

BAB III

DIPLOMASI PUBLIK AMERIKA SERIKAT DAN PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

Dalam bab ini, penulis akan membahas perkembangan diplomasi publik yang dilakukan oleh Amerika Serikat. Terbagi menjadi dua sub bab, pembahasan akan dimulai dari bagaimana Amerika Serikat memanfaatkan diplomasi publik untuk menyebarkan nilai-nilainya. Dalam sub bab ini dijelaskan sejarah diplomasi publik Amerika Serikat dan juga mengapa diplomasi publik menjadi penting. Selain itu akan dibahas diplomasi publik era presiden Bush yang notabeneanya ketika ia memerintah, menggunakan *hard power* dalam kebijakannya di Dunia Islam yang mempengaruhi citranya di Dunia Islam. Sub bab kedua akan dibahas bagaimana pengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam dinamika diplomasi publik Amerika Serikat. Lebih lanjut, pembahasan pada sub bab kedua akan membahas tentang bagaimana perkembangan media digital dapat berpengaruh pada proses diplomasi dan pemanfaatan media digital dalam melakukan diplomasi publik Amerika Serikat.

A. Diplomasi Publik Amerika Serikat

Pasca Perang Dunia pertama ada semacam perubahan dalam mengimplementasikan adanya diplomasi. Sebelum Perang Dunia I, para akademisi biasa menyebut istilah ini sebagai Diplomasi Lama atau Tradisional atau Diplomasi Rahasia. Terjadinya perubahan dari Diplomasi Tradisional menjadi Diplomasi Terbuka, pada dasarnya tetap mengedepankan prinsip-prinsip dan tujuan dari diplomasi, hanya saja yang membedakan adalah bagaimana metode dan juga teknik dalam berdiplomasi itu sendiri. Adanya sebuah inovasi-inovasi baru dalam mencapai tujuan diplomasi, memunculkan sebuah konsep baru yaitu Diplomasi Terbuka atau Diplomasi Publik. Diplomasi baru yang lebih mengedepankan keterbukaan ini diyakini akan

lebih membantu dalam pemeliharaan perdamaian dan keharmonisan internasional (Roy, 1991, hal. 79).

Woodrow Wilson yang mana merupakan presiden Amerika Serikat ke 28 disebut-sebut sebagai Bapak Pembaharu dalam dunia diplomasi. Menurut Nicholson dalam Roy (1991), Presiden Wilson memperkenalkan teknik-teknik diplomasi yang sangat berbeda dengan Diplomasi Lama. Menurut pandangan Wilson, terdapat tiga gagasan utama, di mana diplomasi harus terbuka dalam artian tidak ada perjanjian rahasia, selanjutnya negosiasi harus dilakukan terbuka, dan yang terakhir adalah tidak adanya kegiatan negosiasi dibalik layar ketika perjanjian sudah tercapai. Seperti yang disampaikan oleh Wilson “Perjanjian damai yang terbuka yang dicapai secara terbuka tidak boleh diikuti dengan pengertian (*understanding*) internasional secara tersendiri dalam bentuk apa pun, tetapi diplomasi harus berlangsung secara terbuka dan diketahui umum” (Roy, 1991, hal. 79).

Dapat dikatakan sejak era Wilson, kebijakan Amerika Serikat dalam hal aktivitas diplomasi mulai banyak mengedepankan diplomasi yang terbuka atau diplomasi publik guna memberikan pemahaman masyarakat internasional. Kebijakan-kebijakan Amerika Serikat dalam diplomasi publik sejak Perang Dunia I antara lain:

1. *Committee on Public Information*

Committee on Public Information (CPI) merupakan sebuah badan Amerika Serikat untuk melakukan propaganda. Presiden Woodrow Wilson membentuk CPI pada April 1917 sesuai dengan *Executive Order 2594* sebagai untuk menanggapi bergabungnya Amerika Serikat dalam Perang Dunia I. Hal ini perlu dilakukan guna memobilisasi opini publik di balik berbagai upaya perang dengan bentuk komunikasi masa yang tersedia pada saat itu. Satu bagian CPI berkoordinasi dengan luar negeri, bagian lain mengawasi urusan domestik. Bagian domestik terdiri dari berbagai biro yang memiliki target dari berbagai kalangan masyarakat, termasuk di dalamnya kelompok buruh, wanita, industrialis, petani, dan para imigran. CPI

memastikan bahwa setiap warga negara Amerika Serikat dari berbagai kalangan itu turut serta dalam upaya perang (Neunmann, n.d.).

