen Luar Negeri AS mulai menerapkannya dalam lingkungan Departemen. Dengan

mewajibkan seluruh karyawannya untuk menggunakan produk-produk teknologi seperti, Youtube, Twitter, Facebook, Website dalam pekerjaannya untuk menerapkan program- program *21st Century Statecraft*. (State D. o., 2010)

We're working to leverage the power and potential of what I call 21st century statecraft. Part of our approach is to embrace new tools, like using cell phones for mobile banking or to monitor elections. But we're also reaching to the people behind these tools, the innovators and entrepreneurs themselves.

– *Secretary Clinton, Oct. 15, 2010, San Francisco, CA*

Program- program yang dijalankan di bawah naungan kebijakan *21st Century Statecraft* ialah : (duPont, 2010)

1. Nowruz Video

Pada bulan Maret 2010, Presiden Obama merilis sebuah video di YouTube di mana dia berbicara langsung kepada orang-orang dan para pemimpin Iran di Nowruz. Pidatonya mengakui sejarah hubungan AS-Iran dan menyambut "awal baru" dengan Iran. Video tersebut telah ditonton lebih dari 100.000 kali dan diterima dengan baik di Iran.

Sebelumnya perjanjian Nuklir Iran sempat dihentikan oleh Kongres. Namun, Obama memiliki niat untuk tetap menjalin perjanjian Nuklir Iran ini untuk kepentingan AS dan Iran. Hal ini dilakukan Obama untuk menghentikan berbagai cara Iran untuk membuat bom nuklir. Barack Obama mengeluarkan sebuah video yang diarahkan pada kaum muda Iran, mendesak mereka untuk menekan pemimpin mereka menerima

kesepakatan di atas meja. Alasan nyata untuk video itu adalah ucapan selamat untuk Nowruz, perayaan Tahun Baru Persia yang telah digunakan Obama sebelumnya untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat Iran. Tetapi setelah menyebutkan perayaan yang diadakan di Gedung Putih, ia tidak membuang waktu untuk membuktikan bahwa perjanjian yang membekukan program nuklir Iran dapat membuka jalan menuju hubungan yang jauh lebih besar.

Para pemimpin Iran memiliki pilihan antara dua jalur," kata Obama dalam video tersebut. "Jika mereka tidak dapat menyetujui kesepakatan itu, mereka akan menjaga Iran di jalur yang dilaluinya hari ini. Jalan yang telah mengisolasi Iran, dan orang-orang Iran, dari begitu banyak dunia, menyebabkan begitu banyak kesulitan bagi keluarga Iran, dan kehilangan begitu banyak anak muda Iran dari pekerjaan dan peluang yang pantas mereka dapatkan." Jika iu diterima, AS akan mengarah pada "lebih banyak investasi asing dan pekerjaan, termasuk untuk anak muda Iran. Lebih banyak pertukaran budaya dan peluang bagi siswa Iran untuk bepergian ke luar negeri. Lebih banyak kemitraan dibidang-bidang seperti sains dan teknologi dan inovasi. Dengan kata lain, kesepakatan nuklir sekarang dapat membantu membuka pintu menuju masa depan yang lebih cerah bagi anda - rakyat Iran, yang sebagai pewaris peradaban besar memiliki begitu banyak hal untuk diberikan kepada dunia." (Irishtimes.com, 2015)

2. Swat Text

Setelah pasukan Taliban mengambil alih Lembah Swat Pakistan pada bulan Mei, AS berkomitmen memberikan bantuan sebesar \$100 juta sebagai bantuan kemanusiaan untuk membantu para pengungsi. Selain itu, Hillary Clinton juga mendorong warga biasa untuk mengambil bagian dalam upaya bantuan ini. Dengan mengirim pesan pendek "swat" ke kode

20222 dari ponsel warga AS. Dan tindakan tersebut secara otomatis menyumbangkan \$5 kepada Badan Pengungsi PBB.

