

DigiTimes #10
MARCH 2018

IMPLEMENTASI eDIPLOMACY AMERIKA SERIKAT DI ERA BARACK OBAMA

STUDI KASUS: DIPLOMASI PUBLIK TERHADAP
NEGARA MUSLIM DI TIMUR TENGAH



CfDS
CENTER FOR DIGITAL SOCIETY

Room BC 201- 202
Faculty of Social and Political Sciences
Universitas Gadjah Mada
Jalan Sosio Yustisia 1, Bulaksumur, Yogyakarta
(0274) 563362, Ext. 116 | cfds.fisipol@ugm.ac.id



Researcher

Reza Wali Amrullah

Editor

Viyasa Rahyaputra

Cover Design and Layout

Gupita Pramahayekti

March 2018

■ P E N G A N T A R

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehari-hari saat ini memberikan potensi tinggi kepada negara untuk memanfaatkannya dalam menunjang kegiatan hubungan internasional. Konsep *eDiplomacy* pun lahir, sebagai sebuah istilah yang menandai fenomena penggunaan media elektronik modern dalam praktik ilmu hubungan internasional. Dalam satu dekade belakangan, negara-negara mulai berlomba-lomba dalam mengutilisasi internet dan situs web pada tiap badan pemerintahannya terutama Departemen Luar Negeri. Kini, Departemen Luar Negeri, diplomat dan perwakilan-perwakilan di berbagai negara memiliki akun media sosialnya sendiri.

Amerika Serikat di bawah kepemimpinan Barack Obama kemudian menjadi salah satu pionir, sebagai negara yang telah dengan baik mencanangkan *eDiplomacy* dalam menunjang pelaksanaan politik luar negerinya, utamanya sebagai

perpanjangan dari bentuk *soft power* dan diplomasi publik. *eDiplomacy* kemudian dimanfaatkan untuk meraih visi misi Barack Obama dalam memperbaiki hubungan Amerika Serikat dengan negara Muslim di Timur Tengah yang ditunjukkan oleh pidatonya di Kairo pada tahun 2009. Berbagai platform *eDiplomacy* pun kemudian diluncurkan ke berbagai negara dengan tujuan untuk mengubah citra Ameirka Serikat di mata masyarakat Timur Tengah yang sebelumnya rusak akibat pemerintahan Bush yang cenderung menekankan orientasi *hard power*.

Tulisan ini akan membahas tentang inisiasi *eDiplomacy* Amerika Serikat di tingkat internal, dan bagaimana *eDiplomacy* tersebut dimanfaatkan sebagai media diplomasi publik untuk meningkatkan citra Amerika Serikat di mata masyarakat Timur Tengah dengan menganalisis berbagai penggunaan platform yang ada dan implikasinya terhadap perubahan persepsi publik.

PERKEMBANGAN eDIPLOMACY DI AMERIKA SERIKAT

eDiplomacy di Amerika Serikat dapat dikatakan bermula dari dibentuknya *Taskforce on eDiplomacy* di tahun 2002 yang kemudian berubah menjadi *Office of eDiplomacy* di tahun 2003 di bawah kepemimpinan sekretaris Colin Powell. Divisi ini merupakan langkah yang diambil oleh Amerika Serikat dalam menghadapi tantangan yang muncul di era globalisasi. Inisiasi pertama dalam memodernisasikan konsep *eDiplomacy* diajukan oleh Sekretaris Condoleezza Rice di era George W. Bush melalui agenda *Transformational Diplomacy*, sebagai inisiasi dalam mereformasi birokrasi Amerika Serikat untuk menunjang politik luar negerinya, salah satunya dengan melakukan sentralisasi TIK dan penggunaan kreatif dari Internet.

Di bawah kepemimpinan Barack Obama lah kemudian *eDiplomacy* berkembang pesat. Sekretaris Hillary Clinton beserta penasihat senior bidang inovasi Alec Ross meluncurkan agenda *21st Century*



Statecraft, di mana dalam agenda ini Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat memperluas jangkauan diplomasi dari yang semula berkonsep *government-to-government communication* menjadi *government-to-individual* dengan memanfaatkan teknologi internet, selular dan media sosial.

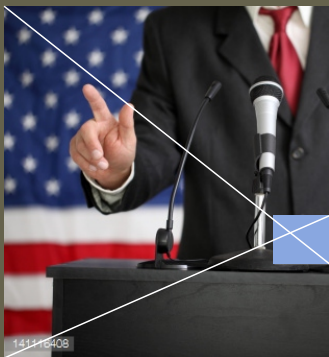
Pada era John Kerry, arah implementasi *eDiplomacy* tak banyak berubah berkat fondasi kokoh yang telah dibangun di era sebelumnya. Hingga kini, *office of eDiplomacy* telah mempekerjakan lebih dari 150 orang yang tersebar di 25 biro yang berbeda dalam unit Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat. Dengan lebih dari 288 profil Facebook, 200 akun

Twitter, dan 125 kanal YouTube menjadikan Amerika Serikat sebagai suatu *Global Media Empire*. Untuk dapat menjelaskan implementasi *eDiplomacy* di Amerika Serikat lebih lanjut, perlu kelompok kerja dan unit yang terlibat dalam implementasi *eDiplomacy* di lingkungan Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat. Ferguson Hanson, dalam penelitiannya, menjabarkan delapan tujuan kebijakan *eDiplomacy*, yang masing-masingnya tertuang ke dalam program konkret, yaitu:¹