Committee on Public Information (CPI) juga dikenal sebagai *Creel Committee*. George Creel merupakan orang yang pertama menjabat sebagai agensi propaganda berskala besar pertama dari pemerintah Amerika Serikat. Creel merupakan mantan jurnalis surat kabar Amerika Serikat yang memiliki fokus pada *targeted-news* atau berita yang ditargetkan. Creel mengestimasi bahwa divisi berita dalam CPI menempatkan materi dalam 20.000 kolom surat kabar setiap minggu selama perang berlangsung. Selama kurun waktu Mei 1917 hingga Maret 1919, CPI telah menerbitkan buletin resmi yang dibagikan secara gratis kepada para pejabat publik, surat kabar, kantor pos dan agen-agen lainnya untuk memberikan informasi pernyataan resmi pemerintah (Neunmann, n.d.).

CPI melibatkan Guy Stanton Ford, seorang profesor sejarah University of Minnesota, untuk melegitimasi secara intelektual keterlibatan Amerika Serikat dalam Perang Dunia. Ford memimpin divisi publikasi sipil *dan* pendidikan di mana ia menerbitkan lebih dari 100 judul yang menggambarkan tujuan Amerika Serikat, menuduh militerisme yang dilakukan Jerman, mempromosikan kekuasaan presiden dalam hubungan internasional, mengabarkan kepada warga Amerika Serikat tentang apa yang dapat mereka bantu dalam usaha untuk mempercepat kemenangan dalam hal dukungan sponsor. Buletin yang di keluarkan oleh CPI juga menerbitkan gambar-gambar dan poster-poster perang yang eksplisit atau tanpa sensor guna menjelek-jelekkan militer Jerman melalui divisi publikasi dan divisi iklan (Neunmann, n.d.).

Secara singkat, CPI dapat disimpulkan bertujuan untuk memberikan propaganda informasi kepada masyarakat tentang *keterlibatan* Amerika Serikat dalam Perang Dunia. CPI kemudian dibubarkan pada tahun 1919 karena banyak warga Amerika Serikat menilai CPI terlalu melebihi lebihkan dalam menjual berita dan menciptakan sebuah iklim yang

menekan perbedaan pendapat. Selain itu, CPI membuat bias antara mana kepentingan nasional dan mana kepentingan Wilson sebagai seorang individu (Neunmann, n.d.).

2. *Office of War Information (OWI)*

Presiden Franklin D. Roosevelt membentuk *Office of War Information (OWI)* pada 13 Juni 1942 sebagai pembaruan dari kebijakan *Committee on Public Information*. Secara garis besar, CPI dan OWI memiliki peran yang tak berbeda jauh. OWI bertujuan untuk memusatkan layanan informasi dan komunikasi pemerintah Amerika Serikat tentang perang kepada publik. OWI memproduksi serta mendistribusikan berbagai poster, buklet, foto, acara radio serta film yang dirancang *guna* menggugah rasa patriotisme warga Amerika Serikat, dan juga mengendalikan semua informasi tentang keterlibatan Amerika Serikat dalam Perang (Sparaco, 2012).

Semua informasi terkait perang yang melibatkan Amerika Serikat dikendalikan oleh OWI guna menciptakan propaganda. Berbeda dengan CPI, gambar dan laporan berita yang dikeluarkan oleh OWI telah melalui penyensoran. Selanjutnya, propaganda yang telah disetujui oleh pemerintah akan disiarkan melalui film, radio, dan iklan. Bersamaan dengan itu, seluruh informasi negatif terkait perang yang berpotensi untuk merusak citra Amerika Serikat dihilangkan dari konsumsi publik (Sparaco, 2012).

OWI yang saat itu dipimpin oleh Elmer Davis pada 1942 mengatakan bahwa lebih mudah untuk melakukan propaganda melalui media gambar dan hiburan seperti program radio, saluran berita, dan film, karena melalui itu orang-orang tidak menyadari bahwa mereka sedang dipropaganda. Lebih lanjut, OWI tidak hanya memberikan informasi pada warga Amerika Serikat, tetapi kepada pasukan musuh di Eropa dan Pasifik melalui leaflet, surat kabar, dan majalah-majalah berbahasa asing. Berbagai media tersebut dimanfaatkan guna melemahkan semangat tentara musuh sehingga mereka terdorong untuk menyerah. Salah satu divisi dalam OWI yaitu *The Psychological Warfare*

Division yang bekerja sama dengan *The Office of Strategic Services* juga turut mendistribusikan berbagai barang seperti sabun, korek api, perlengkapan jahit, dan paket benih, yang didalamnya mengandung pesan pro Amerika dan anti-Axis (Sparaco, 2012).

Pada tahun 1945, OWI kemudian dibubarkan karena Kongres Amerika Serikat tidak suka terhadap operasi yang dilakukan oleh OWI. Selain itu, banyak publik Amerika Serikat juga tidak menyadari bahwa sebenarnya mereka tidak hanya sedang benar-benar berperang di medan perang, tetapi juga di film-film dan juga majalah (Sparaco, 2012).

