

Strategi Perbaikan Citra Amerika Serikat di Dunia Islam Era Presiden Barack Obama (2009-2017)

Tegar Sukma Aji

International Relations Departement
Faculty of Social And Political Sciences
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
tegar.sukma.2016@fisipol.umy.ac.id

Submitted: 13 Januari 2020

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana strategi Presiden Barack Obama dalam upayanya untuk memperbaiki citra Amerika Serikat di Dunia Islam, pasca berbagai kebijakan represif dari Presiden George W. Bush. Besarnya populasi muslim dunia dan kepentingan-kepentingan Amerika Serikat di Dunia Islam, menjadikan urgensi perbaikan citra di Dunia Islam muncul. Munculnya perkembangan teknologi digital membuat adanya percepatan laju pertukaran informasi. Obama kemudian mencoba memanfaatkan perkembangan teknologi media digital dengan cara mengintegrasikan komunikasi digital ke dalam tugas-tugas aktor diplomatik. Hal ini guna melakukan peningkatan hubungan dan citra nasional dengan publik internasional khususnya publik Dunia Islam melalui inovasi digital diplomasi publik yang dikemas melalui kebijakan *21st Century Statecraft* dan juga penggunaan media sosial dalam kerangka konsep *eDiplomacy*. Amerika Serikat mendorong para aktor diplomatik untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial dan internet untuk melakukan praktik diplomasi dan interaksi dengan publik mancanegara dengan tujuan menyebarkan nilai-nilai Amerika Serikat yang terbuka.

Kata kunci: Amerika Serikat, Dunia Islam, Diplomasi Publik, *eDiplomacy*, Obama, *21st Century Statecraft*, Internet, Media Sosial.

Abstract

This research explains about the strategy of President Barack Obama in his efforts to improve the image of the United States in the Islamic World, after various repressive policies from President George W. Bush. The large Muslim population of the world and the interests of the United States in the Islamic World, makes the urgency of improving the image in the Islamic World emerge. The emergence of the development of digital technology makes the acceleration of the rate of information exchange. Obama then tried to exploit the development of digital media technology by integrating digital communication into the tasks of diplomatic actors. This is to improve relations and national image with the international public, especially the public of the Islamic World through digital innovation of public diplomacy, which is packaged through the 21st Century Statecraft policy and also the use of social media within the framework of the concept of eDiplomacy. The United States encourages diplomatic actors to maximize the use of social media and the internet to practice diplomacy and interaction with foreign publics with the aim of spreading US values that are open.

Keywords: The United States, Islamic World, Public Diplomacy, *eDiplomacy*, Obama, *21st Century Statecraft*, Internet, Social Media.

I. Pendahuluan

Amerika Serikat merupakan negara adidaya (*super power*) yang memiliki kemampuan ekonomi, militer, dan politik yang kuat untuk menentukan *bargaining position* (posisi tawar-menawar) dengan negara lain. Dalam bidang perekonomian, Amerika Serikat selalu menarik perhatian dunia dengan memiliki posisi yang strategis. Naik turunnya perekonomian Amerika, sangat mempengaruhi perilaku perekonomian global. Tidak sedikit negara di dunia yang bergantung dengan Amerika Serikat sebagai kiblat perekonomiannya (Zaharna, 2009).

Amerika Serikat merupakan negara yang sering kali dianggap memiliki citra negatif, terutama menurut sudut pandang masyarakat muslim. Sentimen anti Islam pasca serangan 9/11 serta invasi Amerika Serikat ke negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim, dan keterlibatan Amerika Serikat dalam konflik-konflik di negara-negara Islam, menjadi latar belakang masyarakat muslim internasional memiliki pandangan negatif terhadap Amerika Serikat. Citra Amerika Serikat menurun drastis pada masa pemerintahan George W. Bush, di mana sentimen anti-Amerika meningkat di negara-negara dengan penduduk mayoritas Islam. Walaupun pasca George W. Bush turun dari kekuasaannya pemerintah Amerika Serikat menggalakkan adanya diplomasi publik yang inovatif guna menarik simpati masyarakat muslim, citra Amerika Serikat masih berada pada tingkat yang rendah (Zaharna, 2009).

Berbeda dengan Bush, Amerika Serikat pada masa pemerintahan Barack Obama memiliki fokus pada perluasan dan percepatan komunikasi dengan masyarakat internasional dengan pemanfaatan teknologi dan

media sosial ke dalam diplomasi publik, yang di dalamnya mengedepankan transparansi dan keterbukaan, yang bertujuan membentuk citra positif Amerika Serikat terhadap dunia internasional khususnya masyarakat muslim (Fitriah & Haryanto, 2017). Amerika Serikat ingin adanya penegasan kembali nilai-nilai demokrasi di era digital melalui *21st Century Statecraft*. Dalam usaha melaksanakan komitmen Obama dalam hal keterbukaan dan transparansi informasi di pemerintahan dan juga upaya peningkatan keterbukaan pemerintah di lingkup internasional dengan menggunakan teknologi termutakhir dan perangkat diplomasi tradisional, pemerintah Amerika Serikat membentuk adanya sebuah kebijakan *21st Century Statecraft*. Kebijakan tersebut juga merupakan stimulus yang dapat mendorong pemerintahan yang transparan, partisipatif, dan akuntabel (Departement of State of USA, 2010). Hal tersebut guna menarik simpati masyarakat muslim dunia bahwa Obama dapat menyelesaikan berbagai masalah pasca kebijakan represif Bush (Jiang, 2013).

Berdasarkan uraian di atas, tulisan ini akan membahas tentang bagaimana pemerintah Amerika Serikat era Presiden Barack Obama dalam membentuk citra positif Amerika Serikat terhadap masyarakat muslim internasional menggunakan diplomasi digital atau *eDiplomacy*.

II. Kerangka berpikir

1. Diplomasi Publik

Sebagai salah satu pengaplikasian dari konsep *soft power*, di mana upaya guna mencapai kepentingan nasional suatu negara melalui *understanding, informing, and influencing foreign audience* biasa dirumuskan sebagai sebuah konsep diplomasi publik (PDAA, n.d.).

Dengan kata lain, diplomasi publik menekankan pada hubungan antara pemerintah dengan masyarakat atau hubungan antar masyarakat itu sendiri ketika proses diplomasi tradisional dikembangkan melalui mekanisme hubungan antar pemerintah. Sebagai landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan yang lebih tinggi, diplomasi publik bertujuan agar masyarakat internasional mempunyai persepsi yang positif tentang suatu negara.

Menurut Hans N. Tuch, penulis buku *Communicating With the World* mendefinisikan diplomasi publik sebagai berikut,

“...a government’s process of communicating with foreign publics in an attempt to bring about understanding for its nation’s ideas and ideals, its institutions and culture, as well as its national goals and politics.” (Melissen, 2005)

Sehingga dapat dimaknai bahwa diplomasi publik adalah sebagai sebuah proses bagaimana pemerintah memberikan pemahaman atas negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negaranya kepada publik mancanegara. Lebih lanjut, menurut Melissen, diplomasi publik adalah bagaimana suatu negara mengubah cara pandang orang atau organisasi lain di luar negaranya dengan cara positif sebagai sebuah usaha dalam mendapatkan citra positif dari orang atau organisasi tersebut (Melissen, 2005).

Pemenuhan nilai-nilai fundamental dan tujuan keamanan nasional merupakan hal mendasar bagi pelaksanaan diplomasi publik dan komunikasi strategis bagi Amerika Serikat. Berdasarkan laporan dari

Policy Coordinating Committee, terdapat empat nilai yang harus dijalankan dalam diplomasi publik dan komunikasi strategis antara lain:

- Mengedepankan komitmen kebebasan, hak asasi manusia, dan kesetaraan setiap manusia;
- Merangkul siapa saja yang memiliki pandangan serta nilai yang sama;
- Mendukung siapa saja yang turut memperjuangkan kebebasan dan demokrasi;
- Serta, menentang siapa saja yang turut mendukung dalam penyebaran nilai-nilai kebencian dan penindasan (Policy Coordinating Committee, 2007).

Demografis karakteristik masyarakat juga perlu dipertimbangkan dalam melaksanakan diplomasi publik dan komunikasi strategis Amerika Serikat. Mereka yang rentan dalam paparan ideologi ekstremis adalah anak-anak muda, perempuan, dan minoritas. Diplomasi publik harus merambah ke anak-anak muda karena merekalah yang akan menjadi penerus bangsa. Melalui lembaga ini, diperlukan sebuah sarana yaitu pendidikan dan program pertukaran bagi para siswa yang berasal dari Timur Tengah atau tempat lain, serta penggunaan internet dan bentuk komunikasi lainnya (Policy Coordinating Committee, 2007).

