

Penerapan Diplomasi Digital Amerika Serikat Melalui Kebijakan 21st Century Statecraft Pada era Kepemimpinan Barrack Obama Tahun 2009- 2017

Wahyu Chandra Aminuddin

International Relation Department

Faculty of Social and Political

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Wahyu.chandra.2015@fisipol.umy.ac.id

Submitted: 09 Oktober 2019; accepted:

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai Penerapan diplomasi digital Amerika Serikat melalui kebijakan 21st Century Statecraft pada era Obama. Hal ini didasari dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi yang menjadikan metode diplomasi publik AS berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Penelitian ini juga didasari dengan adanya peristiwa penyerangan yang terjadi di gedung WTC dan Pentagon AS pada 21 September 2001, yang mana pasca kejadian tersebut Presiden George W. Bush mengeluarkan kebijakan Global War on Terror (GWOT) yang berdampak pada buruknya citra AS. Sehingga Obama mengubah strategi diplomasi publik AS untuk mengatasi citra AS yang buruk pada era Presiden George W. Bush. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas penggunaan internet dan media sosial sebagai alat diplomasi dalam mengubah citra Negara dan mempengaruhi opini publik internasional terhadap citra AS. Penelitian ini menggunakan teori Diplomasi Publik dan eDiplomacy. Berdasarkan atas penelitian yang telah dilakukan, penulis mengungkapkan bahwa penerapan diplomasi digital pada era Obama sangat efektif dalam membantu untuk meningkat citra AS pada dunia Internasional terutama negara- negara Islam dan Timur Tengah.

Keywords: Diplomasi digital, Amerika, Kepemimpinan, Obama.

Abstract

The research discusses about implementation of U.S. digital diplomacy through the 21st Century Statecraft policy in the Obama era. This is based on the evolution of technology and information that makes US public diplomacy methods change in accordance with the development of the era. This research was also based on a attack incident in the WTC and Pentagon buildings U.S. on September 21, 2001, for which post-incident President George W. Bush issued the Global War on Terror (GWOT) policy affecting the bad U.S. image. So that Obama changed the U.S. public diplomacy's strategy to resolve the bad US image in the era of President George W. Bush. The purpose of this research is to know the effectiveness of the Internet and social media as a tool of diplomacy in in overcoming the bad image of the United States and influencing the international public opinion about U.S. image. This reserch use the theory of public diplomacy and eDiplomacy. Based on the research that has been conducted, the authors revealed that the application of digital diplomacy in the Obama era is very effective in helping to increase the image of the U.S. in the international world especially the Islamic countries and the Middle East.

Keywords : Digital Diplomacy, United States, Leadershp, Obama.

PENDAHULUAN

Diplomasi merupakan salah satu instrumen yang selalu digunakan dalam hubungan internasional. Baik dalam mencapai kepentingan suatu Negara maupun sebagai proses dari implementasi kebijakan Luar Negeri suatu Negara. Negara dapat membangun image atau citra tentang negaranya dalam konteks tawar menawar atau membangun branding melalui diplomasi. Seiring perkembangan zaman, praktek diplomasi masa kini dipengaruhi oleh beberapa hal, tiga diantaranya adalah: Revolusi teknologi informasi; Meningkatnya peran media massa; dan Meningkatnya partisipasi masyarakat dalam Hubungan Internasional. Revolusi teknologi informasi mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam praktik diplomasi. (Djelantik, 2008) Hal ini ditandai dengan ditemukannya mesin cetak 5 abad yang lalu oleh Guttenberg. Dalam temuannya tersebut mengungkapkan bahwa akses informasi tidak lagi terbatas dan dapat diakses oleh kelompok- kelompok pejabat dalam pemerintahan. Melainkan informasi dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Hal ini ditandai dengan tersedianya jaringan komputer dan elektronik.