3. *United States Information Agency (USIA)*

Pada tahun 1948, di bawah pemerintahan Presiden Harry S. Truman, Amerika Serikat mengeluarkan sebuah kebijakan yaitu *Smith-Mundt Act 1948*. Kebijakan ini dirancang untuk memajukan pemahaman masyarakat internasional terhadap Amerika Serikat dan juga memperkuat adanya kerja sama internasional. Selanjutnya, *United States Information Agency (USIA)* beroperasi di bawah adanya kebijakan *Smith-Mundt Act of 1948*. USIA sendiri merupakan alat pemerintah dalam melakukan aktivitas diplomasi publik (Tuch, 1990).

USIA mulai beroperasi pada tahun 1953 di bawah masa pemerintahan Presiden Dwight D. Eisenhower. Dua peraturan utama yang berhubungan dengan kegiatan dari USIA sendiri adalah *Public Law 80-402, United States Information and Educational Exchange Act of 1948* yang juga dikenal sebagai *Smith-Mundt Act of 1948* dan *Public Law. 87-256, Mutual Educational and Cultural Exchange Act 1961* atau yang dikenal dengan *Fulbright-Hays Act*. Kedua kebijakan ini memadukan bermacam kegiatan pertukaran dalam hal pendidikan dan kebudayaan internasional serta memperluas kegiatan internasional lainnya. (U.S. National Archives and Records Administration, 2017).

USIA sendiri sebenarnya terbagi menjadi dua periode. Periode pertama pada tahun 1953 hingga 1978 dan periode

kedua berlangsung pada 1978 hingga 1999 saat terjadi reorganisasi dari USIA. Pada periode pertama, seperti yang dilaporkan oleh *U.S. National Archives and Records Administration* melalui situs web resminya, USIA memiliki beberapa kantor atau divisi dengan tugas masing-masing divisi yang berbeda antara lain:

a. *Agency Direction:*

- 1) *Office of the Director (I)*, bertugas untuk melakukan koordinasi antara USIA dengan publik dan Kongres;
- 2) *Office of Policy and Plans (IOP)*, bertanggungjawab atas segala perencanaan, bimbingan, serta evaluasi seluruh kegiatan USIA, IOP sendiri mengalami serangkaian perubahan nama akan tetapi secara garis besar tanggung jawab yang dijalankan sama;
- 3) *Office of Research (IOR)*, bertugas untuk melakukan penelitian tentang pendapat asing, melaporkan reaksi media, dan mengevaluasi serta melakukan analisa khusus. Sama seperti IOP, IOR juga mengalami serangkaian perubahan nama.

b. *Staff Offices*

- 1) *Office of Administration and Management (IOA)*, bertanggungjawab dalam mengatur administrasi secara keseluruhan dari USIA, termasuk di dalamnya rencana anggaran dan perencanaan darurat;
- 2) *Office of the General Counsel (IGC)*, bertanggungjawab untuk melakukan berbagai urusan hukum lembaga, penafsiran hukum lokal, hubungan kongres, serta kegiatan-kegiatan pembersihan hak;

c. *Media Services*

- 1) *Broadcasting Service (IBS)*, memegang peran dalam menangani operasi siaran USIA. Pada tahun 1958, kantor ini hanya bertugas sebatas pada kegiatan radio terutama *Voice of America (VOA)*. Pada awal beroperasinya USIA, *Assistant Director for Radio and Soviet Orbit (IBS)* bertanggung jawab tentang masalah penyiaran;

- 2) *Information Center Service (ICS)*, kantor ini bertanggungjawab untuk melakukan perencanaan, mengarahkan, dan melakukan dukungan kepada program USIA untuk penyebaran informasi ke luar negeri melalui pusat-pusat informasi dan perpustakaan, pusat binasional, distribusi buku dan publikasi lainnya, penerbitan buku terjemahan, pengajaran bahasa Inggris, program musik, pameran internasional, dan kegiatan lainnya;
- 3) *Motion Picture and Television Service (IMV)*, bertanggungjawab dalam mengorganisir program film dan siaran televisi untuk mendukung misi USIA;
- 4) *Press and Publications Service (IPS)*, bertanggungjawab dalam melakukan produksi dan menyediakan berbagai bahan *editorial*, majalah, pamflet, salinan publikasi pemerintah, melalui para profesional seperti fotografer dan kartunis;
- 5) *Office of Private Cooperation (IOC)*, melaksanakan program untuk merangsang, membimbing dan melakukan koordinasi untuk *mendapatkan* fasilitas dari lembaga dan kelompok non pemerintah untuk menyokong pencapaian tujuan program informasi internasional. IOC juga melakukan kerja sama dengan swasta seperti bisnis, industri, persaudaraan, dan nirlaba yang memiliki minat serta kemampuan dalam membantu menciptakan pemahaman di luar negeri tentang tujuan Amerika Serikat.