Perempuan juga perlu dilibatkan sebagai target dari diplomasi publik Amerika Serikat. Beberapa studi telah menjelaskan bahwa perempuan yang teredukasi dan terberdaya, memiliki peran yang lebih efektif dalam melakukan perubahan sosial. Lebih dari dua-pertiga dari 70 juta orang di Timur Tengah merupakan perempuan, sehingga memberikan pendidikan bagi para perempuan dalam

merupakan hal yang dinilai penting bagi kemajuan nilai-nilai kebebasan dan demokrasi (Policy Coordinating Committee, 2007).

Jangkauan diplomasi publik juga harus sampai kepada kelompok minoritas. Orang-orang dengan ras serta agama yang ter marginalkan, orang-orang cacat, serta pribumi asli, sering kali tidak memiliki akses pendidikan dan ekonomi yang sama dengan mayoritas. Amerika Serikat merasa bahwa pengalaman yang dimilikinya dalam memberikan akses yang sama bagi minoritas, dinilai harus disebarkan secara luas di seluruh dunia melalui diplomasi publik (Policy Coordinating Committee, 2007).

Munculnya media sosial dan perkembangan arus komunikasi global yang semakin pesat memaksa adanya sarana baru dalam mengkomunikasikan diplomasi publik kepada masyarakat internasional. Diplomasi publik yang baru kemudian menggantikan komunikasi searah dari diplomasi publik sebelumnya dengan memanfaatkan keuntungan media sosial dan internet untuk mendirikan komunikasi dua arah dengan publik (Pamment, 2013).

2. eDiplomacy

Dewasa ini sosial media menjadi komponen penting dalam berdiplomasi. Perkembangan ini tentu saja mempengaruhi perilaku negara dalam pelaksanaan usaha mencapai kepentingan nasional, melalui praktik diplomasi. Diplomasi antar aktor dalam hubungan internasional telah bergeser dari praktik diplomasi tradisional, menjadi diplomasi yang menggunakan teknologi dan informasi untuk mencapai kepentingannya.

Terkait dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, *eDiplomacy* juga membawa perubahan yang penting kepada diplomasi publik kontemporer. Craig Hayden menyebutkan,

“Government are now in need of a new public diplomacy that contends with a global media ecology characterized by a fragmentation of audiences to networks of selective exposure. In this media ecology, the goal of public diplomacy is transformed from the transmission of information to the building and leveraging of long-lasting relationship with foreign public.”(Hayden, 2012).

Diplomasi digital menjadi alat baru dalam diplomasi publik. Dalam hubungan internasional, dunia maya menjadi sarana dalam berbagi informasi, berkomunikasi, bahkan lebih jauh, berperang (Duncombe, 2017). Bjola dan Holmes (2015) mendefinisikan konsep *eDiplomacy* atau diplomasi digital adalah sebuah pengembangan dari konsep diplomasi publik atau *soft power*. Sebagai alat diplomasi, negara menggunakan berbagai macam platform media sosial, situs web, serta aplikasi digital (Bjola & Holmes, 2015). Menurut Berridge (2012) *eDiplomacy* dapat didefinisikan sebagai sebuah proses diplomasi dengan menggunakan media teknologi komunikasi dan informasi elektronik, atau internet.

Guna melakukan restrukturisasi diplomasi dalam konteks yang baru dan lebih berbeda dari sebelumnya, para

diplomasi dan praktisi komunikasi menggunakan media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram dan lain sebagainya (Fitriah & Haryanto, 2017). Pada konteks baru yang dimaksud adalah para diplomat tentu saja tidak mengubah perannya dalam melihat diplomasi secara tradisional, akan tetapi mencoba untuk melakukan ekspansi jangkauan serta melakukan eksplorasi lebih lanjut tentang inovasi-inovasi baru guna mencapai kepentingan mereka dalam dunia internasional (Sandre, 2013).

Menurut Kuźniar dan Filimoniuk diplomasi pada era Web 2.0 dengan pemanfaatan media sosial, telah menciptakan dogma diplomatik baru antara lain:

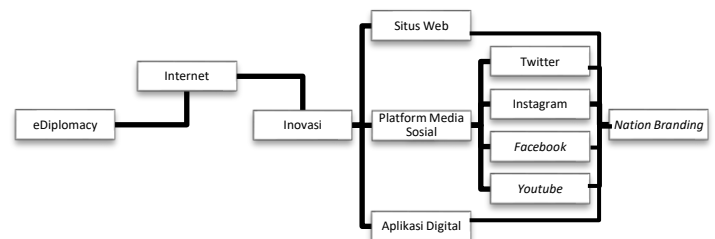
1. Memuat opini tentang isu-isu internasional;
2. Menyederhanakan pernyataan diplomatik (informasi menjadi lebih interaktif, lebih pendek dan lebih mudah diakses dengan menggunakan klipng, tagar, dan emoji);
3. Menggeser komunikasi politik ke platform yang tersedia untuk umum (ini memberi pengguna Twitter kesempatan untuk mengamati dan mengendalikan eDiplomasy dengan menggunakan alat Twitter);
4. Terhubung dengan masyarakat luas dengan menggunakan berbagai aplikasi multimedia (Kuźniar & Filimoniuk, 2018).

eDiplomacy dapat diartikan sebagai bagian dari usaha guna

memperkuat *nation branding*. Dalam proses *branding* negara bekerja sama dengan lembaga pemangku kepentingan secara horizontal dengan cabang pemerintah dan secara vertikal dengan perwakilan negara atau kedutaan dan diplomat. *eDiplomacy* dapat secara konsisten menjaga citra yang dipromosikan suatu negara karena sesuai dengan realitas. Hal tersebut dikarenakan konten yang dibagikan melalui berbagai platform media sosial langsung terlibat dengan tujuan politik luar negeri dan aksi nyata yang dilakukan oleh negara dalam sebuah arena global (Manor & Segev, 2015).

Secara operasional, untuk memahami definisi dari *eDiplomacy* dapat dilihat melalui bagan seperti di bawah:

Bagan 1.1
Definisi Operasional
eDiplomavy



Disarikan dari berbagai sumber

Melalui media sosial, Amerika Serikat melakukan *branding* dengan memberikan narasi-narasi sebagai negara “contoh” bagi dunia. Keinginan untuk menjadi “kompas” moral dunia yang memimpin dengan memberikan contoh, terlihat jelas dalam unggahan Departemen Luar Negeri Amerika Serikat sepanjang Januari 2016 di Facebook yang menyatakan bahwa “*Part of the*

mission of the U.S. Department of State is to share America's story. One of the most noteworthy elements of this story is the importance the United States places on diversity and religious pluralism". Melalui unggahan ini menegaskan bahwa Amerika Serikat adalah sebuah negara yang memiliki keberagaman kelompok, identitas, serta budaya, yang berkumpul menjadi satu dan mengedepankan kejujuran, rasa tenggang rasa, dan dialog (Manor, 2017).

III. Pembahasan

Memiliki persepsi atau citra yang baik di mata masyarakat internasional merupakan sebuah hal yang penting guna menjadi landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan nasional yang lebih luas (Susetyo, 2008). Sama halnya dengan Amerika Serikat terhadap Dunia Islam, yang mana Dunia Islam pada dasarnya memiliki dampak yang besar demi keberlangsungan kepentingan nasional Amerika Serikat. Hal ini membuat Amerika Serikat perlu untuk mempertimbangkan untuk mengubah cara pandang masyarakat muslim dunia dalam melihat Amerika Serikat pasca berbagai kebijakan represif pada era Bush di Dunia Islam. Salah satu faktor yang dapat menjadi pertimbangan adalah jumlah populasi muslim dunia yang besar.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Pew Research Center*, jumlah populasi masyarakat muslim dunia pada tahun 2015 diperkirakan mencapai 1,8 miliar jiwa, sekitar 24% dari populasi dunia, yang tersebar di seluruh dunia. Islam saat ini merupakan agama terbesar kedua setelah Kristen di seluruh dunia yang memiliki pertumbuhan tercepat. Diperkirakan jika tren demografis ini terus berlanjut, maka akan menjadi mungkin bahwa jumlah muslim akan

mengalahkan jumlah pemeluk Kristiani pada akhir abad ini (Lipka, 2017).

Meskipun banyak negara di Timur Tengah dan Afrika Utara, di mana agama ini berasal, berpenduduk mayoritas muslim, akan tetapi kawasan tersebut hanya menjadi rumah bagi 20% populasi muslim di dunia. Secara global atau sekitar 62% masyarakat muslim dunia berada di kawasan Asia-Pasifik, yang terbesar di antaranya Indonesia (203 juta jiwa), India (161 juta jiwa), Pakistan (147 juta jiwa), Bangladesh (145 juta jiwa), Iran (97 juta jiwa) dan Turki (74 juta jiwa). Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, di mana sekitar 13% penduduk muslim dunia tinggal di Indonesia. Akan tetapi *Pew Research Center* memproyeksikan bahwa di tahun 2050, India, walaupun Hindu masih akan menjadi agama mayoritas negara ini, akan menempati urutan pertama sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dengan sekitar 300 juta penduduk (Lipka, 2017).