Perkembangan teknologi dan informasi memiliki dampak yang sangat signifikan bagi kehidupan masyarakat maupun negara. Masyarakat telah mengalami perubahan dalam pola kehidupan akibat adanya percepatan dalam dunia teknologi belakangan ini. Salah satunya dengan meningkatnya Internet dan *WWW (World Wide Web)*. Internet menjadi akses kebutuhan sehari-hari masyarakat. Adanya Internet juga mengubah pola Interaksi masyarakat modern saat ini dan mengubah pola interaksi antar negara. Pada awal tahun 2000, penggunaan akses internet di AS sekitar setengah dari semua orang dewasa sudah online. Mulai tahun 2002, akses internet di AS terus berkembang hingga pada tahun 2009 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 pada 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)

Dalam konteks hubungan internasional, teknologi dan informasi menjadi peranan penting dalam upaya mencapai kepentingan nasional melalui instrumen diplomasi. Diplomasi antar aktor internasional yang bermula menggunakan cara- cara tradisional seperti negosiasi formal dan kini telah bergeser menjadi diplomasi berbasis teknologi. Upaya untuk mencapai kepentingan dapat dicapai dengan menggunakan teknologi dan informasi. (Sapta Dwikardana,

2017) Saat ini dikenal dengan istilah diplomasi digital atau yang sering disebut *eDiplomacy*, *cyber diplomacy*, atau *twiplomacy*. (Holmes, 2015)

Diplomasi digital hadir sebagai bentuk majunya perkembangan teknologi dan informasi yang terjadi di era teknologi yang semakin pesat berkembang ini. Praktik diplomasi digital menjadi hal baru yang diterapkan dalam mencapai kepentingan suatu negara. Akhir- akhir ini banyak negara yang menggunakan akses internet untuk mempercepat informasi pemerintahannya kepada publik. Seperti halnya kedutaan besar diberbagai Negara, Departemen Luar Negeri dan diplomat. Berkembangnya media sosial yang dijadikan konsumsi sehari- hari oleh khalayak publik menjadikan kebutuhan diplomasi digital semakin berkembang. Adanya Facebook, Twitter, Instagram, blog maupun website yang mana aktivitas politik atau berita politik sering muncul melalui saluran- saluran media sosial tersebut serta memudahkan para aktor dunia internasional untuk komunikasi dan mencapai kepentingan dengan menggunakan teknologi.

Penelitian ini menjelaskan mengenai Penerepan diplomasi digital Amerika Serikat melalui kebijakan *21st Century Statecraft* pada era kepemimpinan Barack Obama tahun 2009- 2017. Amerika Serikat mulai melakukan transformasi menuju digitalisasi dalam melaksanakan aktivitas diplomasinya. Pada tahun 2003, melalui Departemen Luar Negerinya, AS mendirikan *Office of Diplomacy* sebagai upaya untuk meningkatkan serta memperkuat diplomasi AS menggunakan teknologi baru melalui platform digital seperti, media sosial dan teknologi informasi. (U.S Department of State, 2019) Adanya *office of Diplomacy* AS, dapat diakui manfaatnya oleh departemen negara yang lain hingga kini tercatat ada 25 cabang *eDiplomacy* yang berbeda di dalam departmen luar negeri AS. (Hanson, Fergus, 2012).

AS menerapkan diplomasi digital sebagai instrumen dalam diplomasi terlihat dari kebijakan *21st Century Statecraft* yang dicanangkan oleh sekretaris Hillary Clinton. Pada tahun 2009, Hillary Clinton melalui Departemen Luar Negeri AS mengeluarkan inisiatif *21st Century Statecraft* sebagai alat diplomasi baru dalam upaya untuk menghadapi tantangan baru di abad ke 21. Kemudian, pada bulan Mei 2009, Hillary Clinton memperkenalkan *21st Century Statecraft* melalui pidatonya bahwa Kebijakan ini sebagai instrumen bagi AS untuk mencari teman baru dalam menyebarkan sayap diplomasi AS dan juga menggunakan alat- alat baru unuk meningkatkan diplomasinya. (State U. D., 2009) Dalam situs Departemen Luar Negeri AS, dikemukakan bahwa *21st Century Statecraft* dibangun untuk fokus membangun area-area sebagai berikut: Mengubah metode diplomasi, pendekatan baru terhadap program

pembangunan, fokus terhadap masalah kebijakam baru, pekerjaan yang fokus dalam kedutaan, biro, dan kantor- kantor pemerintahan. (U.S Department of State, 2019).