1. *Knowledge Management*

Merupakan fungsi yang pertama dan utama, unit ini berusaha menjawab masalah dan tantangan utama yang dihadapi Kementerian Luar Negeri, yaitu pengarsipan, penyimpanan, berbagi dan pengumpulan sumber informasi. Inisiasi programnya meliputi situs ensiklopedia seputar diplomasi dan hubungan internasional untuk staf Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat yang bernama Diplopedia. Selain itu, ada juga *Communities@State*, sebuah kanal intra-blog yang menampung berbagai komunitas yang bertujuan untuk mempromosikan diskusi dan dialog antardepartemen dengan mengangkat dan membahas suatu isu. Terakhir, dikembangkan pula sebuah situs jejaring sosial profesional yang dibuat untuk menyerupai Facebook dan LinkedIn bernama Corridor.



2. *Public Diplomacy*

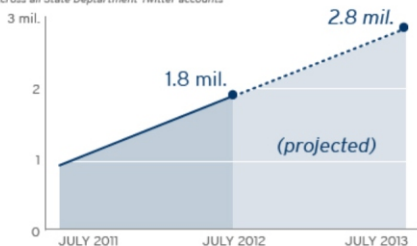
Implementasi *eDiplomacy* memungkinkan seorang diplomat berkomunikasi secara langsung dengan jutaan orang setiap harinya melalui piranti media sosial negara. Hal ini memberikan peluang bagi Amerika Serikat untuk berinteraksi dengan masyarakat dunia tanpa filter apapun.

Karakteristik lain dalam implementasi *eDiplomacy* di Amerika Serikat adalah diplomasi publik dua arah yang menekankan dua komponen dari *eDiplomacy*: *engagement* dan *listening*. Menurut Metzgar, *engagement* berarti bentuk usaha berkomunikasi dengan publik melalui berbagai jaringan daring. Sedangkan *listening* merujuk pada penggunaan media sosial untuk memahami publik asing dan kemudian digunakan sebagai pertimbangan dalam proses pembuatan kebijakan luar negeri yang sesuai.ⁱⁱ Kedua komponen tersebut memberikan perbedaan fundamental antara praktik diplomasi publik tradisional, yang dicirikan dengan interaksi monolog, dengan *eDiplomacy* yang dicirikan dengan interaksidialog.ⁱⁱⁱ

Penggunaan *eDiplomacy* dalam diplomasi Amerika Serikat terbilang sangat matang. Pada tahun 2011, jangkauan media sosial Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat via Facebook dan Twitter berjumlah lebih dari 7 juta audiens. Angka tersebut sendiri sudah lebih tinggi dibanding jumlah pelanggan 10 media masa terbesar di Amerika Serikat. Pada Agustus 2012, jumlahnya meningkat 2 kali lipat hingga mencapai lebih dari 15 juta.^{iv}

Twitter Followers

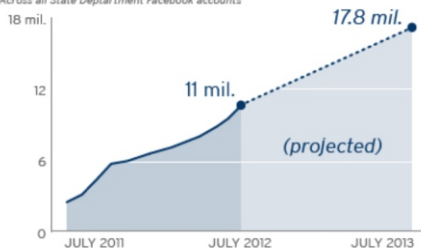
Across all State Department Twitter accounts



Figur 1: Indeks Peningkatan Fans Facebook dan Follower Twitter Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat 2011-2013^v

Facebook Fans

Across all State Department Facebook accounts



Tabel 1: Total Jangkauan Media Sosial Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat per 9 Agustus 2012^{vi}

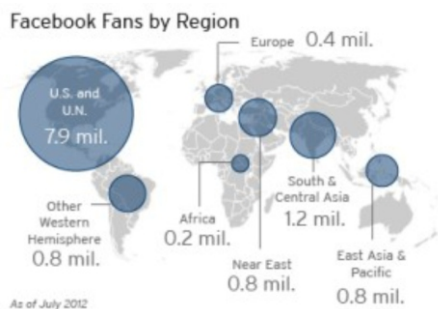
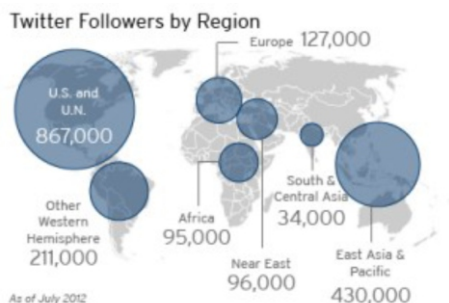


Platform	Jumlah	Total Jangkauan
Facebook	288 pages	12,862,585 fans
Twitter	196 accounts	1,883,344 followers
YouTube	125 channels	16,337,350 video views with 26,900 channel subscribers

Sebanyak 49 persen dari audiensnya berumur dibawah 24 tahun, dan 10 negara asal dari fans kebanyakan merupakan negara yang tidak berbahasa inggris.



Figur 2: Pengikut Media Sosial Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat berdasarkan wilayah^{vii}



Seluruh aktivitas media sosial Amerika Serikat diatur oleh *Office of Digital Engagement* (ODE). ODE juga mengoperasikan twitter feed berbahasa Arab, Mandarin, Farsi, Prancis, Hindi, Portugis, Rusia, Spanyol, Turki, dan Urdu.^{viii} Amerika Serikat juga memiliki berbagai agen untuk melaksanakan program-program diplomasi publik seperti *Digital Outreach Team* (DOT), yang didesain untuk memerangi misinformasi dan menjelaskan mengenai kebijakan luar negeri Amerika Serikat melalui keterlibatan dan interaksi langsung di internet dan media sosial.