Kawasan Sub-Sahara Afrika menjadi rumah bagi sekitar 15% populasi muslim dunia dengan sekitar 240,6 juta jiwa. Sementara di Eropa terdapat sekitar 38 juta penduduk muslim atau sekitar 2,4% dari populasi muslim dunia. Amerika berada di urutan terakhir sebagai negara dengan penduduk muslim di mana hanya terdapat sekitar 4,5 juta jiwa penduduk muslim atau hanya sekitar 0,3 % dari total keseluruhan populasi muslim dunia (*Pew Research Center*, 2009b).

Berdasarkan data yang telah disajikan di atas, jelas bahwa ketika berbicara tentang Dunia Islam, tidak semata-mata berbicara tentang Timur Tengah. Kawasan Asia Pasifik menjadi rumah bagi populasi muslim

terbesar di dunia. Asia Tenggara menjadi rumah terbesar populasi muslim di kawasan Asia Pasifik dengan Indonesia menempati urutan pertama sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Malaysia dan Brunei Darussalam juga merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim. Asia Tenggara yang merupakan kawasan dengan posisi yang strategis membuat Amerika Serikat membutuhkan kawasan ini sebagai mitranya dalam kerja sama ekonomi, politik, bahkan lebih jauh menjadi mitra dalam pemberantasan terorisme.

Posisi strategis yang dimiliki oleh Asia Tenggara berada di antara konsentrasi industri, teknologi, dan kekuatan militer di Asia Timur Laut di bagian utara, sub-kontinental dan sumber minyak di Timur-Tengah di sebelah timur, dan Australia di sebelah selatan. Dalam sudut pandang militer, posisi Asia Tenggara sangat krusial bagi pergerakan jalur laut militer Amerika Serikat dari Pasifik Barat ke Samudra Hindia dan Teluk Persia. Secara ekonomi, kawasan ini juga merupakan bagian penting karena merupakan kawasan dengan volume perdagangan yang tinggi bagi Amerika Serikat jika dibandingkan dengan negara Jepang, Korea, Taiwan, dan Australia, termasuk di dalamnya impor minyak dan *Sea-Lanes of Communications (SLOCs)* (Triwahyuni, 2011).

Kawasan Asia Tenggara telah sejak lama menjadi mitra bisnis Amerika Serikat. Meskipun pada rentang tahun 1997-1998 Asia Tenggara mengalami stagnasi ekonomi, kawasan ini tetap menjadi mitra perdagangan ke lima terbesar bagi Amerika Serikat. Pada rentang tahun 1993-1997, kawasan Asia Tenggara menjadi tujuan ekspor penting setelah Cina dan Jepang di kawasan Pasifik. Perusahaan-

perusahaan asal Amerika Serikat berada pada posisi kedua terbesar yang menanamkan investasi di kawasan ini setelah perusahaan asal Jepang yang meliputi industri manufaktur, *departement store*, industri energi, industri jasa, dan industri elektronik (Triwahyuni, 2011).

Secara politis, kepentingan Amerika Serikat di kawasan Asia Tenggara berfokus pada negara Indonesia. Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar di kawasan, sekaligus di dunia, merupakan negara pengekspor minyak dan gas terbesar di kawasan. Indonesia juga merupakan satu-satunya negara di kawasan Asia Tenggara yang menjadi negara anggota *Organization of Petroleum Exploring Countries (OPEC)*. Amerika Serikat sebagai negara dengan kebutuhan energi yang besar, tentu harus memiliki hubungan yang baik dengan Indonesia. Hal tersebut dikarenakan keterlibatan Indonesia di dalam OPEC memiliki peran dalam mengontrol harga minyak atau setidaknya turut dalam pembuatan kebijakan yang berkenaan dengan minyak (Triwahyuni, 2011).

Kawasan Asia Tenggara merupakan kawasan yang menjadi *The Second Front War on Terrorism*. Kawasan ini merupakan kawasan dengan penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga ketika Amerika Serikat mengembar-gemborkan adanya kebijakan *War on Terroism* dengan kelompok Al-Qaeda merupakan tersangka utama dikeluarkannya kebijakan ini, negara-negara di dunia khususnya Amerika Serikat mulai memberikan perhatian khusus bagi negara-negara dengan penduduk muslim mayoritas. Indonesia, Malaysia, dan Brunei Darussalam merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim,

sedangkan Singapura, Filipina, dan Thailand memiliki kelompok muslim minoritas. Sejak kejatuhan Presiden Soeharto di Indonesia pada tahun 1998, gerakan-gerakan politik Islam tumbuh menjamur di Indonesia, baik itu gerakan yang mengedepankan kekerasan maupun anti-kekerasan. Tertangkapnya beberapa orang dalam jaringan Al-Qaeda yang melakukan operasi di kawasan Asia Tenggara cukup menjadikan faktor pendorong bagi Amerika Serikat untuk melaksanakan *war on terrorism* di kawasan Asia Tenggara (Triwahyuni, 2011).

Selain menjadi rumah bagi populasi terbesar muslim dunia, kawasan Asia Tenggara juga merupakan rumah bagi kelompok militan yang menjadikan Islam sebagai identitasnya. *Moro Islamic Liberation Front* di selatan Filipina, *Free Aceh Movement* di Indonesia, Jemaah Islamiyah, Abus Sayyaf, dan Kelompok Mujahidin Malaysia menjadi beberapa contoh gerakan-gerakan militan muslim di kawasan ini. Selain itu, di Indonesia juga terdapat sebuah kelompok yang selalu menyebarkan sikap anti-Amerika melalui demonstrasi-demonstrasi yaitu Front Pembela Islam. Kelompok-kelompok ini tentu mendapat perhatian dari negara-negara di dunia terkhusus Amerika Serikat (Triwahyuni, 2011).

Pasca peristiwa 9/11, secara politis memberikan dampak yang positif kepada Malaysia dan Filipina. Pada masa pemerintahan Mahatir Muhammad, Malaysia membina hubungan baik dengan Amerika Serikat. Walaupun sempat bersitegang akibat permasalahan Anwar Ibrahim, Malaysia sepakat untuk bekerja sama dengan Amerika Serikat untuk memberantas terorisme. Sedangkan Filipina semakin kooperatif dalam bekerja sama dengan Amerika Serikat

untuk memberantas kelompok jaringan teroris Al-Qaeda di Filipina melalui pendekatan militer. Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia menjadi sangat penting bagi Amerika Serikat ketika kampanye kebijakan *war on terrorism* bahwa yang ingin diperangi oleh Amerika Serikat adalah kelompok dan ideologi terorisme bukan Islam (Triwahyuni, 2011). Pendekatan *soft power* kepada komunitas muslim menjadi penting. Kawasan Asia Tenggara dipandang sebagai representasi dari Islam Moderat yang dapat mengakomodasi kepentingan global Amerika Serikat di Dunia Islam (Sari, 2012).

Sementara itu, di Timur Tengah yang merupakan asal dari Dunia Islam, kepentingan Amerika Serikat tak kalah menjamur. Sama halnya dengan kepentingan Amerika Serikat di Asia Tenggara, ekonomi masih menjadi hal yang utama. Akan tetapi, ekonomi bukanlah satu-satunya kepentingan Amerika Serikat di kawasan ini. menurut Louis Fisher, Patrick Lang, Jan Nederveen Pieterse, Raymond Hinnebusch, dan Hudson dalam Bachtiar (2018), menganggap bahwa adanya sebuah dimensi ideologis dalam setiap kepentingan Amerika Serikat. Adanya pengaruh kelompok neo-konservatisme yang percaya bahwa Amerika Serikat merupakan negara adikuasa yang paling layak untuk memimpin dan menjadi kekuatan hegemoni global. Lebih lanjut Bachtiar menyatakan bahwa sama seperti kepentingan ekonomi, kepentingan ideologis ini bukanlah satu-satunya kepentingan Amerika Serikat di kawasan Timur Tengah (Bachtiar, 2018).