Pada tahun 1978, pemerintah mengeluarkan *Executive order 12048* melalui *Reorganization Plan No. 2* yang berisi penyatuan USIA dengan *Bureau of Educational Cultural Affairs of the Department of State* menjadi sebuah badan baru yaitu *U.S. International Communications Agency (USICA)*. Seiring berjalannya waktu pada tahun 1982 USIA kembali didirikan. Pada kurun waktu 1978 hingga 1999 beberapa kantor bagian dari USIA di antaranya:

a. *Leadership*

Office of the Director, bertugas memberikan arahan dan dukungan.

- b. *Staff of Office*
- 1) *Office of Congressional and Intergovernmental Affairs (CL)*, melakukan koordinasi interaksi lembaga dengan kongres dan pemerintah;
 - 2) *Office of Public Liaison (PL)*, melakukan pengarahan program urusan agensi publik dalam negeri;
 - 3) *Office of the General Counsel (GC)*, bertanggungjawab untuk melakukan urusan hukum badan tersebut, termasuk di dalamnya melakukan kegiatan pembebasan hak, penafsiran hukum lokal, perintah eksekutif, perjanjian internasional, menyiapkan rancangan undang-undang, dan mengelola *Beirut Agreement*;
 - 4) *Office of Research and Media reaction (R)*, bertanggungjawab dalam mempersiapkan studi tentang media dan opini publik luar negeri.
- c. *Major Programs*
- 1) *Internasional Broadcasting Bureau (B)*, bertanggungjawab mengoperasikan fasilitas penyiaran dan materi penyiaran program ke khalayak, termasuk di dalamnya *Voice of America (VOA)*, *WORLDNET Television and Film Service*, dan *the Office of Cuba broadcasting* (Radio Marti dan TV Marti);
 - 2) *Bureau of information (I)*, bertanggung dalam *mengembangkan* bahan editorial, publikasi, pameran, dan pendukung program lainnya untuk dipublikasikan ke luar negeri. Biro ini juga bertanggung jawab atas *Information Resource Centers, Foreign Press Centers, and the Speaker and Specialist Program*;
 - 3) *Bureau of Manangement (M)*, biro ini bertugas untuk menyediakan layanan dan dukungan untuk seluruh agensi atau biro, termasuk di dalamnya anggaran, keuangan, personel, keamanan, pelatihan, dan administrasi;

- 4) *Bureau of Educational and Cultural Affairs (E)*, melakukan pengelolaan kegiatan pertukaran dan budaya *pemerintah* dibawah otoritas *Fullbright-Hays Act* dan disokong oleh *Cultural Property Advisory Committee*

USIA kemudian berhenti beroperasi pada tahun 1999 di bawah pemerintahan Presiden Bill Clinton sebagai implementasi dari Undang-undang Reformasi dan Restrukturisasi Luar Negeri di tahun 1998. Undang-undang ini di rancang untuk mengkonsolidasikan misi USIA dan *Arms Control and Disarmament Agency (ACDA)* (Chodkowski, 2012).

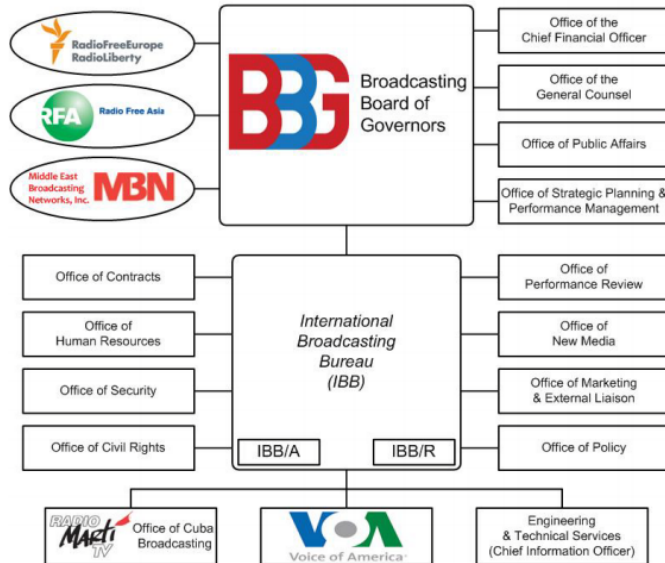
4. **Broadcasting Board of Government (BBG)**

Pasca dibubarkannya USIA pada tahun 1999, tanggung jawab yang sebelumnya diemban oleh USIA dibagi kepada dua lembaga pemerintah. Fungsi penyiaran Amerika Serikat diserahkan kepada *Broadcasting Board Of Governors (BBG)* dan fungsi pertukaran informasi diserahkan kepada Urusan Diplomasi Publik Departemen Luar Negeri (Chodkowski, 2012).