3. Information Management

Fungsi ini bergerak untuk membantu mengumpulkan arus informasi yang luar biasa padatnya dan menggunakannya untuk memberikan informasi kepada para pembuat kebijakan dengan lebih baik dan untuk membantu mengantisipasi dan merespons gerakan sosial dan politik yang muncul. Perkembangan pesat dari teknologi komputasi dan komunikasi mengubah sifat dari pemerintahan yang kemudian mempercepat proses distribusi kekuasaan.^{ix} Tambang informasi tersebut merupakan sumber baru yang memiliki potensi besar bagi Kementerian Luar Negeri yang ingin memahami situasi global.

Dalam mendukung fungsi ini, diluncurkan *Office of Audience Research* yang bertugas untuk menggali informasi dan umpan balik dari audiens diplomasi publik Amerika Serikat dari berbagai sumber, mengembangkan analisis media sosial dan visualisasi data, serta mengembangkan platform tunggal untuk melacak dan mengevaluasi semua bentuk diplomasi publik dengan memanfaatkan aplikasi *Audience Research Kiosk*. Selain itu, juga terdapat *Rapid Response Unit* yang bertugas untuk mengidentifikasi dan menganalisis liputan media mengenai isu-isu utama yang dihadapi Amerika Serikat di lingkungan internasional setiap hari

dan membuat pesan ringkas untuk digunakan oleh pejabat senior dan pejabat pemerintah Amerika Serikat lainnya untuk menjelaskan dan mendukung tujuan dan kebijakan Amerika Serikat melalui surel dan halaman web-nya.

4. Consular Communications and Responses

Dalam menciptakan saluran komunikasi secara personal dan langsung dengan warga di luar negeri terutama dalam kondisi krisis, penggunaan media sosial menjadi sangat vital dalam urusan konsuler, di mana media sosial digunakan untuk memberikan informasi dan berkoordinasi dalam situasi darurat dengan seluruh warga Amerika Serikat secara aktual.

5. Disaster Response

Untuk memanfaatkan keunggulan dari teknologi komunikasi dalam situasi tanggap bencana, misalnya bencana yang terjadi di Haiti pada ahun 2010, terdapat sebuah program bernama “Text Haiti” yang memungkinkan para pengguna telepon seluler untuk memberikan donasi kepada korban bencana dengan cara mengirimkan SMS yang berisi kata kunci “Haiti” ke nomor 90999. Media sosial kemudian digunakan oleh Kementerian

Luar Negeri Amerika Serikat untuk mempromosikan program tersebut di internet, dan “Text Haiti” berhasil menggalang lebih dari 30 juta dolar dalam kurun waktu tiga minggu.

6. Internet freedom

Fungsi ini memiliki tujuan untuk mempromosikan internet yang terbuka dan bebas. Selain itu, mempromosikan *freedom of speech* dan demokrasi juga menjadi turunan penting dari fungsi ini. Pada bulan Januari 2010, Sekretaris Hillary Clinton membawakan sebuah pidato mengenai *Internet freedom*, dimana dalam pidato tersebut Clinton menekankan pada komitmen Amerika Serikat untuk menjaga kebebasan untuk berekspresi dan arus informasi yang bebas di abad 21.^x Dengan mengaitkan internet freedom dengan bagian dari hak asasi manusia, Clinton memberikan suatu basis rasional bagi pemerintah Amerika Serikat untuk melakukan intervensi dalam mempromosikan *internet freedom* di negara lain.

Sejak 2008 hingga 2012, Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat telah menginvestasikan sebanyak \$76 juta dalam usahanya untuk memajukan hak asasi manusia di ruang daring. Dana tersebut dikururkan ke wilayah-wilayah seperti teknologi antipenyensoran seperti

Tor Project yang memungkinkan pengguna menyembunyikan lokasi mereka dari situs-situs web yang mereka kunjungi, dan *Freemove/Ultasurf* yang digunakan untuk membobol *Firewall* pemerintah mereka. Selain itu, teknologi komunikasi yang aman seperti *Internet in a Suit Case*, sebuah perangkat *mobile mesh network* yang dapat dibawa dalam koper untuk memungkinkan aktivis melakukan komunikasi meskipun pemerintah telah memutus jaringan internet; pelatihan keamanan internet, juga ditawarkan. Lebih lanjut lagi, dukungan tanggap darurat untuk aktivis dan organisasi sipil di bawah ancaman seperti aplikasi *InTheClear*, aplikasi telepon genggam yang memungkinkan aktivis untuk menghapus semua kontak dan pesan di teleponnya secara instan apabila mereka tertangkap, pun juga menjadi salah satu bagian dari investasi yang dilakukan oleh pemerintah Amerika Serikat. Aplikasi ini juga kemudian secara otomatis mengirimkan pesan darurat ke kontak mereka.^{xi} Terakhir, riset dan evaluasi tentang konteks politik dan teknologi dalam *Internet repression* dan riset tentang opsi teknologi untuk mengembangkan arus bebas informasi dalam suatu lingkungan yang sangat restriktif juga menjadi salah satu sektor yang tercakup dalam program ini.^{xii}

7. *External Resources*

Fungsi ini menciptakan mekanisme digital untuk menarik dan memanfaatkan keahlian eksternal dalam memajukan tujuan nasional. Biaya yang rendah dalam komunikasi digital memberikan kesempatan untuk meningkatkan kemampuan Kementerian Luar Negeri dalam memanfaatkan keahlian eksternal diluar departemen.