21 st Century Statecraf mempunyai tujuan untuk memberikan tata cara baru dalam instrumen kebijakan publik dengan menggunakan teknologi serta membangun konektivitas jaringan secara inovatif dan terintegrasikan. Kemudian menjamin kebebasan setiap hak warga negara untuk berpendapat, bebas mengutarakan ekspresi melalui media sosial. Untuk masyarakat sipil, pemerintah berhak memberikan jaminan serta mendukung organisasi masyarakat sipil unuk mencapai tujuan mereka dengan menggunakan teknologi dan internet. Pemerintah AS melalui Departemen Luar Negerinya berupaya untuk mengintegrasikan inovasi teknologi ke dalam aktivitas yang dilakukan oleh Departemen Luar Negeri itu sendiri seperti menggunakan media sosial sebagai platfrom baru dalam diplomasi publik AS untuk mendapatkan citra baru kepada khalayak publik dan juga untuk mencapai kepentingan yang diinginkannya. (U.S Department of State, 2019)

Pada era Obama, Obama menggunakan diplomasi digital sebagai bagian dari strateginya untuk menjalankan diplomasi publik AS dalam memperbaiki citra AS yang buruk ketika era Presiden George W. Bush. Presiden George W. Bush mengeluarkan agenda GWOT (Global War on Terror) sebagai bentuk perlawanan Amerika terhadap terror yang dialaminya pada peristiwa 11 september 2001. Upaya Amerika dalam mempromosikan agenda GWOT ini mendapatkan respon yang sangat buruk dari negara lain terutama negara Islam. Hal ini menunjukkan citra buruk Amerika di mata negara Muslim di dunia. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Pew Research Center menunjukkan bahwa sentimen Anti-Amerika muncul sangat kuat di negara-negara muslim pasca penerapan kebijakan GWOT. Akibat adanya GWOT membuat Amerika mendapatkan citra yang sangat buruk di mata negara- negara Muslim di dunia yang mengakibatkan munculnya Islamophobia. (Rahman, 2019)

Selama delapan tahun pemerintahan Bush, peringkat kesukaan Amerika Serikat telah menurun secara dramatis. Amerika Serikat dipandang negatif oleh negara-negara mayoritas Muslim. Anti-Amerikanisme telah menjadi trend baru di dunia Arab, dan juga Nigeria di Afrika Barat, terus ke Indonesia di Timur jauh. Hal ini mengakibatkan peringkat Amerika Serikat berada di posisi terendah setelah ditinggalkan oleh Presiden Bush. (Zahrana, 2009). Dalam masa kepemimpinan Obama, Amerika menjadi negara yang mengedepankan diplomasi soft Power untuk mengembalikan citra baik Amerika dimata publik. Berbeda dengan pada era Bush, Amerika cenderung lebih mengedepankan politik luar negeri yang berbasis hard power.

KERANGKA PEMIKIRAN

1. Diplomasi Publik

Diplomasi menurut Harlot Nicholson merupakan asal kata dari bahasa Yunani yaitu *diplom* yang berarti *melipat*. Secara teori diplomasi merupakan sebuah tindakan yang dijalankan oleh perwakilan negara yang ditujukan oleh negara tersebut secara resmi untuk melakukan negosiasi kepada negara lain. (Roy, 1991) Diplomasi merupakan seni atau teknik yang digunakan dalam mencapai kepentingan nasional suatu negara.

Menurut Nicholas J. Cull menyatakan bahwa diplomasi publik ialah proses yang dilakukan suatu negara maupun aktor non negara untuk saling mempengaruhi atau *mutual-influence* dalam membentuk kebijakan agar dapat memetakan opini positif publik di negara lain. (Cull, 2010) Menurut Tuch tujuan diplomasi publik adalah upaya suatu negara untuk membuat publik dan pemerintah negara lain mengerti dan memahami nilai, institusi dan budayanya sejalan dengan kepentingan dan kebijakan luar negerinya. (Tuch, 1990) Hal ini membuktikan bahwa diplomasi berfungsi sebagai sarana kebijakan luar negeri suatu negara dalam berinteraksi dengan negara lainnya.