Terdapat lima hal yang menjadi kepentingan utama Amerika Serikat di Timur Tengah menurut Daniel Byman, Sara Bjerg Moller, dan James Piscatori dalam Bachtiar

(2018). Pertama adalah Minyak. Minyak menjadi komoditas vital bagi perekonomian Amerika Serikat. Ketergantungan minyak Amerika Serikat kepada Saudi yang mulai menurun terbukti dengan Kanada menjadi negara pengimpor minyak terbesar ke Amerika Serikat, menjadikan bukti bahwa minyak bukanlah menjadi satu-satunya faktor kepentingan Amerika Serikat di Timur Tengah. Kepentingan kedua adalah pencegahan pembangunan dan penyebaran senjata nuklir. Nuklir menjadi penting karena pihak yang menguasai nuklir maka pihak tersebut merupakan pengendali stabilitas dunia. Iran dicurigai mengembangkan senjata pemusnah massal dengan menggunakan energi nuklir. Hal ini bermula pada 1950 saat Amerika Serikat membantu mengembangkan energi nuklir di Iran, Perdana Menteri Mohammed Mossadeq membelot Amerika Serikat dengan menasionalisasi perusahaan minyak milik Inggris dan Amerika Serikat. Akibat dari permasalahan ini, Amerika Serikat dan Inggris melakukan Operasi Ajax untuk menggulingkan kepemimpinan PM Mosadeq dengan menjadikan Shah sebagai pemimpin baru. Pada tahun 1979 di Iran dilakukan nasionalisasi proyek pembangunan nuklir (Bachtiar, 2018).

Kepentingan ketiga adalah masalah terorisme. Meski kemudian terorisme menjadi dalih bagi Amerika Serikat untuk mengendalikan *balance of power* di kawasan Timur Tengah dan juga isu nuklir Iran, kepentingan ini tetap secara masif di sebar. Keempat adalah melindungi Israel dan demokratisasi kawasan. Amerika Serikat adalah negara dengan lobi-Yahudi yang kuat. Perlindungan terhadap kepentingan nasional Israel adalah salah satu penentu kebijakan luar negeri Amerika Serikat. Hal ini

didukung oleh kongres dan partai politik di Amerika Serikat. Kelompok Evangelis atau Kristen Kulit Putih Fundamentalis yang fanatik juga mendukung karena ambisinya dalam pendirian negara Israel. Penyebaran nilai-nilai demokrasi di kawasan Timur Tengah merupakan manuver politik Amerika Serikat guna melancarkan kepentingan-kepentingan lainnya di kawasan ini (Bachtiar, 2018).

Kepentingan kelima adalah bisnis penjualan senjata. Data yang dirilis oleh *Pentagon's Defense Security Cooperation Agency* menunjukkan bahwa Amerika Serikat telah menjual senjata dengan keuntungan US\$ 198 miliar sejak 2009. Sebanyak US\$ 115 miliar nya didapatkan dari penjualan senjata ke negara-negara Teluk Persia. Arab Saudi membeli 10% dari total ekspor senjata Amerika Serikat pada 2011-2015. Pada tahun 2015-2016, *Gulf Cooperation Council (GCC)* membeli senjata berupa helikopter dan armada laut canggih dan mesin penolak misil seharga UD\$ 33 miliar dengan alasan untuk mewaspadai kekuatan nuklir Iran dan kelompok ISIS serta kelompok pemberontak Houthi di Yaman (Bachtiar, 2018).

Berbagai kebijakan represif. Besarnya populasi muslim dunia dan berbagai kepentingan Amerika Serikat di negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim dunia tentu menjadi sebuah pertimbangan jika kemudian Amerika Serikat memiliki citra yang buruk di mata Dunia Islam. Amerika Serikat yang notabene nya merupakan negara adidaya, mau tidak mau dituntut untuk dapat menjaga citranya sebagai pemegang kekuasaan dan hegemoni (Jamil, 2017). Pelbagai kebijakan represif yang telah dilakukan Amerika Serikat kepada Dunia Islam, dipandang oleh masyarakat Dunia Islam menjadi

sangat buruk. Pandangan atau citra ini buruk ini tentu akan mempengaruhi hegemoni Amerika Serikat. Hal itu dikarenakan Amerika Serikat akan kehilangan kepercayaan dari 1,8 miliar jiwa masyarakat muslim dunia untuk melancarkan kepentingannya di bidang ekonomi, politik, dan militer.

Pesatnya perkembangan teknologi dalam perolehan informasi telah mengubah corak hubungan internasional di abad ke 21. Dalam beberapa tahun ke depan, lebih dari 2 miliar pengguna internet di dunia diproyeksikan akan berada di negara-negara berkembang. Negara-negara ini telah membuka pasar baru, pembuatan kebijakan teknologi baru, dan pandangan terhadap bentuk aktivitas sosial dan politik yang bersifat transnasional. Dengan pemanfaatan teknologi baru yang saling terhubung, *21st Century Statecraft* melengkapi alat kebijakan tradisional dengan instrumen ketatanegaraan yang baru dengan melakukan inovasi. *21st Century Statecraft* memiliki substansi nilai-nilai Amerika Serikat yang mengedepankan pasar, masyarakat, dan pemerintahan yang terbuka. (U.S. Departemen of State, 2010).

Menurut Kersaint dalam Fitriah dan Haryanto, pada dasarnya Amerika Serikat telah menjelaskan bahwa diplomasi digital *21st Century Statecraft* di kembangkan di bawah pemerintahan Presiden Obama dalam pengawasan Menlu Hillary Clinton. Ketika hari pertama menjabat sebagai Menteri Luar Negeri, Hillary Clinton mengungkapkan bahwa:

“Kami telah mengadaptasi pengelolaan negara kami dengan membentuk kembali pengembangan dan agenda diplomatik untuk mempertemukan tantangan lama dengan cara yang baru dan dengan menyebarkan aset inovasi terbaik Amerika. Ini

adalah 21st Century Statecraft: pelengkap bagi kebijakan luar negeri tradisional dengan instrumen yang telah diadaptasi dan diinovasi yang mampu memberikan pengaruh bagi jaringan, teknologi, dan demografi di dunia yang saling berhubungan” (Fitriah & Haryanto, 2017).

Untuk menyebarkan usaha dalam melakukan integrasi pemahaman teknologi ke dalam kerangka kerjanya, Clinton menggandeng Alec Ross yang merupakan *Senior Advisor for Innovation* yang bertanggung jawab dalam memaksimalkan potensi teknologi dalam tujuan dan perkembangan diplomatik Amerika Serikat. Alec Ross merupakan pendiri dari OneEconomy, sebuah organisasi yang berfokus untuk menanggulangi kesenjangan digital. Alec Ross bekerja untuk kampanye Presiden Obama dalam melakukan pengembangan pendekatan teknologi dan inovasi (DuPont, 2010a).

Komitmen Obama di hari pertamanya menjabat sebagai presiden yang di dalamnya menjelaskan bahwa teknologi Web 2.0 adalah kebutuhan yang lebih luas di berbagai komunitas di dunia. Komitmen ini direfleksikan dalam kebijakan *21st Century Statecraft* yang menjadi sebuah usaha dalam mengedepankan transparansi pemerintahan dan keterbukaan pemerintah di luar negeri dengan mengintegrasikan penggunaan teknologi dan diplomasi tradisional guna mendorong pemerintahan yang lebih transparan, partisipatif dan akuntabel (Fitriah & Haryanto, 2017).

Untuk lebih memahami kebijakan *21st Century Statecraft* duPont merangkum program-program yang telah dijalankan Obama melalui pemanfaatan teknologi informasi dan

komunikasi di Dunia Islam (DuPont, 2010b), antara lain:

1. *Nowruz Video*

Presiden Obama merilis video di YouTube secara langsung yang ditujukan bagi masyarakat dan pemimpin Iran pada perayaan tahun baru Nowruz. Dalam video tersebut, Obama menyinggung sejarah hubungan yang tidak harmonis antara Amerika Serikat dan Iran dan ia ingin adanya sebuah “awalan baru” bagi kedua negara. video ini telah ditonton oleh lebih dari 32.000 kali penayangan, termasuk ditonton oleh publik Iran;

2. *Swat Text*

Pasca kelompok Taliban merebut paksa Lembah Swat Pakistan di bulan Mei, Amerika Serikat telah memberikan sekitar US\$ 100 juta bantuan kemanusiaan kepada para pengungsi. Tidak berhenti di situ, Menlu Clinton kemudian mengajak masyarakat untuk ikut membantu dengan cara mengirim pesan “swat” dengan kode 20222 dari ponsel. Setiap pesan yang masuk, masyarakat Amerika secara otomatis mendonasikan US\$ 5 ke Badan Pengungsi PBB;

3. *Cairo Speech*

Segera pasca inisiatif *21st Century Statecraft* diperkenalkan, Presiden Obama memberikan pidatonya di Kairo pada Juni 2009. Pidato tersebut berisikan tentang

bagaimana hubungan Amerika Serikat dan masyarakat muslim di seluruh dunia. Pidato tersebut didistribusikan melalui sebuah video web yang diterjemahkan ke 14 bahasa yang digunakan di seluruh negara Dunia Islam dan telah ditayangkan oleh sekitar 8.000 kali (DuPont, 2010a);