Beberapa inisiasi yang diluncurkan untuk mencapai tujuan tersebut antara lain *TechCamp*, sebuah lokakarya berdurasi 2 hari yang mempertemukan pakar teknologi dengan aktor masyarakat seperti jurnalis, organisasi nonprofit, serta organisasi sipil lain untuk mengembangkan dan menerapkan solusi teknologi inovatif pada isu-isu global; *Tech@State*, sebuah konferensi yang diadakan di Washington D.C. yang mewadahi birokrat Amerika Serikat, masyarakat sipil, wirausaha TIK, dan pakar eksternal untuk berdiskusi tentang suatu topik tertentu; serta *Virtual Student Foreign Service*, program *e-Intern* yang memungkinkan mahasiswa Amerika Serikat untuk melaksanakan magang di Kementerian Luar Negeri secara virtual dengan cara mempertemukan mahasiswa dan staf Kementerian Luar Negeri dalam berbagai proyek yang tersedia maupun dibuat.

8. *Policy Planning*

Fungsi ini bertujuan untuk memudahkan pengawasan, koordinasi, dan perencanaan kebijakan internasional antarpemerintah, sebagai respon dari internasionalisasi birokrasi. Dengan semakin banyaknya departemen yang memiliki area kebijakan internasionalnya sendiri, dan semakin murahnya biaya pelaksanaan komunikasi internasional, monopoli Kementerian Luar Negeri dalam komunikasi intradepartemen pun dapat berkurang hingga menghilang. Namun, sebagai kewajiban dari Kementerian Luar Negeri untuk mengoordinasi jalannya kebijakan antardepartemennya, *eDiplomacy* memiliki peran yang menjanjikan dalam hal ini.

Program-program yang telah dijelaskan sebelumnya terutama dalam area *Knowledge Management* sebenarnya memiliki fungsi lain sebagai instrumen *Policy Planning*, contohnya yaitu program *Communities@State* yang memungkinkan koordinasi dan komunikasi intra departemen.^{xiii} Namun secara keseluruhan, implementasi *eDiplomacy* dalam sektor ini masih sangat terbatas.^{xiv}



IMPLEMENTASI eDIPLOMACY DI NEGARA-NEGARA MUSLIM TIMUR TENGAH

Pascatragedi 11 September 2001, hubungan diplomatik Amerika Serikat di bawah kepemimpinan Presiden George W. Bush dengan negara-negara Arab diwarnai dengan demonstrasi dan penolakan terhadap penerapan konsep Hard Power yang melekat pada agenda *War on Terror*. Hal ini kemudian berimbas pada opini publik negara-negara Arab yang cenderung menjadi negatif terhadap Amerika Serikat. Dengan terpilihnya Barack Obama sebagai penerus George W. Bush, mulai terlihat adanya pergeseran arah politik luar negeri Amerika Serikat yang ditunjukkan dalam pidato Barack Obama di Kairo, Mesir pada bulan Juni 2009 yang bertajuk “*New Beginning*.” Dalam pidatonya, Obama menekankan kesamaan antara Barat dan Islam, dengan mengatakan bahwa “Islam selalu menjadi bagian dari cerita Amerika.”

Pidato tersebut kemudian memberikan lembaran baru dalam diplomasi publik Amerika Serikat dengan negara-negara Muslim di Timur Tengah. Agenda diplomasi publik baru ini terkait dengan usaha dan implementasi *eDiplomacy* yang ditanamkan oleh pemerintahan Amerika Serikat melalui agenda *21st Century Statecraft*. Agenda ini menjadikan Arab sebagai Grand Arena di mana *eDiplomacy* digunakan untuk menunjang politik luar negeri Amerika Serikat dibawah pimpinan Barack Obama. Setidaknya, agenda ini dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu aktivitas interaksi daring sebagai bentuk diplomasi publik Amerika Serikat, *Internet freedom agenda*, dan agenda *Social Technology Empowering for Civil Society*.

INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALAH SATU BENTUK DIPLOMASI PUBLIK AMERIKA SERIKAT

Untuk menyebarkan pesan dari pidato Obama di Kairo secara luas dan cepat, Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat menggunakan berbagai aplikasi internet seperti media sosial, *podcast*, dan *live broadcast* dari situs web Gedung Putih. Pesan teks dan kicauan yang tersebar di seluruh dunia bahkan dilakukan oleh lebih dari 20.000 pengguna.^{xv} Berbagai forum-forum diskusi daring kemudian juga dibanjiri dengan topik tersebut. Amerika Serikat kemudian melihat kesempatan ini untuk turut terjun berdialog langsung dengan warga negara-negara Arab secara langsung melalui *Digital Outreach Team* (DOT), suatu tim yang membawa misi untuk untuk menjelaskan kebijakan luar negeri Amerika Serikat dan memerangi misinformasi. Dalam berinteraksi di berbagai forum diskusi daring tersebut, DOT cenderung menggunakan tema-tema “positif” seperti multikulturalisme Amerika Serikat, toleransi beragama, dukungan dan

bantuan terhadap Palestina, serta penarikan pasukan dari Irak untuk memberikan kesan yang lebih baik tentang Amerika Serikat.