3. Virtual Student Foreign Service

Dalam pidatonya di upacara wisuda Universitas New York pada bulan Mei 2010, Hillary Clinton mengumumkan inisiatif baru dalam agenda *21st Century Statecraft* yang menghubungkan mahasiswa Amerika dengan kedutaan besar Amerika di luar negeri, dan memberdayakan para siswa tersebut untuk bertindak sebagai diplomat dengan melibatkan langsung dengan warga negara asing.

4. Pidato Kairo

Tak lama setelah Hillary Clinton mencetuskan *21st Century Statecraft* pada akhir Mei 2010, Presiden Obama memberikan pidato yang sangat dinanti di Kairo tentang hubungan antara AS dan orang-orang Muslim diseluruh dunia. Pidato ini sangat disambut baik oleh masyarakat Mesir dan juga masyarakat Muslim dunia. Secara khusus, Presiden mengatakan bahwa AS akan mencari keterlibatan yang lebih komprehensif dengan negara-negara mayoritas Muslim, negara-negara dengan populasi Muslim yang banyak. Dengan memperluas kemitraan dibidang bidang seperti pendidikan, pengembangan ekonomi, ilmu pengetahuan dan teknologi, dan kesehatan, antara lain, sambil terus bekerja sama untuk mengatasi masalah yang menjadi perhatian bersama. Sejak pidato Presiden Obama, Pemerintah AS tetap berkomitmen untuk menghadapi tantangan bersama dan merebut peluang bersama. (Obamawhitehouse.gov, 2009)

5. Twitter In Iran

Pada bulan Juni, Iran mengalami kerusuhan yang sangat parah. Hal tersebut terjadi karena adanya penolakan kepada Pemerintahan Iran yang menculik warga Iran. Wargat Iran

menggunakan Twitter untuk mengirimkan kata-kata, gambar, dan video kekuatan pemberontakan dan kekerasan penindasan pemerintah. Melalui Departemen Luar Negeri AS, pemerintah AS membantu dan mendukung kebebasan informasi. Jared Cohen yang sama dengan Alec Ross di State, menghubungi Jack Dorsey di Twitter, dan mendesak mereka untuk Twitter tetap online agar tidak membungkam para pengunjuk rasa di Iran.

6. Kongo

Pada September 2010, Alec Ross mengunjungi Kongo timur, tempat salah satu konflik terpanjang dan paling mematikan di era modern. Kemudian dia kembali dengan ide-ide untuk dua inisiatif baru. Yang pertama ialah sistem mobile banking, untuk memungkinkan pemerintah dan lembaga internasional membayar tentara mereka tanpa bergantung pada pengiriman uang tunai yang tidak dapat diandalkan. Kedua adalah Departemen Luar Negeri akan membantu menempatkan mantan gerilyawan di radio untuk menggunakan suara mereka yang dapat dipercaya untuk berbicara langsung kepada para anggota milisi dan mendorong mereka untuk didemobilisasi.

7. Kuba

Pemerintahan Obama dengan Kuba dalam hubungannya mulai menggunakan prinsip-prinsip *21st Century Statecraft* untuk meringankan pengiriman uang dan pembatasan perjalanan bagi warga Amerika-Kuba sehingga menimbulkan dialog antar-warga. Selain itu, pelonggaran sanksi telekomunikasi Kuba. Dengan mengizinkan kabel bawah laut dan mengizinkan operator telepon seluler untuk melakukan bisnis di Kuba yang akan memberdayakan individu dengan teknologi informasi dan komunikasi di Negara tersebut.

8. Mexico Initiative

Sebagai upaya untuk mengatasi perdagangan narkoba di wilayah perbatasan, AS dan Mexico serta Perusahaan

telekomunikasi, Perusahaan Swasta mengambil inisiasi untuk berkolaborasi dalam menghadapi masalah tersebut. Masyarakat menjadi korban atas kekerasan wilayah tersebut. Berkat kolaborasi tersebut, masyarakat mampu melaporkan tindakan tersebut ke pihak yang berwenang dengan mengirim SMS pendek dengan mencantumkan inisial anonim sebagai pengirim. Dan SMS tersebut secara otomatis masuk kedalam Database dan akan ditindaklanjuti oleh pihak Kepolisian setempat.