John Robert Kelley mengklasifikasikan pelaksanaan diplomasi publik terdiri dari tiga bagian, yaitu : (1) *Information*, negara mampu mengelola atau mengatur hal-hal yang berkaitan dengan penyampaian informasi dengan menitikberatkan pada suatu peristiwa maupun konflik yang terjadi dalam kurun waktu tertentu. (2) *Influence*, negara mampu mempengaruhi perubahan sikap atau opini publik di negara tujuan. (3) *Engagement*, negara dapat meningkatkan rasa kepercayaan dan pemahaman publik di negara lain dalam melakukan hubungan kerja sama yang berorientasi jangka panjang. (Rasmussen, 2009) Berdasarkan ketiga bagian di atas menjelaskan bahwa diplomasi publik sebagai upaya dalam membangun hubungan dengan negara lain. Serta negara dapat membantu pemerintah dalam mencapai tujuan kebijakan luar negerinya. Dan sebagai upaya untuk meningkatkan citra baik kepada negara lain.

Dalam perkembangan teknologi dan informasi, diplomasi publik mengalami pergeseran ke dalam sistem digital. Pengaruh teknologi menjadi salah satu sumbangan utama bagi revolusi diplomasi publik. Hal ini dikemukakan oleh Van Ham bahwa diplomasi publik alat postmodern milik negara yang berusaha menggapai kembali legitimasi dan pengakuan di tengah dunia global yang kehilangan monopolinya dalam proses informasi. Hal ini merupakan pengakuan terhadap pengaruh kemajuan teknologi komunikasi yang memberikan bentuk interaksi baru kepada warga publik secara lebih luas. (Rachmawati, 2016)

Adanya perkembangan arus informasi menandakan diplomasi publik tidak hanya terfokus pada satu arah. Diplomasi publik yang baru merupakan perubahan pola utama dalam komunikasi politik internasional. Yang mana diplomasi publik yang baru ini bersifat dialogis, kolaboratif, dan eksklusif. Ini merupakan terobosan dari model penyiaran dan memanfaatkan media sosial untuk membangun keterlibatan dua arah dengan publik. Melalui media sosial dan internet negara dapat mengkomunikasikan kebijakan luar negerinya serta dapat membangun image positif terhadap masyarakat internasional. (Pamment, 2017)

2. eDiplomacy

Lajunya pertumbuhan teknologi dan informasi mengubah tata cara diplomasi suatu negara. Yang mana dulunya negara hanya mampu bernegosiasi melalui pertemuan secara langsung, konferensi serta acara-acara yang melibatkan negara mengirimkan utusannya untuk datang ke Negara lain dalam rangka mencapai tujuan dan kepentingan kebijakan Luar Negeri negara tersebut. Namun kini berkat adanya teknologi, aktivitas diplomasi suatu negara mengalami perubahan. Dari diplomasi tradisional menjadi diplomasi modern dengan menggunakan teknologi serta jaringan Internet. Hal ini dikatakan sebagai eDiplomacy atau yang dikenal dengan diplomasi digital.

eDiplomacy pertama kali dikenalkan oleh Wilson Dizard melalui bukunya yang berjudul *Digital Diplomacy : U.S Foreign Policy in the Information Age*. Dalam bukunya tersebut Dizard mengungkapkan bahwa kebijakan luar negeri suatu negara telah dipengaruhi oleh teknologi dan informasi. (Dizard, 2011) Hal ini juga diungkapkan oleh Fergus Hanson dalam *Revolution @State: The Spread of Ediplomacy* yang diterbitkan oleh *Lowy Institut For Internatonal Policy* menjelaskan bahwa eDiplomacy ialah Sebagai sarana media diplomasi menggunakan Web dan TIK (Teknologi, Informasi, dan Komunikasi) baru untuk membantu melaksanakan tujuan diplomatik. (Hanson, Fergus, 2012). Perkembangan teknologi informasi mengubah cara negara dalam menyikapi isu internasional serta mengubah suatu negara dalam menyikapi dan mengambil tindakan melalui kebijakan luar negerinya.