Dalam sebuah survei terhadap persepsi audiens forum kepada DOT, kecenderungan respon para partisipan yang terlibat dalam diskusi terkait kebijakan luar negeri Barack Obama yang baru adalah 42,3% negatif dan 7,7% positif sebelum adanya partisipasi DOT, dan 73,4% negatif dan 3,6% positif setelah DOT berpartisipasi. Meskipun mayoritas umpan balik bernada negatif, DOT tidak serta-merta mengabaikannya. DOT tetap berpartisipasi dalam diskusi yang cenderung negatif, karena tujuannya adalah untuk menjelaskan kebijakan luar negeri Amerika Serikat, membantah stereotip Amerika Serikat, dan memerangi misinformasi, bukan untuk mengubah opini para peserta diskusi secara instan.^{xvi}





■ PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI TINGKAT KEMENTERIAN LUAR NEGERI SEBAGAI USAHA UNTUK MEMBENTUK NATION BRANDING

Penggunaan media sosial di tingkat Kementerian Luar Negeri memiliki peran penting dalam memberikan informasi dan posisi suatu negara terhadap kebijakan luar negerinya. Media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai upaya untuk membentuk *Nation Branding*, yaitu dengan menjalankan kampanye di media sosial yang memfokuskan pada isu spesifik. Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat sebagai Kementerian Luar Negeri yang paling aktif dan paling populer di berbagai situs media sosial menurut survey dari *twiplomacy.com* memanfaatkan hal tersebut untuk meningkatkan citra dan posisinya.

Dari hasil penelitian tentang penggunaan media sosial di tingkat Kementerian Luar Negeri pada suatu

periode di tahun 2013, diketahui bahwa Amerika Serikat berusaha mem-branding dirinya untuk mengusahakan perdamaian dan rekonsiliasi dengan negara-negara Muslim di Timur Tengah. Hal ini dibuktikan dengan kenyataan bahwa Timur Tengah merupakan kawasan yang paling banyak disebut dalam akun Twitter Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat, sangat jauh melebihi kawasan Eropa, Afrika, dan Asia. Sebanyak 18% dari kicauan di Twitter dan 11% unggahan di Facebook yang dianalisis ternyata berhubungan dengan negara-negara Timur Tengah seperti Iran, Irak, Mesir, Lebanon, Yemen, dan Israel, di mana negara-negara ini kebanyakan disebutkan dalam konteks proses perdamaian di Timur Tengah.



Figur 4: Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat Mengunggah Konten tentang Israel dan Palestina secara Bersama^{xviii}

Figur 3: Kicauan Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat tentang Kritik terhadap Rezim Militer di Mesir^{xvii}



PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DI TINGKAT KEDUTAAN: MENCIPTAKAN HUBUNGAN YANG POSITIF DENGAN WARGA NEGARA DAN ORGANISASI DI ARAB

Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat mengoperasikan lebih dari 270 perwakilan kedutaan dan konsuler serta pos global lain dengan lebih dari 13.700 petugas. Dalam menjaga komunikasi dengan publik, Twitter dan Facebook kini telah menjadi instrumen utama yang digunakan oleh Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat untuk berkomunikasi dengan warga lokal dan warga negara asing. Setiap kedutaan sebenarnya memiliki kebebasan untuk menentukan siapa yang mengunggah konten. Meskipun demikian, Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat meminta agar saat mengunggah, staf kedutaan "dengan

serius memeriksa pesan yang disampaikan dan sejauh mana pesan-pesan ini dapat mendukung tujuan kebijakan luar negeri."^{xix}

Meghan Sobel, Daniel Riffe, dan Joe Bob Hester memberikan analisis data yang cukup komprehensif dalam menunjukkan penggunaan Twitter oleh kedutaan Amerika Serikat di 4 negara Arab, yaitu Mesir, Afghanistan, Libya, dan Suriah. Dari total 10.493 kicauan yang diunggah dari 1 Juni 2012 hingga 31 Mei 2013, terlihat bahwa fungsi dan interaksi yang dilakukan oleh akun-akun Twitter kedutaan Amerika Serikat di keempat negara ini berbeda-beda.^{xx}

Tabel 2: Perbedaan Jumlah Kicauan oleh Masing-Masing Kedutaan dan Bahasa yang Digunakan dari 1 Juni 2012 – 31 Mei 2013 (dalam Jumlah Kicauan)^{xxi}

Negara	Total Kicauan	25% Sampel	Kicauan Dalam Bahasa Inggris	Kicauan Dalam Bahasa Lokal
Egypt	2,671	668	588 (88%)	80 (12%)
Afghanistan	1,439	360	350 (97.2%)	10 (2.8%)
Libya	738	185	132 (71.4%)	53 (28.6%)
Suriah	175	44	32 (72.7%)	12 (27.3%)
Total	10,493	2625		

Tabel 3: Jumlah Kicauan yang Menggunakan Direct Mention di akun Twitter Kedutaan Amerika Serikat di Empat Negara Timur Tengah (dalam Jumlah Kicauan)^{xxii}

	Internal Mention	Eksternal Mention	Tanpa Mention	Internal + Eksternal
Mesir	52 (7.78%)	49 (68.26%)	136 (20.36%)	24 (3.6%)
Afghanistan	64 (17.78%)	103 (28.61%)	187 (51.94%)	6 (1.67%)
Libya	13 (7.03%)	72 (38.92%)	93 (50.27%)	7 (3.78%)
Syria	0 (0%)	0 (0)	44 (100%)	0 (0)