BBG sebagai penanggung jawab dari fungsi penyiaran, secara independen berdiri di bawah undang-undang 1998 yang bertugas untuk melakukan penyiaran internasional nonmiliter dari pemerintah federal Amerika Serikat. Dalam melaksanakan kontrol media dan kegiatan fungsi penyiaran lainnya, BBG berkoordinasi dengan biro di bawahnya yaitu Biro Penyiaran Internasional (IBB) serta lima satuan kerja lainnya di antaranya *Voice of America (VoA)*, *Office of Cuba Broadcasting (OCB)*, *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)*, *Radio/TV Marti (RM)*, *Radio Free Asia (RFA)*, dan *Middle East Broadcasting Networks (MBN)* (Chodkowski, 2012). VoA dan OCB merupakan bagian dari pemerintah federal Amerika Serikat, sedangkan RFE/RL, RFA, dan MBN dikelola sebagai perusahaan nirlaba swasta (*Broadcasting Board of Governors*, 2017).

BBG memiliki misi besar untuk menginformasikan, terlibat, dan terhubung langsung oleh masyarakat di seluruh dunia untuk mendukung kebebasan dan demokrasi. Untuk mendukung misi ini BBG menggunakan program media internasionalnya yang berdasarkan standar dan prinsip Internasional Undang-undang Penyiaran tahun 1994. Terdapat sekitar 278 juta orang di seluruh dunia yang mengonsumsi program yang disiarkan oleh BBG melalui televisi, radio, dan internet (Broadcasting Board of Governors, 2017).

Broadcasting Board of Governors



Gambar 3. 1 Struktur organisasi BBG

Sumber: Fiscal Year 2009 Performance and Accountability Report, BBG

Pada masa pemerintahan Presiden Bush yang diawali dengan peristiwa serangan 9/11 ke gedung WTC dan pentagon, pemerintah Amerika Serikat turut menggunakan media untuk melakukan diplomasi publiknya. Era Presiden George W. Bush, diplomasi Amerika Serikat lebih mengarah

pada pengimplementasian *hard diplomacy* yang terlihat dari doktrin-doktrin yang dilancarkan Bush ke dunia internasional dalam kepentingannya untuk perang melawan terorisme akibat dari peristiwa 9/11. Pada pidatonya di West Point, New York, Bush mengatakan bahwa ia membutuhkan negara lain untuk mencapai tujuannya yaitu kebebasan ekonomi dan politik, hubungan damai dengan negara lain, dan menjunjung tinggi martabat manusia. Untuk mencapai tujuan ini, Amerika akan memimpin aspirasi perjuangan martabat manusia, memperkuat aliansi untuk melawan terorisme global, bekerja sama dengan pihak terkait untuk meredakan konflik regional, mencegah ancaman musuh bagi Amerika Serikat dan aliansinya, memperluas dan membangun infrastruktur demokrasi (The New York Times, 2002). Amerika Serikat tentu dipandang perlu untuk tetap menjalankan adanya diplomasi publik guna menyebarkan keinginannya dalam perang melawan terorisme dan mendukung kebebasan serta demokrasi yang menjadi tujuannya.

Media masa merupakan instrumen penting bagi diplomasi publik Amerika Serikat era presiden Bush untuk menyebarkan tujuan Amerika Serikat. Melalui VoA, pemerintah Bush melakukan penyiaran program terkait peristiwa-peristiwa penting yang terjadi di Amerika Serikat maupun di kawasan. VoA telah menjangkau berbagai wilayah di Asia dan Timur Tengah. Pemberitaan melalui VoA dilakukan di negara-negara kawan tersebut selama 24 jam dengan terjemahan bahasa lokal sehingga masyarakat dapat lebih memahami tentang berita yang disiarkan. Survei yang dilakukan VoA di Afghanistan juga menunjukkan bahwa sekitar 80% dari responden yang terdiri dari pria dewasa mendengarkan serta menghargai sumber informasi yang bersifat objektif (Broadcasting Board of Governors, 2008).

5. *U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication*

Kebijakan *U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication* dibentuk pada tahun 2007 oleh *Policy Coordinating Committee (PCC)*. Lembaga ini menyusun delapan tujuan keamanan nasional antara lain:

- a. Memperjuangkan martabat manusia;
- b. Memperkuat aliansi melawan terorisme;
- c. Meredakan konflik regional;
- d. Mencegah ancaman senjata pemusnah masal;
- e. Mendorong pertumbuhan ekonomi global;
- f. Memperluas pembangunan;
- g. Bekerja sama dengan kekuatan global;
- h. Mengubah lembaga keamanan nasional Amerika Serikat untuk memenuhi tantangan dan peluang abad ke dua puluh satu.