Dalam bukunya Dizard menjelaskan bahwa terdapat tiga tren yang menjadi peran suatu negara dalam diplomasi digital sebagai upaya untuk diterapkan dalam kebijakan Luar Negeri suatu negara (Dizard, 2011) :

1. Adanya isu- isu kebijakan luar negeri yang melibatkan sumber daya komunikasi dan informasi yang canggih. Perubahan ini sebagian besar didorong oleh majunya perkembangan teknologi dan informasi. Teknologi secara tidak langsung telah

menggerakkan kekuatan politik dan ekonomi yang merubah kepentingan geopolitik Amerika.

2. Perubahan dalam organisasi sumber daya informasi di dalam Departemen Luar Negeri terutama di AS dan lembaga urusan luar negeri lainnya seperti biro- biro di luar negeri serta agen- agen terkait dalam kebijakan luar negeri
3. Munculnya diplomasi publik dengan menggunakan teknologi digital untuk mempengaruhi opini publik.

Ketiga poin diatas (kebijakan, operasi, diplomasi publik) merupakan perubahan yang terjadi akibat perkembangan teknologi dan informasi. Hal tersebut juga memberikan dampak terhadap kebijakan luar negeri yang memicu kehadiran diplomasi digital.

Departement Luar Negeri AS menjelaskan bahwa eDiplomacy merupakan fasilitas yang digunakan dalam berdiplomasi dengan menggunakan instrumen baru untuk mendapatkan dan mengelola informasi yang berkaitan dengan aktivitas diplomasi AS melalui internet dan media Sosial. eDiplomacy juga berfungsi untuk menerima serta merespon informasi- informasi yang didapatkan dari berbagai negara dalam menindaklanjuti kepentingan AS yang dilakukan di dunia maya. Deplu AS juga membentuk badan khusus yang menangani masalah eDiplomacy dengan tujuan untuk membawa diplomat AS dalam proses –proses pengambilan keputusan melalui teknologi informasi, meningkatkan hubungan dan peran serta AS terhadap masyarakat, baik di dalam maupun di luar negeri, dan meningkatkan manajemen informasi dan pengetahuan di dunia maya. Kemudian penguatan kebijakan luar negeri AS dengan memberikan data dan informasi yang akurat kepada para diplomat dan juga staf Deplu dimanapun pos diplomasi mereka di seluruh dunia. (Effendi, Tonny Dian, 2008)

eDiplomacy mempunyai kelebihan yang berbeda dengan diplomasi publik yang dijalankan secara konvensional. Munculnya aktor- aktor non negara mengubah tata cara diplomasi suatu negara terutama yang dijalankan oleh AS. AS menggunakan eDiplomacy untuk memudahkan negaranya dalam membentuk jaringan- jaringan antar aktor dan aktor- aktor tersebut menggunakan teknologi sebagai upaya untuk mencapai tujuan politiknya. Hal ini yang terjadi pasca peristiwa 9/11 yang dimana dijelaskan pada buku yang berjudul *Battle to Bridges: U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy After 9/11*, zahrana menjelaskan bahwa pasca 9/11 kemajuan teknologi mengubah berbagai komponen ptaktik diplomasi AS. Terlihat dari upaya Presiden George Bush dalam menjangkau aktor-aktor di berbagai negara untuk

memberikan informasi mengenai AS pada dunia terutama negara- negara yang sangat khawatir akan tumbuhnya terorisme.

eDiplomacy merupakan bagian dari perhatian utama AS pada masa kepemimpinan Obama. Hal ini ditunjukkan dibentuknya kebijakan 21st Century Statecraft dalam upaya menyebarluaskan luaskan informasi ke ranah publik dengan menggunakan sosial media dan juga platform- platform teknologi lainnya. Penggunaan platform sosial media antara lain twitter, facebook, instagram dan yang lainnya dalam ranah pemerintahan memudahkan para staff Deplu terutama diplomat dalam memperluas jangkauan informasi serta dapat menyatukan mereka dalam kancah internasional dengan menggunakan cara- cara inovatif. (Sandre, 2013) eDiplomacy juga dapat memberikan pengaruh strategi kebijakan luar negeri yang lebih baik dalam hubungan suatu negara di level bilateral dan juga multilateral. Selain itu eDiplomacy juga dapat membantu untuk melengkapi diplomasi tradisional dengan cara- cara inovatif.