Tabel 4: Perbedaan Sumber Konten Kicauan Kedutaan Amerika Serikat di Empat Negara Timur Tengah (dalam Jumlah Kicauan)^{xxiii}

	Mesir	Afghanistan	Libya	Syria
Pemerintah Amerika Serikat	154 (23%)	153 (42.5%)	79 (42.7%)	35 (79,55%)
Pemerintah Lokal	0	2 (0.56%)	0	0
Warga Lokal	4 (0.59%)	18 (5%)	4 (2.16%)	0
Warga Asing	24 (3.59%)	23 (6.39%)	9 (4.86%)	6 (13.64%)
Berita	9 (1.35%)	55 (15.28%)	5 (2.73%)	1 (2.26%)
Lain-lain	10 (1.5%)	3 (0.83%)	3 (1.6%)	0
Tanpa tautan	467 (70%)	106 (29.44%)	85 (45.95%)	2 (4.55%)

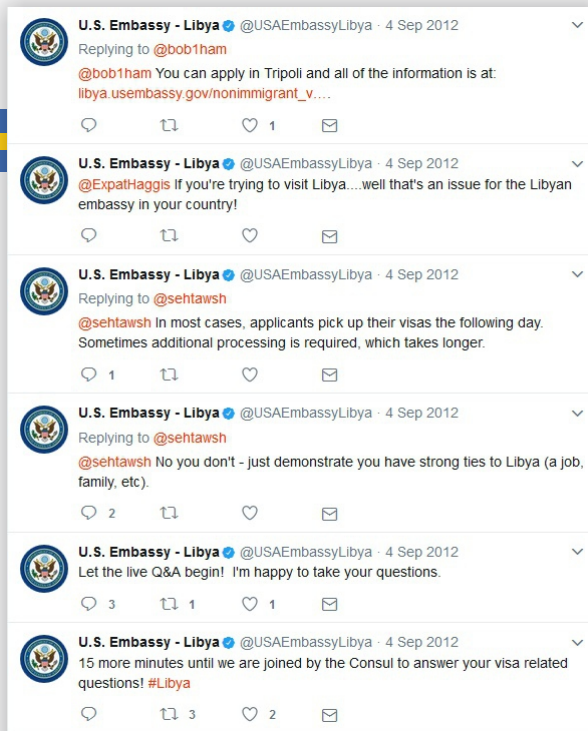
Tabel 5: Acara yang Paling Sering Dikutip dalam Kicauan-Kicauan Kedutaan Amerika Serikat di Empat Negara Timur Tengah (dalam Jumlah Kicauan)^{xxiv}

	Mesir	Afghanistan	Libya	Syria
Olimpiade 2012	2	2	4	0
Obama terpilih lagi	12	10	0	0
Serangan ke kedutaan Libya	1	3	3	0
Pengeboman Boston	2	0	0	0
Konflik Syria	4	0	0	30
Tanpa Acara	647	345	177	14

Dari data tersebut, terlihat bahwa penggunaan fitur *mention* ke individu atau organisasi eksternal dapat dimaknai sebagai upaya kedutaan untuk mempromosikan dan menciptakan dialog yang positif dengan warga negara dan organisasi di Arab, selaras dengan misi Amerika Serikat untuk memperbaiki hubungan internasionalnya di Arab. Di satu

sisi, kedutaan Suriah tidak menggunakan *direct mention* sama sekali, akibat fokus dari akun Twitter tersebut untuk memberitakan konflik yang tengah terjadi di Suriah. Selain itu berbagai kedutaan juga memanfaatkan media sosial untuk melakukan dialog langsung dengan warga lokal melalui sesi tanya jawab yang diadakan secara berkala.

Figur 5: Cuplikan Penggunaan Sarana Twitter oleh Kedutaan Amerika Serikat di Libya untuk Berdialog dengan Warga Libya dan Warga Asing Lainnya





■ UPAYA MEMPERBAIKI HUBUNGAN AMERIKA SERIKAT - IRAN MELALUI VIRTUAL EMBASSY DAN MEDIA SOSIAL BERBAHASA LOKAL

Hubungan diplomatik antara Amerika Serikat dengan Iran mengalami stagnansi semenjak serangan yang dilakukan pelajar Iran ke kedutaan Amerika Serikat yang berujung pada terminasi hubungan diplomatik antara kedua negara.^{xxv} Lebih dari 40 tahun kemudian, Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat mengumumkan sebuah kebijakan baru berdasarkan pesan hari raya Nowruz yang disampaikan oleh Obama untuk mendukung dan membangun sebuah jalan baru dalam menjalin hubungan dengan warga Iran pada tahun 2011.^{xxvi}

Langkah pertama yang dilakukan yaitu membuka platform media sosial berbahasa Farsi. Dengan menggunakan bahasa lokal, Amerika Serikat menunjukkan upaya untuk menghubungkan dirinya dengan masyarakat Iran dengan lebih luas. Selain itu, proses dialog juga semakin ditingkatkan dengan fitur “Ask Alan”, di mana setiap bulannya perwakilan Amerika

Serikat akan mengunggah sebuah video berdurasi 5-7 menit yang menjawab pertanyaan-pertanyaan paling populer yang diajukan di Facebook dan Twitter resmi milik kedutaan Amerika Serikat di Iran.^{xxvii}