Guna mencapai tujuan yang ada, *U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication* melakukan berbagai program dan kegiatan diplomasi publik. Program pendidikan dan pertukaran mungkin menjadi program diplomasi publik yang efektif untuk lima puluh tahun terakhir. Program pertukaran bagi mahasiswa perlu dilakukan karena mereka adalah yang akan menjadi pemimpin masa depan. Tidak hanya bagi pelajar, program pertukaran perlu dilakukan kepada mereka yang memiliki pengaruh kunci dalam masyarakat seperti para pemuka agama, perempuan, jurnalis, pelaku bisnis, akademisi, ilmuwan, pemerintah, militer, dan pemimpin politik, guna melakukan pertukaran pengalaman guna memperluas pemikiran di masyarakat. Pengajaran bahasa Inggris juga merupakan program prioritas karena bahasa Inggris dipandang perlu dipelajari bagi mahasiswa yang akan melakukan program pertukaran. Selain itu, program pertukaran juga dapat membantu dalam menekan angka penyebaran nilai-nilai ekstremisme karena dapat memperluas wawasan. (*Policy Coordinating Committee, 2007*).

B. Era Digital dan Diplomasi Publik Amerika Serikat

Dalam pelaksanaan politik luar negeri suatu negara, diplomasi merupakan salah satu instrumen penting. Diplomasi merupakan sebuah usaha yang memiliki tujuan untuk memperjuangkan kepentingan nasional sebuah negara-bangsa (Warsito & Kartikasari, 2007). Melalui diplomasi, negara dapat membangun citra agar memiliki posisi tawar di dunia internasional sehingga kepentingan nasional dapat tercapai. Pada awal perkembangannya, peran negara mendominasi praktik diplomasi. Diplomasi antar aktor internasional semula hanya berfokus pada pencapaian kepentingan nasional melalui cara-cara yang formal antar diplomat, tekanan ekonomi dan militer, hal-hal ini biasa dikenal dengan istilah diplomasi tradisional (Dwikardana, Djelantik, & Triwibowo, 2017). Negara melalui para diplomatnya menyelesaikan masalah-masalah kenegaraan seperti hubungan bilateral, multilateral, konferensi internasional, perjanjian internasional, dan lain sebagainya (Effendi, 2008).

Dewasa ini, munculnya diplomasi digital tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi. Cepatnya perkembangan teknologi digital yang di adopsi oleh individu, perusahaan, dan institusi formal, menjadi faktor utama. Bjola (2018) mencontohkan telepon memerlukan waktu hingga 75 tahun untuk mencapai 100 juta pengguna di seluruh dunia, akan tetapi hanya membutuhkan waktu 16 tahun untuk ponsel dapat menyamai jumlah pengguna yang sama, serta hanya 4,5 tahun bagi Facebook untuk dapat mencapai pengguna yang sama. Penggunaan ponsel secara besar-besaran ini tidak terlepas dari perkembangan jaringan internet di mana pada awal 2000-an teknologi telekomunikasi nirkabel generasi ketiga (3G) diluncurkan. Terus berkembangnya teknologi digital ini diharapkan akan mempercepat laju pertukaran informasi, interaksi sosial, inovasi digital dan kewirausahaan publik (Bjola, 2018).

Dengan adanya peluang yang diciptakan oleh adanya revolusi digital yang melibatkan jutaan orang secara *real-time* dan dengan biaya yang murah, institusi formal negara dipandang perlu dalam melakukan adaptasi. Dalam hal ini, kementerian luar

negeri, kedutaan besar dan diplomat perlu mengembangkan adanya alat dan metode baru dalam kepentingannya untuk mendukung kegiatan mereka. Pemanfaatan platform khusus untuk berkomunikasi dengan publik mancanegara, pembuatan dan pengembangan aplikasi konsuler untuk ponsel pintar, adalah beberapa wujud nyata dari adaptasi institusi negara dari adanya perkembangan teknologi digital. Selain kemudahan-kemudahan yang ditawarkan akibat adanya perkembangan teknologi digital, tantangan juga muncul pada praktiknya. Keterlibatan antara Kementerian Luar Negeri dengan publik mancanegara dengan difasilitasi oleh perangkat digital, pada saat yang sama penggunaan media digital ini hadir tanpa penunjuk arah yang strategis. Hal ini akan berisiko menimbulkan anomali di mana diplomasi publik digital akan terpisah dari kebijakan luar negeri (Bjola, 2018).

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 (Fitriah & Haryanto, 2017). 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.

Weidenfeld-Hoffman Trust dalam Fitriah dan Haryanto (Fitriah & Haryanto, 2017) menyebutkan bahwa kemudahan akses informasi yang ditawarkan oleh media sosial memiliki dampak pada kebijakan luar negeri yang di ambil oleh suatu negara. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan berita yang ada di media sosial dapat menjadi fondasi dasar terciptanya sebuah kebijakan luar negeri oleh suatu negara. Terjadinya sebuah fenomena perpindahan kementerian luar negeri ke media sosial seperti Twitter, Facebook dan YouTube, sebagai akibat dari perkembangan teknologi terhadap diplomasi, yang sering kali

merujuk pada diplomasi digital. Diplomasi digital atau *e-diplomacy* juga dikenal dengan istilah “*net-diplomacy*”, “*Twiplomacy*”, “*Cyber-Diplomacy*”, yang merujuk pada penggunaan teknologi digital dalam diplomasi (Manor, 2018). Takdir Ali Mukti dalam bukunya yang berjudul “Paradiplomacy: Kerjasama Luar Negeri oleh Pemda di Indonesia”, menggunakan istilah “*Virtual Diplomacy*” di mana dicirikan dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang lebih dominan ketimbang peran manusia dalam berdiplomasi (Mukti, 2013).

Penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan oleh negara untuk mendapatkan informasi dan juga sebagai media untuk menampilkan citra positif negaranya dalam dunia internasional. Menurut Adesina dalam Fitriah dan Haryanto (Fitriah & Haryanto, 2017), banyak negara yang secara aktif menggunakan media blog, laman, saluran media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube, dsb), untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Terdapat sekitar 78% pemimpin di seluruh negara memiliki akun Twitter di mana 68%nya saling berteman satu sama lain di Twitter, di mana sekitar 45 akun resmi milik pemerintah aktif di Twitter (Kuzniar & Filimoniuk, 2018).

Diplomasi digital, *eDiplomacy*, dan *Cyber-Diplomacy*, adalah istilah-istilah yang menggambarkan realitas munculnya diplomasi baru dengan memanfaatkan perkembangan teknologi media digital. Budaya digitalisasi perlu di kembangkan guna mendapatkan keunggulan dari digitalisasi diplomasi. Selain itu, membangun struktur dan infrastruktur serta perencanaan strategi yang tepat juga diperlukan. Saat ini, digitalisasi diplomasi tradisional adalah dengan cara mengintegrasikan komunikasi digital ke dalam tugas-tugas aktor diplomatik. Integrasi ini dapat dilakukan negara dengan cara melakukan pelatihan bagi para diplomat untuk melakukan seni diplomasi dengan cara digital, sehingga kepentingan untuk mencapai tujuan dari kebijakan luar negeri dapat dengan mudah tercapai (Rigalt, 2017).

Sejak didirikan pada tahun 1789, Departemen Luar Negeri Amerika Serikat telah memainkan peran krusial dalam hal mengedepankan kepentingan nasionalnya. Kemunculan

teknologi modern menjadi tantangan bagi para diplomat Amerika Serikat. Adanya perkembangan teknologi di dunia modern ini dapat dimanfaatkan dengan cara memberdayakan para diplomat dan profesional guna mengemban tugas serta misi kebijakan luar negeri (U.S. Departemen of State, 2009a).

Pada tahun 2003, Amerika Serikat membentuk adanya *Office of eDiplomacy* sebagai bagian dari *Bureau of Information Resource Management (IRM)*. Kantor ini memiliki tugas untuk melakukan penggabungan keahlian dan pengalaman dari *Foreign and Civil Service Officers* dan profesional. Untuk melaksanakan itu, *Office of eDiplomacy* memiliki tiga divisi yang membantu dalam tugas-tugasnya antara lain *Diplomatic Innovation Division (DID)*, *Knowledge Leadership Division (KLD)*, dan *Customer Liaison Division (CLD)*. Masing-masing divisi memiliki tugas sesuai dengan pembagian tugasnya untuk memajukan kepemimpinan diplomatik serta kebijakan luar negeri melalui advokasi inisiatif dengan teknologi yang inovatif. Divisi DID bertugas untuk melakukan kolaborasi dengan mitra diplomatik eksternal seperti korps diplomatik negara lain, LSM, masyarakat sipil, bisnis, dan organisasi akademik, melalui teknologi yang inovatif. Divisi KLD merupakan divisi yang memfasilitasi kolaborasi dan interkoneksi orang dan informasi. KLD menjadi perancang strategi manajemen pengetahuan bagi *Office of eDiplomacy*. Divisi ini bertujuan untuk melakukan riset pengetahuan dan berbagi dengan personil departemen di mana saja dan kapan saja. Divisi DID dan KLD secara bersama-sama melakukan integrasi untuk mempromosikan budaya inovasi guna memperkuat kepemimpinan negara dalam proses kebijakan luar negeri. Divisi CLD mengemban tugas untuk memastikan biro-biro dan misi-misi departemen di luar negeri mendapatkan akses teknologi yang dibutuhkan guna mencapai tujuan mereka (U.S. Departemen of State, 2009b).

Guna mendukung dan mencapai tujuannya, *Office of eDiplomacy* memiliki 9 program utama antara lain:

1. *Customer Liaison Division (CLD)*

CLD memiliki misi sebagai perantara IRM dengan berbagai biro di Departemen Luar Negeri dengan

memastikan kepuasan pelanggan dengan produk dan layanan biro ILM. Divisi ini menyediakan dukungan resolusi insiden serta memberikan fasilitasi komunikasi untuk perputaran informasi antara pelanggan dalam dan luar negeri. saluran komunikasi terbuka CLD membantu dalam mengatasi permasalahan yang ditemukan pelanggan dengan menghindari potensi konflik serta memastikan kesesuaian produk-produk layanan IRM.