9. Humari Awaz

Pada bulan Oktober 2010, Hillary Clinton dalam pidatonya mengumumkan dukungan Amerika untuk jaringan sosial berbasis ponsel di Pakistan. Jaringan ini disebut Humari Awaz, yang berarti "suara kami," dan dapat diakses melalui kode pendek SMS gratis di kelima jaringan seluler. Orang Pakistan akan dapat menggunakan jaringan ini untuk tujuan sosial murni, atau untuk mengejar bisnis, media, pertanian, dan tujuan lainnya. Pemerintah AS akan membayar 24 juta pesan teks pertama yang dikirim melalui Humari Awaz. Program ini sangat sukses di jalankan di Pakistan. Dan mendapat respon yang sangat cepat dalam minggu- minggu pertama.

10. Civil Society 2.0

Hillary Clinton meluncurkan inisiatif "Masyarakat Sipil 2.0" yang baru di Marrakesh. Dengan tujuan Departemen Luar Negeri akan menyediakan dana dan keahlian untuk memungkinkan organisasi masyarakat sipil di seluruh dunia menggunakan teknologi untuk tumbuh dan bekerja lebih efektif. Kompetensi yang dikembangkan dalam pelatihan akan mencakup (duPont, 2009):

- Cara membangun situs web

- Cara menulis blog
- Cara meluncurkan kampanye pengiriman pesan teks
- Cara membangun komunitas online
- Cara memanfaatkan jejaring sosial untuk suatu tujuan
- Bermitra dengan para teknokrat, organisasi masyarakat sipil lokal dan pemerintah untuk mengembangkan serta mengimplementasikan solusi berbasis teknologi untuk masalah lokal.
- Menerbitkan program interaktif secara online untuk membantu organisasi yang tidak memiliki akses ke bantuan langsung.
- Membuat platform yang memungkinkan setiap warga negara atau perusahaan untuk mengembangkan, berbagi, atau menyarankan konten untuk kurikulum.
- Mengalokasikan \$5 juta dana hibah untuk program percontohan di Timur Tengah dan Afrika Utara yang akan meningkatkan kemampuan media dan jejaring baru dari organisasi masyarakat sipil dan mempromosikan pembelajaran online di wilayah tersebut.

11. Shanghai Townhall

Dalam perjalanannya ke China, Presiden Obama mengadakan pertemuan di balai kota di Shanghai. Obama berbicara kepada sekelompok siswa yang ada di China. Dalam pertemuannya itu tidak disiarkan oleh media secara luas. Hal tersebut diterima baik oleh para Siswa. Obama berbicara langsung kepada mereka secara langsung dan menyikapinya secara lembut. Para siswa merespon hal ini dengan mengatakan belum pernah memiliki pejabat pemerintah bertanya dan bicara langsung dengan mereka

12. Addressing Afghans

Pada bulan Desember, Obama menyampaikan pidatonya di Afghanistan. Hanya sedikit sekali warga Afghanistan yang menyaksikan langsung di TV ataupun Internet. Namun lain halnya ketika di Gedung Putih. Mereka mengambil langkah untuk memberikan akses pidato tersebut melalui jaringan ponsel. Serta mengubah video tersebut ke dalam bahasa Arab, Pashto, dan empat bahasa lain yang digunakan di wilayah tersebut. Akhirnya, video tersebut mendapat respon yang sangat baik. Melalui jaringan seluler, telah mencapai ribuan orang yang menonton. Yang mana sebelumnya mereka berkomitmen tidak ingin mendengarkan kata-kata Obama.

13. Texting Haiti

Hanya beberapa jam setelah gempa bumi mengguncang Port-au-Prince, Haiti, Departemen Luar Negeri telah berhasil berkoordinasi dengan mGive. Sebuah platform donasi seluler untuk membuat kode pendek sehingga semua orang Amerika dapat menyumbang \$10 dengan mengirimkan satu pesan teks. Dalam beberapa hari, satu juta orang mengirim kata "HAITI" ke 90999, mengumpulkan lebih dari \$10 juta untuk Palang Merah dalam upaya bantuan mereka.