4. *Twitter in Iran*

Pada bulan Juni pemerintah Iran yang mempunyai kontrol penuh pada media tradisional yang menyebabkan rakyat Iran menyebarkan seruan, gambar, dan video melalui *platform* Twitter untuk menentang adanya penindasan berupa kasus penculikan terhadap ribuan warga Iran yang menentang pemerintah. Departemen Luar Negeri Amerika Serikat memberikan bantuan atas tindakan tersebut sebagai upaya mendukung kebebasan informasi. Seperti yang diungkapkan oleh Jared Cohen yang bekerja sama dengan Alec Ross dengan menghubungi Jack Dorsey dari Twitter untuk tetap daring dan tidak membungkam demonstran di Iran. Twitter kemudian memilih waktu pagi hari untuk luring guna melakukan pemeliharaan jaringan ketimbang pada saat tengah hingga sore hari;

5. *Humari Awaz*

Menteri Luar Negeri Clinton pada pidatonya di Islamabad bulan Oktober

mengumumkan tentang dukungan Amerika dalam jaringan sosial berbasis ponsel di Pakistan. Jaringan ini bernama Humari Awaz yang berarti “suara kita” dalam bahasa Pakistan. Jaringan ini dapat diakses dengan kode pendek SMS gratis pada lima jaringan ponsel. Masyarakat Pakistan dapat memanfaatkan layanan jaringan ini untuk tujuan sosial, bisnis, media, pertanian dan lain sebagainya. Pemerintah Amerika Serikat akan membayar 24 juta pertama pesan yang dikirim melalui Humari Awaz. Program ini menemui kesuksesan secara singkat dengan setengah dari pesan gratis ini digunakan di minggu-minggu awal peluncuran.

6. *Addressing Afghans*

Hanya beberapa dari masyarakat Afghanistan yang memiliki akses TV atau akses internet dikarenakan penetrasi broadband hanya sekitar 2%, menanggapi hal tersebut Gedung Putih memanfaatkan bahwa hanya sekitar 30% dari masyarakat Afghanistan yang memiliki ponsel, dengan cara memotong video pidato Obama di bulan Desember yang ditujukan kepada rakyat Afghanistan menjadi hanya 45 detik yang telah disuluh suara dengan bahasa Arab, Pashto, dan empat bahasa lainnya di daerah.

Kebijakan *21st Century Statecraft* menjadi sebuah pendekatan

yang dilakukan Departemen Luar Negeri Amerika Serikat untuk dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi di era digital dalam menyebarkan nilai-nilai Amerika Serikat yang transparan dan terbuka. Kebijakan *21st Century Statecraft* merepresentasikan bagaimana Amerika Serikat mencoba mengubah pendekatan diplomasi tradisional dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan interaksi dengan publik internasional seluas mungkin dan mendapat tanggapan secara cepat melalui media sosial (Fitriah & Haryanto, 2017).

Dalam diplomasi publik Amerika Serikat, media sosial memperlihatkan signifikansi dalam praktiknya dan juga memberikan implikasi secara global tentang konsep diplomasi publik. Dalam tingkatan strategi dan praktiknya, internet dan platform teknologi seluler telah memaksa tentang apa yang digambarkan oleh Bruce Gregory dalam Hayden (2012) sebagai sebuah “tantangan” baru dalam diplomasi publik (Hayden, 2012). Seperti pada kebanyakan teknologi lainnya, tentu terdapat tantangan ganda dalam pemanfaatan platform media sosial. Media sosial dapat digunakan untuk menggalakkan perdamaian dan di saat yang sama dapat juga digunakan untuk perang dan kejahatan. Sebagai contoh media dapat menjadi medium rakyat dalam menyampaikan aspirasinya atas penindasan pemerintah seperti pada saat peristiwa *Arab Spring*. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi medium bagi kelompok-kelompok yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan ujaran kebencian untuk merusak tatanan masyarakat, seperti yang dilakukan oleh kelompok-kelompok ekstremis (Bjola, 2018).

Kehadiran media sosial telah memberikan perubahan ke pada ruang di mana diplomasi berkembang. Sebagai contoh, jika diplomasi adalah “seni dalam berkomunikasi”, Twitter dan media sosial lainnya menjadi platform baru untuk melakukan dialog antar negara, bukan hanya negara-ke-negara, tetapi negara-ke-orang, dan juga orang-ke-negara. Akan tetapi, teknologi ini tentu menjadi sebuah tantangan bagi diplomasi tradisional yang berjalan melalui jalur komunikasi formal. Saat ini, semakin banyak diplomat yang memanfaatkan Twitter untuk melakukan interaksi dengan rekanan mereka. Pertukaran informasi ini terjadi di muka khalayak global dan terbuka (Duncombe, 2017).

Presiden Obama adalah “presiden media sosial” pertama Amerika Serikat. Pada masa pemerintahannya, Obama memiliki akun Twitter resmi yang dikelola oleh Gedung Putih dengan *username* @POTUS. Melalui platform media sosial lain, seperti Facebook, Obama merupakan yang pertama kalinya melakukan siaran langsung melalui platform ini dari *Oval Office*, menjawab pertanyaan dari masyarakat melalui Youtube, serta merupakan presiden pertama yang menggunakan filter di Snapchat. Pada tahun 2009, pemerintah Amerika Serikat di bawah Obama, selain meluncurkan sebuah blog *WhiteHouse.gov*, pemerintah juga bergabung di platform lainnya diantaranya Facebook, Twitter, Flickr, Vimeo, iTunes, dan bahkan Myspace. Dua tahun setelahnya, di 2011 Gedung Putih meluncurkan sebuah platform yang memungkinkan masyarakat menulis petisi yang ditujukan kepada Gedung Putih bernama *We The People*. Empat tahun berselang, pada tahun 2015 Presiden Obama mengunggah *tweet* pertamanya di Twitter melalui akun @POTUS. Infrastruktur ini merupakan sebuah

aset untuk semua presiden di masa depan dan menjadi arsip milik rakyat Amerika Serikat (Schulman, 2016).

Melalui akun Twitter resmi @POTUS, Presiden Obama dapat dengan mudah untuk melakukan interaksi dengan masyarakat Amerika dengan *tweet* yang diunggah langsung olehnya. Presiden Obama berkomitmen untuk selalu mengedepankan transparansi dengan mempersilakan masyarakat Amerika untuk terlibat dalam setiap permasalahan yang mereka hadapi (Wall, 2015).

Akun Twitter resmi @POTUS selanjutnya akan digunakan oleh presiden Amerika Serikat ke 45 dan mulai berlaku pada 20 Januari 2017, pada dasarnya tetap memiliki pengikut yang sama akan tetapi *tweet* akan dimulai dari nol kembali. Akun baru @POTUS44 dibuat dan dikelola oleh *National Archives and Record Administration (NARA)* yang berisikan semua *tweet* dari Presiden Obama yang dapat diakses oleh publik (Schulman, 2016). Presiden Obama juga memiliki akun Twitter pribadi yaitu @BarackObama yang dibuat pada 2007.

Melalui media sosial, Presiden Obama mencoba berkomunikasi dengan masyarakat Amerika Serikat, dan lebih jauh berkomunikasi dengan dunia internasional. Melalui media sosial, menurut Ilan Manor, Amerika mencoba untuk melakukan *branding* atau pencitraan sebagai negara adidaya yang berkomitmen untuk menyelesaikan krisis melalui jalur diplomasi bukan dengan kekerasan. Ilan Manor mencoba menganalisis bahwa terdapat beberapa tema umum yang dilakukan Amerika Serikat melalui media sosial.

Pertama adalah tema *America's Moral Leadership*. Selama dekade awal abad 21, citra Amerika Serikat di dunia internasional terjun

bebas dengan berbagai catatan kelam seperti invasi ke Irak, dugaan kekerasan di penjara Teluk Guantanamo, dan penolakan Protokol Kyoto. Melalui media sosial, Amerika Serikat mencoba untuk mendapatkan kembali citranya sebagai pemimpin moral dunia. Beberapa kampanye dilakukan melalui media sosial seperti kampanye melalui tagar #ActOnClimate di Twitter sebagai upaya untuk mengatasi perubahan iklim. Kampanye ini dilakukan bekerja sama dengan pemerintah China untuk mendukung seruan Paus Fransiskus yang mendesak dunia untuk mengatasi ancaman perubahan iklim. Tema selanjutnya yang coba dibawa oleh Amerika Serikat adalah *Soft Power*. Tema "*Diplomacy First*" yang menjadi corak pemerintahan Obama, hal tersebut dibuktikan pada 2013 di mana fokus Amerika Serikat selalu mengedepankan dialog-dialog sebagai usahanya untuk memperbaiki citra Amerika Serikat di Dunia Islam ketimbang menggunakan kekuatan militer melalui akun resmi Twitternya. Sementara di tahun 2015, Amerika Serikat mulai menjadikan Asia sebagai fokus utama di mana pada tahun ini wilayah Asia menjadi yang paling sering disebutkan dalam *feeds* Twitter Departemen Luar Negeri (Manor, 2015).