Kemampuan media sosial dapat memberikan kemudahan konektivitas pada politik internasional dan juga aktivitas sosial yang terjadi. Tak hanya itu media sosial juga dapat menyelesaikan isu- isu pemerintahan secara global dan hubungan antar negara serta dapat menghubungkan tiap individu, negara, dan aktor non negara. (Funk, 2013) Keuntungan dari menggunakan media sosial ialah dapat menghubungkan penggunanya yang menyebabkan adanya pertukaran ide atau gagasan lintas wilayah. Sehingga dapat menciptakan komunikasi dua arah. Keuntungan tersebut dapat membuat jangkauan informasi yang lebih luas dan juga tidak mengeluarkan biaya yang sangat mahal.

Pada kepemimpinan Presiden Obama, AS juga menggunakan media sosial sebagai upaya untuk mengembalikan citra buruk yang selama ini timbul pada era George Bush. AS berusaha meraih simpati publik dengan menggunakan platform media sosial seperti twitter, youtube, website dan lainnya sebagai sarana diplomasi dan arah kebijakan luar negeri Amerika. Dan berbagai upaya lainnya yang dilalukan Obama untuk mempengaruhi publik internasional dalam memberikan citra positif kepada AS. Penggunaan internet dan media sosial oleh Obama dinilai sangat efektif dalam menjalankan diplomasi publik serta program kebijakan di Pemerintahannya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengguna akses internet dan media sosial yang ada di AS.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam mencari informasi yang dibutuhkan adalah Studi Literatur dan Online Research yaitu pengumpulan data atau informasi

dengan cara membaca atau mempelajari buku-buku referensi, majalah ilmiah dan buku-buku teks yang berhubungan dengan topik yang dibahas. Jenis data yang dipergunakan oleh penulis adalah berupa data sekunder dari literature (buku, jurnal ilmiah, media cetak dan situs internet).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif, dimana data-data dan fakta-fakta yang diperoleh akan dianalisis oleh teori dengan sistematis agar bisa mengorelasikan diantara fakta-fakta tersebut

HASIL PENELITIAN

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.

***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* mempekerjakan 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 sebebannya tanpa menyembunyikan pesan dan profil mereka.

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)

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)

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.

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)

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.

Pada penerapannya, Obama menggunakan internet dan sosial media sebagai alat untuk mengembalikan citra baik AS. Hal tersebut dilakukan dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi internet untuk merespon bencana sebagai bentuk kepedulian AS terhadap negara lain. Kemudian Obama menggunakan sosial media dan internet untuk nation branding terhadap negara- negara dunia terutama negara Islam dan Timur Tengah. (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 Haiti 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 berkerjasama 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 mereka, 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 terorisme. Sedangkan Obama lebih mengedepankan *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.

KESIMPULAN

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 sebagai 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 Statecraft* merupakan metode diplomasi publik baru pada Pemerintah AS guna meningkatkan hubungan AS dengan negara-negara Timur Tengah. Sehingga hal tersebut dapat membantu pembentukan 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, M.-A., Kumar, S., Filho, J. A., & Liu, H. (2012). Lessons Learned in Using Social Media for Disaster Relief - ASU Crisis Response Game. *Social Computing, Behavioral - Cultural Modeling and Prediction Lecture Notes in Computer Science*, no. 7227, 282.
- Cull, N. J. (2010). Public Diplomacy : Seven lesson for its future from its past . *Place Branding and Public Diplomacy*, 12.
- Dizard, W. (2011). *Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age*. Westport: Praeger.