Langkah berikutnya yang dilakukan oleh Amerika Serikat adalah dengan membuka sebuah situs web bernama *Virtual Embassy*, yang antara lain bertujuan untuk memberikan berbagai informasi mengenai kebijakan dan budaya masyarakat Amerika Serikat, memberikan kontra-narasi terhadap propaganda Iran tentang citra Amerika Serikat, serta memberikan informasi mengenai bagaimana cara untuk berkunjung ke Amerika Serikat dan mengurus visa melalui kedutaan di negara terdekat. *Virtual Embassy* juga menekankan pada informasi mengenai beasiswa dan program pertukaran pelajar, sebagai komponen penting dari agenda *Soft Power* Amerika Serikat.^{xxviii}

MEMBERIKAN BANTUAN TEKNOLOGI DAN PELATIHAN ANTI PENYENSORAN DALAM AGENDA INTERNET FREEDOM

Gejolak gerakan revolusi di berbagai negara Arab yang dikenal sebagai *Arab Spring* menunjukkan suatu fenomena baru di mana teknologi komunikasi dan media sosial dianggap memiliki andil besar dalam suatu gerakan politik. Meningkatnya penggunaan media internet dan media sosial dalam kegiatan protes tersebut kemudian memaksa berbagai rezim otoriter untuk melakukan penyensoran dan pembatasan dalam penggunaan internet di berbagai negara Arab agar dapat meredamkan gerakan protes.

Hillary Clinton kemudian menanggapi hal tersebut dalam pidatonya yang menekankan komitmen Amerika Serikat dalam mengimplementasi kebebasan berinternet dengan berkata bahwa Amerika Serikat akan terus membantu orang-orang di lingkungan internet yang dibatasi untuk dapat mencari celah, selangkah lebih maju dari penyensoran, kegiatan peretasan, dan dari mereka yang dilukai atau dipenjara atas apa yang mereka ekspresikan di ruang daring. Pada tahun 2011, pemerintah Amerika Serikat tidak segan-segan mengucurkan dana sebanyak \$25 juta untuk melawan penindasan internet, di mana jumlah tersebut menjadikan kawasan Timur Tengah sebagai fokus utama dalam pelaksanaan agenda ini.^{xxix}

Fokus pengembangan agenda kebebasan berinternet di Timur Tengah dibagi menjadi tiga; memberikan akses dan jaringan nirkabel dalam situasi apapun seperti penggunaan program *internet in suitcase*; melindungi anonimitas para aktivis dalam menggunakan program antisensor seperti program *Freegate* atau *Tor Browser*; serta pelatihan kepada para aktivis dalam menggunakan program *antisensor*, menghindari peretasan dan serangan *ddos*, serta bagaimana menghapus dan menghilangkan jejak dan bukti dalam situasi krisis seperti menggunakan aplikasi *panic button*, *IntheClear*. Pelatihan tersebut diberikan secara daring atau melalui *workshop*.^{xxx}



MENGEMBANGKAN TEKNOLOGI SOSIAL UNTUK MASYARAKAT SIPIL

Organisasi nonpemerintah, organisasi non profit, institusi agama, dan kelompok masyarakat lainnya membantu membentuk jalinan negara demokratis yang kuat dan stabil. Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat menganggap hal ini penting, dan bahwa membantu dan memperkuat kelompok masyarakat sipil di negara-negara yang lemah atau tertekan merupakan tujuan penting mereka. Sebagai bagian dari "21st Century Statecraft," Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat telah memprakarsai berbagai program yang memanfaatkan teknologi dan media sosial yang mendorong masyarakat sipil untuk menjadi lebih kuat dan membantu kelompok masyarakat sipil memaksimalkan peran efektifnya di Arab, seperti program *Civil Society 2.0* dan peluncuran jaringan seluler *Humari Awaz* yang berarti "Suara Kita".

Amerika Serikat juga berusaha meningkatkan emansipasi dan perlindungan terhadap wanita di negara Arab seperti Mesir di mana kekerasan seksual acap kali terjadi, dan para korbannya seringkali tidak berani untuk melapor karena takut disalahkan. Melalui program *HarassMap* yang menggabungkan media sosial, teknologi digital, dan relawan aktif untuk melawan kekerasan seksual di Kairo, usaha Amerika Serikat ini diwujudkan.

IMPLIKASI DARI IMPLEMENTASI PROGRAM eDIPLOMACY AMERIKA SERIKAT DI NEGARA-NEGARA MUSLIM DI TIMUR TENGAH

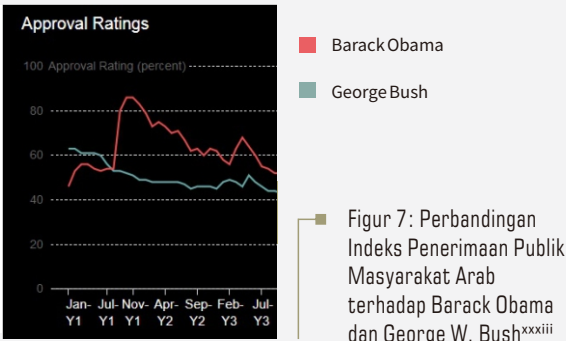
Implementasi *eDiplomacy* Amerika Serikat di negara-negara Timur Tengah memang merupakan suatu tantangan baru bagi Amerika Serikat, dan bagaimana implikasinya terhadap opini publik terhadap Amerika Serikat masih diperdebatkan, karena ada banyak faktor selain upaya *eDiplomacy* yang dapat menentukan persepsi masyarakat terhadap Amerika Serikat. Namun, selama periode kampanye *eDiplomacy* dan media sosial yang digalakkan Amerika Serikat di era kepemimpinan Obama, opini publik terhadap Amerika Serikat di bawah kepemimpinan Barack Obama menunjukkan peningkatan yang baik, terutama sejak inisiasi *eDiplomacy* tersebut mulai dijalankan. Apabila