Tema besar lainnya adalah untuk memperbaiki citra buruk Amerika Serikat di Dunia Islam. Setelah kemenangannya di tahun 2008, Presiden Obama mencoba untuk memperbaiki hubungan dengan Dunia Arab dan Dunia Islam. Seperti terlihat pada saat melakukan lawatan ke Kairo pada bulan Juni 2009, Presiden Obama menyatakan bahwa:

"I've come here to Cairo to seek a new beginning between the US and Muslims around the world, one based on mutual interest and mutual

respect, and one based upon the truth that America and Islam are not exclusive and need not be in competition"

Empat tahun berselang setelah Obama mencoba memulai memperbaiki hubungan dan citranya, Dunia Islam masih menjadi tujuan dalam kebijakan luar negeri Amerika Serikat. Hal ini dapat terlihat dari sampling yang dilakukan Ilan Manor dan Elad Segev pada tahun 2015, menemukan bahwa Timur Tengah merupakan yang paling sering disebut dalam akun Twitter resmi Departemen Luar Negeri Amerika Serikat, berbeda jauh jika dibandingkan dengan Eropa, Afrika, dan Asia/Pasifik. Hasil sampling ditemukan bahwa sekitar 18% dari seluruh *tweet* yang dianalisis, melibatkan negara-negara di kawasan Timur Tengah seperti Iran, Irak, Mesir, Lebanon, Yaman, dan Israel. Hal ini memunculkan sebuah kemungkinan upaya Amerika Serikat untuk mencitrakan komitmennya untuk membina hubungan baru dengan Dunia Arab dan Dunia Islam (Manor & Segev, 2015).

Melalui berbagai unggahan yang dilakukan Obama melalui akun Twitter resminya atau melalui media sosial lain seperti Instagram, Obama mencoba untuk melakukan interaksi dengan publik Dunia Islam sebagai komitmennya untuk kembali membangun hubungan baik dengan Dunia Islam. Seperti terlihat dalam *tweet* Presiden Obama pada 8 Juli 2013 di mana ia menyampaikan harapan agar masyarakat muslim di Amerika dan seluruh dunia dapat menjalankan bulan Ramadan dengan damai. *Tweet* tersebut di *retweet* oleh sekitar 32.419 orang dan mendapatkan 10.597 suka. Pada 17 Juli 2015, Presiden Obama juga menyampaikan ucapan hari raya Idul Fitri dari keluarganya untuk seluruh keluarga

muslim di dunia. Ucapan ini mendapatkan 4.831 *retweet* dan 7.130 suka oleh pengguna Twitter. Kedua *tweet* ini menggambarkan bahwa Obama juga turut bersimpati dengan ibadah di bulan Ramadan yang dilakukan masyarakat muslim di seluruh dunia. Selain melalui Twitter, laman Facebook resmi Departemen Luar Negeri Amerika Serikat juga mengunggah ucapan selamat hari raya Idul Adha dan mengucapkan selamat kepada umat muslim yang sedang melaksanakan ibadah Haji.

Selain menyampaikan simpati dengan masyarakat muslim di seluruh dunia melalui akun Twitter resmi Presiden Obama, upaya Amerika Serikat dalam memperbaiki pandangan masyarakat muslim terlihat dari *tweet* Menteri Luar Negeri Hillary Clinton. Clinton mengunggah *tweet* pada 19 November 2015 yang berisikan pesan bahwa Islam adalah agama yang damai dan tidak ada hubungannya dengan terorisme. *Tweet* ini telah 9.124 kali di *retweet* dan mendapatkan 7.284 suka. Clinton juga menyampaikan kepada masyarakat muslim Amerika Serikat bahwa Amerika Serikat adalah rumah bagi muslim Amerika dan ia menyatakan bahwa ia dan banyak warga Amerika lainnya bangga menjadi saudara muslim Amerika. *Tweet* ini mendapatkan 17.533 *retweet* dengan 36.053 suka.

Selain melakukan interaksi dengan publik melalui Twitter, Amerika Serikat juga mengunggah berbagai kegiatan kunjungan kenegaraan di negara-negara Islam melalui Instagram. Pada 27 April 2014, Wakil Menteri Luar Negeri John Kerry mengambil alih akun Instagram resmi dari Departemen Luar Negeri @statedept untuk melakukan unggahan *update* tentang lawatannya ke Malaysia. Kerry mengunggah gambar dirinya yang sedang

didampingi pemandu di Masjid Jamek Kuala Lumpur. Ia juga mengunggah gambar saat berada di Islamic Museum Kuala Lumpur di mana pemandu sedang menunjukkan manuskrip Islam di Malaysia. Pada saat melakukan lawatan ke Djibouti, Wakil Menlu Kerry juga mengunggah gambar saat ia berbincang dengan sekelompok wanita muda di Masjid Salman. Ia juga menambahkan keterangan bahwa jam dinding yang menjadi latar belakang foto tersebut menunjukkan lima waktu salat. Kunjungan wakil Menteri Kerry di Kazakhstan juga di unggah dalam akun Instagram resmi @statedept. Unggahan itu berisi interior dari Masjid Hazrat Sultan yang ada di negara tersebut. Hal yang sama juga dilakukan ketika Wakil Menlu Kerry melakukan lawatan ke Abu Dhabi di mana ia mengunggah dirinya sedang membelakangi kamera dan melihat cermin air di sisi Masjid Agung Sheikh Zayed.

Melalui berbagai unggahan tentang Dunia Islam di media sosial, pemerintah Amerika Serikat mencoba berinteraksi dengan masyarakat muslim di seluruh dunia menunjukkan bahwa komitmen Obama sebagai Presiden Amerika Serikat untuk membangun kembali citranya di Dunia Islam yang sebelumnya memburuk akibat berbagai kebijakan represif Bush. Berbagai unggahan media sosial yang berhubungan dengan Dunia Islam seperti yang telah disebutkan sebelumnya, membuktikan fakta bahwa pencitraan Amerika Serikat pada era Obama merupakan bagian dari upaya guna menunjukkan kemampuannya untuk terlibat dengan negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim di seluruh dunia (Manor, 2017).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Pew Research Center pada tahun 2009, citra Amerika

Serikat menunjukkan sebuah peningkatan di sebagian besar negara-negara di dunia yang merefleksikan kepercayaan global terhadap Barack Obama. Walaupun peningkatan paling signifikan terjadi di Eropa, tetapi negara-negara kawasan Asia, Afrika, dan Amerika Latin juga menjadi lebih positif jika dibandingkan dengan era Bush. Di negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim, citra Amerika Serikat juga mengalami peningkatan. Survei yang dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas responden di negara dengan penduduk mayoritas muslim mengatakan bahwa Obama dapat melakukan hal yang benar dalam urusan internasional. Peningkatan kepercayaan di Mesir dan Yordania terbilang cukup besar yaitu masing-masing 42% dan 31% yang mana ini merupakan tiga kali lipat dibandingkan dengan masa Presiden Bush di tahun 2008. Meskipun di Pakistan dan Palestina citra baik Amerika Serikat naik tidak terlalu signifikan, tetapi lebih baik jika dibandingkan dengan era Bush (Pew Research Center, 2009a).

IV. Kesimpulan

Akibat kebijakan-kebijakan represif era George W. Bush telah membuat citra Amerika Serikat terjun bebas dengan meningkatnya anti-Amerika di negara-negara Dunia Islam dan menurunnya tingkat kepercayaan publik internasional kepada Amerika Serikat sebagai negara yang banyak memberikan dampak positif. Berbagai kebijakan represif era Bush di beberapa negara muslim tentu sangat melukai muslim di seluruh dunia. Respons dari negara-negara dengan penduduk muslim besar di dunia akibat dari kebijakan represif di era Bush tercermin dari pernyataan sikap para petinggi negara-negara di Dunia Islam. Besarnya populasi muslim dunia dan kepentingan Amerika Serikat dalam

kontestasi ekonomi, politik, militer, dan hegemoni, menyebabkan urgensi perbaikan citra di dunia Islam muncul. Amerika Serikat di bawah kepemimpinan Barack Husein Obama mencoba membawa perubahan dalam diplomasi dan politik luar negeri Amerika Serikat. Pergeseran corak politik luar negeri ini terlihat ketika Obama lebih menekankan diplomasi dan dialog-dialog sebagai usahanya untuk memperbaiki citra Amerika Serikat di Dunia Islam ketimbang menggunakan kekuatan militer.