14. Tech @ State

Program ini merupakan seri konferensi yang sedang berlangsung di Departemen Luar Negeri yang menghubungkan inovator, diplomat AS, dan pejabat pemerintah lainnya untuk berbagi pelajaran dan mengembangkan alat baru untuk diplomasi dan pembangunan. (State D. o., 2010)

15. Virtual Presence Post (VPP)

Program ini sebagai alat manajemen organisasi yang membantu Petugas Kedutaan Besar AS atau Konsulat AS untuk mengerahkan alat penjangkauan diplomatik yang tersedia. Termasuk perjalanan, program, media, dan teknologi untuk memfokuskan dan meningkatkan keterlibatan Pemerintah AS dengan negara tertentu. Instrumen yang dipergakan termasuk

perjalanan misi yang diperluas, kolaborasi antarlembaga, dan aplikasi yang lebih strategis untuk menjangkau sumber daya program dan media. Saat ini ada 43 VPP aktif di seluruh dunia, yang ditargetkan untuk Negara seperti Zhengzhou, Cina, Chittagong, Bangladesh, Seychelles, San Marino, Somalia, Gaza, dan bahkan untuk menjangkau masyarakat asli di Guatemala. (State D. o., 2010)

Dalam menjalankan kebijakan *21st Century Statecraft* ini, Presiden Obama berkomitmen untuk menciptakan transparansi dan keterbukaan dalam pemerintahannya. Hal ini belum dilakukan oleh Presiden sebelumnya. Selain itu, mendorong diplomat AS untuk menggunakan teknologi baru ini untuk menjadikan lebih transparan, partisipatif, dan akuntabel. Kemudian, kebijakan ini juga menjembatani kesenjangan dalam masalah di seluruh dunia. Dengan merangkul sektor publik dan swasta untuk dihubungkan dengan diplomat dan pakar pembangunan yang dimiliki AS. Sehingga muncul kolaborasi dan integrasi secara bersama.

Selain itu Sosial media juga dipakai oleh AS sebagai sarana untuk merespon krisis sosial di berbagai Negara. Dan juga untuk membentuk nation branding terhadap Negara- negara lain. (Waters & Williams, 2011) Adapun bentuk- bentuk pemanfaatan sosial media di dalam pemerintahan AS :

1. Manajemen Krisis

Manajemen krisis di luar Negeri sering kali melibatkan dukungan dari negara- negara lain. Terutama ketika terjadi bencana alam seperti Tsunami, gempa bumi, angin topan, dll. Sosial media seperti Twitter menjadi platform yang diciptakan untuk diskusi dan bertukar informasi antar Organisasi, Pemerintah, dan Individu tentang kejadian tersebut. Dengan adanya sosial media pemerintah dan organisasi tidak lagi menjadi satu- satunya sumber informasi, melainkan individu juga menjadi bagian yang penting dalam penyebaran informasi tersebut. Dalam menggunakan sosial media untuk mengelola

krisis diluar Negeri secara otomatis dapat menimbulkan opini publik yang menguntungkan AS akibat keterlibatannya dalam merespon krisis tersebut.

Terdapat Studi kasus yang menunjukkan peran media sosial berguna saat AS membantu dalam bencana. Media sosial sering menjadi satu-satunya jalur komunikasi yang efisien pada masa kritis, seperti dalam kasus Jepang dan Haiti.

a. Haiti

Pada 12 Januari 2010, gempa berkekuatan 7,0 menghantam ibu kota Haiti, Port-Au Prince. (USGS, 2010) Bencana menjadi topik tren yang sangat terlihat di Twitter, tetap menjadi tren selama berminggu-minggu setelah gempa bumi. Penggunaan sosial media dalam bencana Hiati menjadikan informasi tentang bencana tersebut mendapatkan respon yang cepat oleh publik. Dukungan pun datang dari mana-mana seperti adanya gerakan dari selebriti untuk mendorong masyarakat lain bertindak secara cepat. Selain itu, dukungan dari individu dan juga komunitas bencana pun bertadangan. (Smith, 2010)