- Dizart, W. (2011). *Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age*. Westport: Praeger.
- Djelantik, S. (2008). *Diplomasi antara Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendi, Tonny Dian. (2008). E-Diplomacy Sebagai Sarana Promosi Potensi Daerah. *Global & Strategis*, 58.
- Funabashi, Y., & Kitazawa, K. (2012). Fukushima in review: A complex disaster, a disastrous response. *Bulletin of the Atomic Scientists* 68, no. 2, 9.
- Funk, J. Q. (2013). The Power of riending: How Social Media is Impacting International Relations in the Twent-first. *University of St. Andrew Skotlandia*, 10.
- Hanson, F. (2012). The Spread of eDiplomacy. *LOWY INSTITUTE FOR INTERNATIONAL POLICY*, 12.
- Hanson, F. (2012). The Spread of eDiplomacy. *LOWY INSTITUTE FOR INTERNATIONAL POLICY*, 26.
- Hanson, F. (2012). The Spread of eDiplomacy . *LOWY INSTITUTE FOR INTERNATIONAL POLICY*, 11.
- Hanson, Fergus. (2012). Revolution @State: The Spread of Ediplomacy. *Lowy Institut For International Policy*, 3.
- Hanson, Fergus. (2012). Revolution @State:The Spread of Ediplomacy. *Lowy Institute for International Policy*, 3.
- Holmes, C. B. (2015). *Digital Diplomacy : Theory and Practice*. New York: Rotledge.
- Journalism.com. (2011, Maret 7). *Twitter Responds to the Japanese Disaster*. Retrieved Agustus 22, 2019, from <https://www.journalism.org/2011/03/17/twitter-responds-japanese-disaster/>
- Manor, I., & Segev, E. (2015, Januari). *America's Selfie: How the US Portrays Itself on its Social Media Accounts*. diakses Agustus 21, 2019, from t: <http://www.researchgate.net/publication/276352850>

- nytimes.com. (2009, Juni 4). *Text: Obama's Speech in Cairo*. Retrieved Agustus 21, 2019, dari The New York Times: <https://www.nytimes.com/2009/06/04/us/politics/04obama.text.html>
- Pamment, J. (2017). *New Public Diplomacy in the 21st Century*. New York: Routledge.
- Pierpoint, L. (2011). Fukushima, Facebook and Feeds: Informing the Public in a Digital Era. *Electricity Journal* 24, no. 6 , 53.
- Rachmawati, I. (2016). *Diplomasi Publik : Meretas Jalan Bagi Harmoni dalam Hubungan Antarnegara*. Yogyakarta: Calpulis.
- Rasmussen, I. W. (2009). Towards a Theory of Public Diplomacy. *The Fletcher School Tufts University*, 3.
- Roy, S. L. (1991). *Diplomasi*. Jakarta: Rajawali.
- Sandre, A. (2013). *Twitter for Diplomats*. Jenewa dan Roma: DiploFoundation .
- Sapta Dwikardana, P. (2017). Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital : Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia. *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Parahyangan*, 6.
- Smith, B. (2010). Socially distributing public relations: Twitter, Haiti, and interactivity in social media. *Public Relations Review*, 330.
- State, D. o. (2010). Leading Through Civilian Power . *The First Quadrennial Diplomacy and Development Review*, 25- 26.
- State, U. D. (2009, Mei 28). *21st Century Statecraft*. diakses dari Youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=x6PFPCTEr3c>
- State, U. D. (2017, Januari 20). *U.S. Department of State : Diplomacy in Action*. diakses Agustus 18, 2019, from <https://2009-2017.state.gov/statecraft/overview/index.htm>
- Tuch, H. (1990). *Communicating with the worlds : US Public Diplomacy Overseas*. New York: St. Martin.
- U.S Department of State. (2019, Maret 13). *21st Century Statecraft*. diakses dari U.S Department of State: <https://2009-2017.state.gov/statecraft/overview/index.htm>

U.S Department of State. (2019, Maret 13). *IRM's Office of eDiplomacy*. diakses dari U.S Department of State Diplomacy in Action: <https://www.state.gov/m/irm/ediplomacy/>

USGS. (2010, Januari 12). *Magnitude 7.0 - HAITI REGION*. diakses Juli 25, 2019, dari USGS Science for a Changing World: https://strongmotioncenter.org/NCESMD/data/haitiregion_12jan2010/eqinfo.htm

Waters, R. D., & Williams, J. M. (2011). Squawking, tweeting, cooing, and hooting: analyzing the communication patterns of government agencies on Twitter. *Journal of Public Affairs* 11, no. 4, 358.