Munculnya perkembangan teknologi digital dewasa ini telah membuat percepatan laju pertukaran informasi, dan interaksi sosial. Dengan adanya teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih, penyampaian informasi menjadi lebih mudah dan tanpa batas. Kebutuhan perolehan informasi dan komunikasi menghasilkan berbagai platform media sosial; Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, yang bertujuan untuk memudahkan hubungan dalam saling berbagi hal antar individu. Perkembangan ini mempengaruhi perilaku negara dalam pelaksanaan usaha mencapai kepentingan nasional, melalui praktik diplomasi. Obama kemudian mencoba memanfaatkan perkembangan teknologi media digital dengan cara mengintegrasikan komunikasi digital ke dalam tugas-tugas aktor diplomatik. Hal ini guna melakukan peningkatan hubungan dan citra nasional dengan publik internasional khususnya publik Dunia Islam melalui inovasi digital diplomasi publik yang dikemas melalui kebijakan *21st Century Statecraft* dan juga penggunaan media sosial dalam kerangka konsep *eDiplomacy*.

eDiplomacy Amerika Serikat di Dunia Islam diimplementasikan melalui kebijakan *21st Century Statecraft* yang menjadi sebuah pendekatan yang dilakukan

Departemen Luar Negeri Amerika dengan program-program untuk perbaikan aktor diplomasi Amerika Serikat dan juga program yang menyasar publik Dunia Islam. Dalam internal Departemen Luar Negeri, Amerika Serikat mendorong para aktor diplomatik untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial dan internet untuk melakukan praktik diplomasi dan interaksi dengan publik mancanegara dengan tujuan menyebarkan nilai-nilai Amerika Serikat yang terbuka. Program-program dalam kebijakan *21st Century Statecraft* juga menyasar publik Dunia Islam di antaranya *Nowruz Video*, *Swat text*, *Cairo Speech*, *Twitter in Iran*, *Humari Awaz*, dan *Adressing Afghans*.

Implementasi *eDiplomacy* lainnya adalah dengan penggunaan media sosial Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, guna berinteraksi dengan publik Dunia Islam. Presiden Obama merupakan “presiden media sosial” pertama Amerika Serikat. Pada masa pemerintahannya, Obama memiliki akun Twitter resmi yang dikelola oleh Gedung Putih dengan *username* @POTUS. Selain itu, Obama juga memiliki akun Twitter resmi pribadinya. Melalui Instagram, Amerika Serikat memiliki akun dengan *usernmae* @statedept. Media sosial dimanfaatkan untuk melakukan interaksi dan komunikasi dua arah dengan publik internasional khususnya publik Dunia Islam. Interaksi tersebut terlihat dari berbagai unggahan yang menunjukkan simpati Obama sebagai pemimpin Amerika Serikat untuk menarik perhatian publik Dunia Islam yang bertujuan untuk memperbaiki citranya.

Berdasarkan data-data yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa penerapan *eDiplomacy* merupakan strategi Amerika Serikat era presiden Barack Obama untuk memperbaiki

citranya di Dunia Islam melalui kebijakan *21st Century Statecraft* dan pemanfaatan media sosial. Hal ini dibuktikan pada penjelasan penulis dalam bab IV bahwa Amerika Serikat mencoba melakukan integrasi antara perkembangan media digital dan pendekatan diplomasi tradisional untuk memperbaiki citranya di Dunia Islam. Interaksi yang dilakukan melalui media sosial terbilang cukup efektif dibuktikan dengan banyaknya interaksi berupa *retweet* dan fitur suka pada unggahan di Twitter dan Instagram. Hal ini mengindikasikan bahwa, walaupun tidak seluruhnya, terdapat potensi peningkatan opini publik Dunia Islam terhadap Amerika Serikat. Akhir kata *eDiplomacy* merupakan sebuah strategi baru diplomasi publik Amerika Serikat yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang politik luar negeri Amerika Serikat.

Daftar Pustaka

Buku cetak:

- Berridge, G. R., & James, A. (2003). *A Dictionary of Diplomacy* (2nd ed.). New York: Palgrave Macmillan.
- Burchill, S., & Linklater, A. (2012). *Teori-Teori Hubungan Internasional*. (A. Kundori, Penyunt., & M. Sobirin, Penerj.) Bandung: Nusa Media.
- Cipto, B. (2007). *Politik & Pemerintahan Amerika*. (B. Nh., Penyunt.) Yogyakarta: Lingkaran Buku.
- Coplin, W. D. (2003). *Pengantar Politik Internasional Suatu Telaah Teoretis*. Bandung: Sinar Baru Algesindo .
- Jackson, R., & Sorensen, G. (2014). *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. (Kamdani, R. Kusmini, Penyunt., P. Suyatiman,

& D. Suryadipura, Penerj.)
Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Jatmika, S. (2016). *Skripsi: Metodologi & Romantikanya*. Yogyakarta: Samudra Biru.

_____. (2010). *Masalah-Masalah Dunia Islam* (1st ed.). Yogyakarta: Program Studi HI UMY.

Mas'ood, M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi* (2 ed.). Jakarta: LP3ES.

Roy, S. L. (1991). *Diplomasi* (Cet. 1 ed.). Jakarta: Rajawali Pers.

Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.

Zakaria, F. (2015). *The Post American World: Gejolak Dunia Pasca-Kekuasaan Amerika*. Bandung: Mizan Media Utama.

Buku elektronik:

Burchill, S., Linklater, A., Richard, D., Donnelly, J., Paterson, M., Reus-Smith, C., & True, J. (2005). *Theories of International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.

Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (1st ed.). London and New York: Routledge.

Mukti, T. A. (2013). *Paradiplomacy Kerjasama Luar Negeri Oleh Pemda Di Indonesia* (A. Sahide, Ed.). Retrieved from <http://thesis.umy.ac.id/datapubliknontesis/EBUMY8286.pdf>

Sandre, A. (2013). *Twitter for Diplomats* (M. Murphy, Ed.). Geneva: DiploFoundation and Instituto Diplomatico.

Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. In J. Melissen (Ed.), *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (1st ed., pp. 3–23). https://doi.org/10.1057/9780230554931_7

Pamment, J. (2013). *New Public Diplomacy in the 21st Century: A Comparative Study of Policy and Practice*. New York: Routledge.

Tuch, H. N. (1990). *Communicating With the Worlds*. New York: St. Martin Press.

Jurnal elektronik:

Bachtiar, H. (2018, May). Kepentingan Amerika di Timur Tengah. *Suara Muhammadiyah*, 56–57. Retrieved from https://www.academia.edu/37733073/Kepentingan_Amerika_di_Timur_Tengah

Bjola, C. (2018). Diplomacy in the digital age. *Elcano Royal Institute*, (October), 1–8.

Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (1st ed.). London and New York: Routledge.

Byers, M. (2015). International and Comparative Law Quarterly and Comparative Law Quarterly : Terrorism , The use of Force and International Law After 11 September. *Cambridge Journals*, 51(02), 401–414.

- <https://doi.org/10.1093/iclq/51.2.401>
- Duncombe, C. (2017). Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran–US relations. *International Affairs*, 93(3), 545–562. <https://doi.org/10.1093/ia/iix048>
- DuPont, S. (2010a). Connection Technologies in U . S . Foreign Policy. *The New Policy Institute*.
- Dwikardana, S., Djelantik, S., & Triwibowo, A. (2017). *Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital : Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia*. (2014330012).
- Effendi, T. D. (2008). *E-Diplomacy Sebagai Sarana Promosi Potensi Daerah kepada Dunia Internasional E-Diplomacy Sebagai Sarana Promosi Potensi Daerah*. (1), 56–68.
- Fitriah, P. A., & Haryanto, A. (2017). 21st Century Statecraft: Diplomasi Digital Amerika Serikat Era Presiden Obama. *JIPSi*, VII(2), 257–267.
- Hayden, C. (2012). Social Media at State: Power, Practice, and Conceptual Limits for US Public Diplomacy. *Global Media Journal*, 1–21.
- Jamil, A. H. (2017). Kebijakan Luar Negeri Amerika Serikat Terhadap Counter Terrorism Pada Masa Kepemimpinan Obama. *JOM*, 4(2), 1–17. Retrieved from https://jom.unri.ac.id/index.php/JOM_FSIP/article/view/14804
- Jiang, X. (2013). U . S . Internet Diplomacy on China. *Aalborg University*.
- Kedang, A. Y. (2017). Internasionalisasi dan Internalisasi Wacana War on Terror. *Jurnal Sospol*, 3(2), 21–42. Retrieved from <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/sospol/article/view/4883/4972>
- Khalik, S. (2015). Sejarah Perkembangan Islam di Amerika. *Al-Daulah*, 4(2), 312–326.
- Kostakopoulou, D. (2008). How to do Things with Security Post 9/11. *Oxford Journal of Legal Studies*, 28(2), 317–342.
- Kuźniar, E., & Filimoniuk, N. (2018). E-Diplomacy on Twitter. International Comparison of Strategies and Effectivity. *Social Communication*, 3(2), 34–41. <https://doi.org/10.1515/sc-2017-0010>
- Manor, I. (2015). *America’s Selfie: One Year Later*. Retrieved from <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/americas-selfie-one-year-later>
- _____. (2017). America’s Selfie – Three Years Later. *Place Branding and Public Diplomacy*, (October). <https://doi.org/10.1057/s41254-017-0060-z>
- _____. (2018). *The Digitalization of Diplomacy : Toward Clarification of a Fractured Terminology*. Retrieved from <http://www.qeh.ox.ac.uk/sites/www.ox.ac.uk/files/DigDiploROxWP2.pdf>
- Manor, I., & Segev, E. (2015). America ’ s Selfie : How the US Portrays Itself on its Social Media Accounts. *Researchgate*, (JANUARY). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/276352850_America’s_Selfie_How_the_US_Portrays_Itself_on_its_Social_Media_Accounts
- Marbun, J. (2013, November 24). Mohammed III: Kepala Negara Pertama Akui Kemerdekaan Amerika Serikat. *Khazanah*. Retrieved from