Dalam kasus Haiti AS berperan sebagai saluran informasi untuk menyebarkan pesan text untuk membantu Haiti. Dalam menjangkau audiens yang banyak, Departemen Luar negeri AS melibatkan petugas diplomasi publiknya dalam membuat pesan tersebut. Akibat dari pesan tersebut, AS mendapatkan respon yang baik dari publik internasional. AS mampu menjangkau sampai jutaan orang dalam membantu kasus Haiti. Dengan menggunakan sosial media sebagai saluran untuk memberikan informasi bantuan ke publik menimbulkan kepercayaan yang tinggi. Serta mendapatkan citra positif dari publik AS dan Publik internasional.

b. Jepang

Pada 11 Maret 2011, gempa bumi melanda Jepang Utara dan menyebabkan tiga bencana dan kehancuran. Yaitu

pembangkit Listrik Tenaga Nuklir di Fukushima Daiichi, Gempa Bumi, dan Tsunami di Tohoku. (Funabashi & Kitazawa, 2012) Jepang gagal memprediksikan gravitasi gempa bumi dan tsunami yang terjadi sehingga mengakibatkan bencana yang lebih besar. Kurangnya perlindungan di pembangkit listrik juga menyebabkan krisis nuklir dan memiliki dampak negatif bagi warga sekitar.

Bencana yang melanda Jepang sangat cepat tersebar di berbagai belahan dunia. Hal tersebut terjadi akibat adanya internet dan sosial media yakni Twitter, Facebook, dan juga blog. (Pierpoint, 2011) Kehadiran internet dan sosial media juga sangat efisien dalam menyebarkan informasi saat bencana. Dalam menjalankan aktivitas sosial media untuk mencari bantuan, Jepang menunjuk Duta besar AS yaitu John Ross saat itu. John Ross menggunakan Twitter sebagai media dalam menyebarkan informasi dan mencari bantuan. (Abbasi, Kumar, Filho, & Liu, 2012) Duta Besar Roos dapat berkerja sama dengan atase pertahanan AS yang kemudian menghubungi militer AS untuk mengangkut para korban bencana.

Departemen Luar Negeri AS juga menggunakan Twitter untuk mempublikasikan nomor darurat dan memberi tahu penduduk Jepang di Amerika cara menghubungi keluarga di wilayah tersebut. Di Jepang sendiri, di mana sekitar 10 juta orang adalah pengguna aktif Twitter, orang-orang menggunakan situs ini untuk bertukar informasi tentang keluarga dan teman-teman, membahas kegagalan listrik bergulir, dan berbagi kiat lainnya.

Fungsi Twitter yang dijalankan AS, dalam beberapa jam mengakibatkan ribuan pengguna menyertakan tag seperti #earthquake, #JPQuake dan #savejapan dalam pesan mereka. Bagi mereka yang tidak terkena dampak langsung dari bencana tersebut, Twitter menjadi cara untuk berbagi metode menyumbangkan uang untuk membantu. Menurut New York Times, Palang Merah Amerika mengumpulkan

\$34 juta dalam lima hari setelah insiden, sebagian karena pesan Twitter. Banyak orang tweet pesan, Teks REDCROSS ke 90999 untuk menyumbangkan \$10 untuk bantuan darurat Jepang. Akhirnya, Twitter berfungsi sebagai platform bagi orang-orang untuk berbagi belasungkawa dan doa bagi mereka yang terkena dampak dan banyak dari mereka menggunakan tagar #prayforjapan. (Journalism.com, 2011)

Dalam kasus diatas Obama berupaya mengembalikan peran negaranya dalam hubungan luar negeri. Hal tersebut dinilai sangat efektif dalam mengembalikan citra AS sebagai negara Adidaya. Diplomasi digital AS dalam merespon bencana merupakan bagian dari strategi AS untuk menarik perhatian publik internasional. Sehingga muncul persepsi- persepsi baru tentang AS yang sangat responsif terhadap kasus bencana negara lain. Dan hal tersebut membangkitkan kembali narasi-narasi tentang AS dalam publik internasional.