2. *Communities @ State*

Inisiatif *Communities @ State* memungkinkan para personel dalam Departemen Luar Negeri membentuk suatu komunitas daring guna melakukan publikasi informasi serta terhubung satu sama lain serta memantik sebuah diskusi. Menggunakan platform blog yang modern, inisiatif ini dapat melampaui batasan-batasan organisasi dan kendala geografis secara efektif dan efisien. Dalam komunitas ini, personel Departemen Luar negeri dapat membuat blog pribadi guna membagikan pemikiran serta perspektif pribadi tentang topik-topik yang berhubungan dengan urusan luar negeri antar lembaga secara profesional. eDiplomacy telah merancang panduan dan kuesioner perencanaan guna memastikan penggunaan secara efektif dan mempromosikan komunitas untuk membantu calon pemimpin membentuk dan mengelola komunitas.

3. *Corridor*

Corridor merupakan sebuah platform jaringan profesional internal dalam Departemen Luar Negeri, walaupun terlihat mirip dengan situs jaringan eksternal, *Corridor* berorientasi pada profesional urusan luar negeri dan personel dari lembaga lainnya yang menggunakan jaringan yang tidak terklasifikasi. Hal ini memungkinkan anggota untuk mengunggah informasi tentang keahlian dan pencapaian secara profesional, memperluas jaringan koneksi, dan menemukan serta melakukan pemanfaatan pengalaman profesional rekanan dari seluruh dunia. Selain itu, di dalam *Corridor* personel dapat membentuk sebuah kelompok guna

melakukan komunikasi dan kolaborasi berdasarkan kepentingan secara profesional dan pribadi secara bersama-sama

4. *The Current*

The Current memungkinkan individu untuk mengambil informasi dari berbagai sumber di dalam dan luar departemen ke dalam sebuah situs web surat kabar daring secara personal. Hal ini memungkinkan para pengguna untuk melakukan pembagian topik yang diminati dengan kolega atau melakukan diskusi dengan mengunggah topik di *Corridor* atau di *Communities @ State*.

5. *Diplopedia*

Diplopedia merupakan sebuah ensiklopedia wiki dari kerjasama internal di dalam Departemen Luar Negeri. Personel di dalam Departemen Luar Negeri dapat menggunakan *Diplopedia* untuk membuat referensi dan berbagi pengetahuan tentang program Departemen Luar Negeri dan urusan internasional lainnya, sama seperti orang memuat dan mengedit artikel tentang wiki publik di internet. *Diplopedia* hanya membagikan versi *read-only* atau hanya bisa dibaca tanpa bisa dilakukan penyuntingan untuk tampilan internal antar lembaga pemerintahan Amerika Serikat.

6. *Innovation Fund*

Guna mendukung proyek transisi yang dirancang untuk memajukan sistem dan praktik teknologi informasi di dalam Departemen Luar Negeri, *The IT Innovation Fund* didirikan pada 2011.

7. *SearchState (Enterprise Search)*

SearchState merupakan sebuah layanan dalam Departemen Luar Negeri yang memungkinkan personel departemen untuk mencari dan menemukan informasi yang dibutuhkan dari jutaan item di situs jaringan dan *database* departemen.

8. *Virtual Student Foreign Service (VSFS)*

Untuk melakukan pemanfaatan teknologi dan komitmen terhadap layanan global bagi kaum muda untuk keperluan fasilitasi bentuk baru keterlibatan diplomatik, program VSFS dikembangkan oleh Departemen Luar Negeri. Mahasiswa warga negara Amerika Serikat dapat melakukan magang virtual selama sembilan bulan di Departemen Luar Negeri dan perwakilan diplomatik Amerika Serikat di luar negeri.

9. *Virtual Fellows Program*

VFP merupakan sebuah program yang memungkinkan Departemen Luar Negeri untuk dapat memanfaatkan warga negara Amerika Serikat yang memiliki keahlian profesional seperti konsultan, penasihat, peneliti yang melayani secara sukarela untuk kepentingan umum atau *pro bono*. *Fellows*, sebutan bagi peserta program ini, dapat melakukan kolaborasi dengan Departemen Luar Negeri secara virtual tanpa harus berpindah-pindah tempat dan melakukannya dari tempat di mana mereka tinggal di seluruh dunia. Departemen Luar Negeri memiliki syarat bagi para *Fellows* yaitu minimal memiliki lima tahun pengalaman profesional sesuai dengan tugas masing-masing yang diberikan. Para *Fellows* bekerja secara paruh waktu secara sukarela dengan durasi minimum enam bulan dan dapat diperpanjang sesuai dengan kesepakatan bersama.