

BAB V

KESIMPULAN

Terpilihnya Presiden Barrak Obama sebagai Presiden AS ke 44 memunculkan gebrakan baru pada pemerintahan AS. Obama menghadirkan perubahan dalam diplomasi publik AS dan politik luar negeri AS. Yang sebelumnya bersifat tradisional kini berubah sesuai dengan kebutuhan perkembangan zaman. Pada pemerintahan Presiden Obama, AS menjadikan diplomasi digital sebagai instrumen yang dipakai untuk mencapai kepentingan luar negerinya. Kemenangan Obama dalam kampanyenya AS tahun 2008, membuktikan bahwa teknologi dan sosial media yang ia gunakan dapat mengambil perhatian publik. Berkat kesuksesannya itu, Obama membawa internet kedalam pemerintahannya dengan menjadikan platform digital sebagai upaya dalam menjalankan aktivitas diplomasi publiknya.

Ketika Obama menjadi Presiden AS, Obama harus mewarisi citra buruk AS akibat kebijakan *war on terror* yang dijalankan oleh Presiden George W. Bush. Hal tersebut membuat wajah AS dalam lingkungan internasional sangat buruk apalagi terhadap negara- negara Islam dan Timur Tengah sehingga diplomasi publik AS terlihat sangat kaku. Untuk mengatasi hal tersebut, obama menggunakan teknologi internet dan sosial media sebagai upaya membantuk memulihkan citra AS dan juga membantu AS dalam menjalani diplomasi publiknya.

Penerapan diplomasi digital AS pada era Obama melalui dua cara. Yang pertama ialah penguatan lembaga *Office eDiplomacy*. *Office eDiplomacy* berfungsi untuk melakukan berbagai aspek perencanaan dan penerapan kebijakan dalam

mencapai kepentingan luar negerinya. Lembaga ini dibagi menjadi tiga unit fungsional yakni, Kepemimpinan Pengetahuan, *DiploTech*, serta kebijakan dan penjangkauan. Dan 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*. Lembaga ini juga berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan diplomasi digital kepada masyarakat sipil dunia dan juga warga AS. Dalam lembaga ini, seluruh Staff Kementerian AS dikenalkan dan dibantu untuk mengerahkan alat penjangkauan diplomatik.

Yang kedua menjalankan Program dari kebijakan *21st Century Statecraft*. Kebijakan ini merupakan bentuk keseriusan AS dalam menjalankan diplomasi digitalnya. Kebijakan ini sangat bermanfaat bagi AS untuk memperluas diplomasi publiknya dengan menggunakan teknologi. Hal ini dilakukan karena diplomasi tidak hanya sebatas *government to government* melainkan juga *government to people*, *people to people*. AS juga berusaha menjalin hubungan dengan berbagai lapisan masyarakat seperti, masyarakat sipil, aktivis, perempuan, pemuda dan juga aktor lainnya untuk mencapai kepentingan negaranya.

Dalam penerapan diplomasi digital AS melalui kebijakan *21st Century Statecraft*, Obama fokus membentuk citra AS dan juga menjalani kerja sama diplomatik dengan negara- negara timur tengah. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk upaya Obama untuk membantu memulihkan citra AS yang turun pada era George Bush. Program- program yang dijalankan oleh Obama dalam diplomasi digitalnya, fokus terhadap dua hal, yaitu manajemen krisis dan nation branding.

Obama menggunakan diplomasi digital dalam manajemen krisis sebagai bentuk kepedulian AS terhadap bencana yang terjadi di negara- negara dunia. Terutama di wilayah timur tengah. Obama menggunakan sosial media seperti facebook, twitter dan juga SMS text dalam memperoleh dukungan-

dukungan negara lain terhadap negara yang terkena bencana. Seperti yang dilakukan di Haiti dan Japan. AS menggunakan SMS text sebagai saluran informasi untuk menyebarkan pesan dalam membantu Haiti untuk mencari dukungan dan bantuan dana. Dalam kasus gempa Jepang, AS menggunakan Twitter sebabagai media untuk menyalurkan bantuan dana korban gempa. Serta SMS untuk memperoleh dukungan finansial sebanyak- banyaknya. Selain itu, AS juga menggunakan SMS Text pada kasus Lembah Swat di Pakistan. Guna membantu dukungan moril dan finansial kepada para pengungsi. AS menggunakan diplomasi digital pada manajemen krisis merupakan diplomasi publik AS untuk meraih kepercayaan publik terhadap negaranya.

Diplomasi digital juga diterapkan Obama untuk melakukan nation branding dalam dunia Internasional. AS menggunakan Facebook, Twitter, Youtube serta aplikasi digital lainnya untuk meningkatkan posisi negaranya di dunia Internasional. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya membantu merubah citra AS terhadap negara- negara Islam dan Timur Tengah. Obama melakukan kunjungannya ke luar negara- negara Islam dan Timur Tengah. Dalam kunjungannya tersebut, Obama menyampaikan pidatonya tentang AS yang terbuka dalam menjalin kerja sama dengan negara- negara Islam. Kemudian pidato tersebut dimuat di portal media AS seperti Youtube, Website, Facebook, Twitter dan hal tersebut mendapat respon positif dari negara- negara tujuan.

Dengan adanya penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa kajian dalam Hubungan Internasional yang digunakan pada penelitian ini terdapat dalam topik-topik yang berhubungan dengan diplomasi dan diplomasi digital. Hal ini dibuktikan dalam bab IV mengenai penerapan diplomasi digital yang dilakukan oleh Obama melalui kebijakan *21st Century Statetecraft* merupakan metode diplomasi publik baru pada Pemerintah AS guna meningkatkan hubungan AS dengan negara- negara Timur Tengah. Sehingga hal tersebut dapat membantu pemebentukan citra yang baik terhadap AS. Upaya

yang dilakukan Obama dalam menarik perhatian publik memiliki respon baik dalam politik luar negeri AS. Penelitian untuk “Penerapan Diplomasi Digital melalui Kebijakan *21st Century Statecraft* pada era Presiden Obama” ini telah selesai. Namun, terdapat beberapa hal yang perlu dikembangkan dalam penelitian ini. Penelitian ini telah menunjukkan adanya pergeseran arah diplomasi publik AS yang kini bersifat digital. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih mendalam mengenai penggunaan diplomasi digital melalui hubungan kerja sama luar negeri AS yang bersifat sistematis. Seperti hubungan kerja sama ekonomi, budaya, dan sosial. Serta kajian lebih mendalam apakah strategi diplomasi menggunakan teknologi dan sosial media ini benar-benar berhasil diterapkan seluruh negara-negara di dunia dan faktor apakah yang memengaruhinya. Begitu pula apabila strategi ini gagal apa saja faktor yang melatarbelakangi kegagalan tersebut.