- <https://www.republika.co.id/berita/du-nia-islam/islam-mancanegara/13/11/24/mwr1r7-mohammed-iii-kepala-negara-pertama-akui-kemerdekaan-amerika-serikat>
- Milia, J. (2015). Kebijakan LuarNegeri Amerika Serikat terhadap Kelompok Terorisme Al-qaeda pada Masa Pemerintahan Barack Obama. *Jom FISIP*, 02(02), 1–15. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/32281-ID-kebijakan-luarnegeri-amerika-serikat-terhadap-kelompok-terorisme-al-qaeda-pada-m.pdf>
- Rigalt, A. C. (2017). Diplomacy 3.0: from digital communication to digital diplomacy. *JUNE*, (9). Retrieved from http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/2017_ ANALISIS_9 ENG.pdf
- Triwahyuni, D. (2011). Signifikansi Kawasan Asia Tenggara Dalam Kepentingan Amerika Serikat. *Majalah Ilmiah Unikom: Bidang Sosial Politik*, 9(1), 33–42. Retrieved from <https://jurnal.unikom.ac.id/jurnal/signififikasi-kawasan-asia.y>
- Yusran. (2010). *Telaah Doktrin Bush dan Obama Dalam Konteks Studi Amerika dan Dunia* (Universitas Budi Luhur). Retrieved from <http://fisip.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2010/04/Amerika-Dunia-by-Yusran.pdf>
- Zaharna, R. S. (2009). Obama, U.S. Public Diplomacy and the Islamic World. *World Politics Review*.
- Online report:**
- Broadcasting Board of Governors. (2008). *BBG 2008 Annual Report*. Washington D.C.
- _____. (2017). *FY 2017 Performance and Accountability Report*. Washington D.C.
- Chodkowski, W. M. (2012). The United States Information Agency. In *American Security Project*. New York.
- Departement of State of USA. (2010). *Leading Through Civilian Power: The first Quadrennial Diplomacy and development review*. Washington D.C.
- Kedutaan Besar dan Konsulat AS di Indonesia. (2017). *Laporan Kebebasan Beragama Internasional 2017*. Retrieved from <https://id.usembassy.gov/id/our-relationship-id/official-reports-id/laporan-kebebasan-beragama-internasional-2017/>
- Lipka, M. (2017). Muslims and Islam: Key findings in the U.S. and around the world. Retrieved November 13, 2019, from Pew Research Center website: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>
- Mohamed, B. (2016). A New Estimate of the U.S. Muslim Population. Retrieved from Pew Research Center website: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/01/06/a-new-estimate-of-the-u-s-muslim-population/>
- Pew Research Center. (2009b). *MAPPING THE GLOBAL MUSLIM POPULATION*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/7/2009/10/Muslimpopulation.pdf>

Policy Coordinating Committee. (2007). *U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication*. Washington D.C.

The New York Times. (2002). *Full Text: Bush's National Security Strategy*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2002/09/20/politics/full-text-bushs-national-security-strategy.html>

Artikel daring

Fadly. (2007). Polling BBC: Citra Negara AS di Mata Dunia Bertambah Buruk. Retrieved November 6, 2019, from Arrahmah.com website: <https://www.arahmah.com/2007/01/24/polling-bbc-citra-negara-as-di-mata-dunia-bertambah-buruk/>

Jakarta Islamic Centre. (2018). Dari Sejarah Sampai Hikmah 9/11, Begini Geliat Dakwah Islam di Negeri Paman Sam. Retrieved from Khazanah Islam website: <http://islamic-center.or.id/publik/dari-sejarah-sampai-hikmah-911-begini-geliat-dakwah-islam-di-negeri-paman-sam/>

Sari, M. I. P. (2012). *Kepentingan Amerika Serikat di Asia tenggara*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/megaindah/552c70f56ea834860b8b4647/kepentingan-as-di-asia-tenggara>

Tempo.co. (2003, August 1). Indonesia kecam Serangan AS ke Irak. Retrieved November 15, 2019, from Tempo website: <https://nasional.tempo.co/read/6900/indonesia-kecam-serangan-as-ke-irak>

Republika.co.id. (2009). Islam di Negeri Paman Sam Tumbuh Meluas di Tengah Badai. *Khazanah*. Retrieved from <https://www.republika.co.id/berita/du>

nia-islam/islammancanegara/09/04/06/42323-islam-di-negeri-paman-sam-tumbuhmeluas-di-tengah-badai

Situs web resmi

DuPont, S. (2010b). Reflections on 21st Century Statecraft. Retrieved November 25, 2019, from NDN website: <https://www.ndn.org/blog/2010/01/reflections-21st-century-statecraft>

Global Security. (2011). Attacking Iraq - International Reaction. Retrieved November 15, 2019, from Globalsecurity.org website: <https://www.globalsecurity.org/military/ops/iraq-view.htm>

Hizbut Tahrir Indonesia. (2010). Obama Perpanjang UU Patriot. Retrieved November 4, 2019, from <https://hizbut-tahrir.or.id/2010/03/01/obamaperpanjang-uu-patriot>

Neunmann, C. E. (n.d.). Committee on Public Information. Retrieved November 19, 2019, from The First Amendment Encyclopedia website: <https://www.mtsu.edu/first-amendment/article/1179/committee-on-public-information>

PDAA. (n.d.). About U.S. Public Diplomacy. Retrieved April 26, 2019, from PDAA's Officials Web website: http://pdaa.publicdiplomacy.org/?page_id=6

Schulman, K. (2016). The Digital Transition: How The Presidential Transition in the Social Media Age. Retrieved November 25, 2019, from The White House: President Barrack Obama website: <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2016/10/31/digital-transition-how-presidential-transition-works->

social-media-age

- Sparaco, L. (2012). June 13, 1942: The Office of War Information is Created. Retrieved November 19, 2019, from The National WWII Museum New Orleans website: <http://www.nww2m.com/2012/06/june-13-1942-the-office-of-war-information-is-created/>
- Susetyo, B. (2008). Peranan Diplomasi Publik. Retrieved from Ditpolkom Bappenas website: [http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Artikel/062_Peranan_Diplomasi_Publik_\(18_Desember_2008\).pdf](http://ditpolkom.bappenas.go.id/basedir/Artikel/062_Peranan_Diplomasi_Publik_(18_Desember_2008).pdf)
- U.S. Departemen of State. (2009a). Introduction. Retrieved November 22, 2019, from U.S. Departemen of State's Official Website website: <https://2009-2017.state.gov/m/irm/itplan/264053.htm>
- _____. (2009b). IRM's Office of eDiplomacy. Retrieved November 22, 2019, from U.S. Departemen of State's Official Website website: <https://2009-2017.state.gov/m/irm/ediplomacy/index.htm>
- _____. (2010). 21st Century Statecraft. Retrieved April 10, 2019, from U.S. Departemen of State's Official Website website: <https://2009-2017.state.gov/statecraft/overview/index.htm>
- U.S. National Archives and Records Administration. (2017). Record of the United States Information Agency (RG 306). Retrieved November 20, 2019, from U.S. National Archives and Records Administration official web website: <https://www.archives.gov/research/foreign-policy/related-records/rg-306>
- Wall, A. (2015). Introducing @POTUS: President Obama's Twitter Account. Retrieved November 16, 2109, from The White House: President Barrack Obama2 website: <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2015/05/17/introducing-potus-presidents-official-twitter-account>