2. Nation Branding

Semenjak peristiwa 9/11, citra AS sangat buruk di dunia internasional. Terutama pada negara- negara Arab dan Islam. Diplomasi digital yang digunakan Obama merupakan upaya untuk mengembalikan citra tersebut dengan teknologi dan sosial media. AS berupaya untuk mengenalkan kembali citra baiknya dalam dunia internasional. AS berusaha secara proaktif mengelola citra dan reputasi meraka, menganalisis saluran diplomasi digital untuk mempromosikan negaranya di seluruh dunia. Dalam penerapannya, AS menggunakan Social Network Service (SNS) untuk mempromosikan negaranya dengan berbagai cara. Facebook dan Twitter menjadi bagian dari instrumen yang digunakan Pemerintah Obama dalam membangun citra AS dan juga mempromosikan negaranya dalam dunia internasional.

Pemerintah AS melakukan upaya menggunakan sosial media untuk membangun citra negaranya terutama kepada dunia arab dan masyarakat Muslim. Presiden AS Barack Obama

berusaha untuk memperbaiki hubungan Amerika dengan dunia Arab dan Muslim. Dalam pidato yang disampaikan di Universitas Kairo pada Juni 2009, Obama menyatakan "Saya datang ke sini ke Kairo untuk mencari awal baru antara AS dan Muslim di seluruh dunia, yang didasarkan pada kepentingan bersama dan saling menghormati berdasarkan pada kebenaran bahwa Amerika dan Islam tidak eksklusif dan tidak perlu bersaing". Dalam pidatonya Obama berbicara tentang kehadiran militer Amerika di Irak, keinginannya untuk melakukan dialog dengan Iran dan kebutuhan untuk mencapai solusi damai untuk konflik Israel-Palestina. (nytimes.com, 2009)

Empat tahun setelah pidato "Awal Baru", memperbaiki hubungan Amerika dengan dunia Arab dan Muslim tetap menjadi tujuan kebijakan luar negeri utama bagi AS. Timur Tengah adalah wilayah yang paling sering disebutkan pada akun Twitter Departemen Luar Negeri AS jauh di depan Eropa, Afrika dan Asia Pasifik. 18% dari semua tweet dianalisis berurusan dengan negara-negara Timur Tengah termasuk Iran, Irak, Mesir, Libanon, Yaman dan Israel, yang disebut-sebut sebagian besar berkaitan dengan proses perdamaian Timur Tengah. (Manor & Segev, 2015)

Postingan Facebook yang berurusan dengan Timur Tengah menyumbang 11% dari semua posting Seperti halnya dengan akun twitter-nya, Timur Tengah juga merupakan wilayah yang paling sering disebutkan di halaman Facebook Departemen Luar Negeri. Negara-negara Arab dan Muslim yang disebutkan di Facebook termasuk Palestina, Suriah, Iran, Irak dan Israel. Dalam upaya ini, citra baru Amerika adalah citra suatu bangsa, yang memperlakukan negara-negara Arab dan Muslim dengan rasa hormat, dan berkomitmen untuk berdialog dengan mereka berdasarkan rasa saling menghormati.

Dibawah kepemimpinan Obama, sosial media sangat melekat dalam tubuh pemerintahan AS. Obama mengedepankan diplomasi digital sebagai sarana untuk memperbaiki citra AS

dan hubungan luar negeri AS. Sangat berbeda dengan Presiden Bush. Bush lebih mengedepankan *hard diplomacy* yang memicu perang terhadap negara- negara Islam yang dikaitkan dengan terrorisme. Sedangkan Obama lebih mengedepan *soft diplomacy* dengan menggunakan platform digital untuk menarik perhatian publik internasional terutama dunia Islam terhadap negara AS. Obama optimis bahwa diplomasi digital dapat merubah citra AS yang dulunya sebagai anti terhadap Islam menjadi wajah AS yang lebih bersahabat dengan siapapun. Hal tersebut selalu disampaikan oleh Obama dalam pidato- pidatonya yang selalu upload di sosial media ketika berkunjung ke negara- negara Islam dan Timur Tengah.