dibandingkan dengan era Bush, terlihat adanya indikasi bahwa *eDiplomacy* mampu meningkatkan citra Amerika Serikat di mata negara Muslim.^{xxxi} Meskipun di era setelah Obama opini publik masyarakat negara Muslim terhadap Amerika Serikat mulai menurun, hal tersebut juga dipengaruhi oleh faktor lain selain *eDiplomacy*.

Peningkatan persepsi publik masyarakat negara Muslim terhadap Amerika Serikat juga dapat diindikasikan melalui

antusiasme yang mereka berikan terhadap media sosial Amerika Serikat. Pada awal tahun diluncurkannya media sosial yang ditujukan untuk negara Arab, jumlah pelanggan dan peminat dari kawasan Timur Tengah terhadap media sosial Amerika Serikat mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan kawasan lain, terutama apabila memperhitungkan faktor bahwa penetrasi internet dan kebebasan internet di Timur Tengah saat itu masih cenderung terbatas.

Figur 6: Indeks Peningkatan Persepsi Publik terhadap Amerika Serikat di era Implementasi *eDiplomacy* Amerika Serikat di Negara-Negara Muslim^{xxxii}



Figur 7: Perbandingan Indeks Penerimaan Publik Masyarakat Arab terhadap Barack Obama dan George W. Bush^{xxxiii}



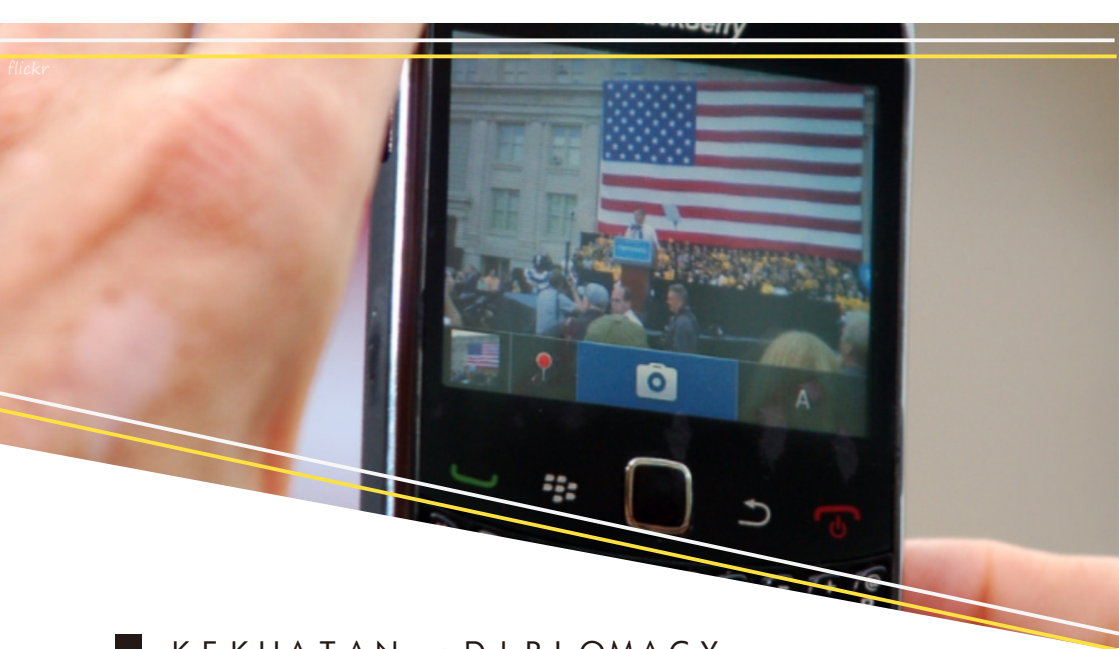
TANTANGAN DALAM PENERAPAN eDIPLOMACY

Dalam menjalankan *eDiplomacy* perwujudan dari agenda *soft power* dan melakukan diplomasi publik terhadap Timur Tengah, Amerika Serikat tentunya menghadapi berbagai tantangan. Tantangan pertama adalah ruang media sosial yang cenderung tidak dapat dikontrol, sehingga memberikan sebuah risiko bagi mereka yang terjun ke dalamnya. Penggunaan intonasi, tonal nada, dan pemilihan konten menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan oleh Amerika Serikat dalam meraih perhatian publik dalam menggunakan media sosialnya untuk berdialog. Bagaimana konten yang agresif mungkin dapat menuai perhatian publik yang lebih banyak namun disatu sisi juga dapat menimbulkan kontroversi yang membahayakan citra Amerika Serikat pun menjadi tantangan yang nyata.

Tantangan kedua yaitu bagaimana menjaga sinergi antara kedutaan, Kementerian Luar Negeri, dan visi misi politik luar negeri Amerika Serikat. Kementerian Luar Negeri memberikan kebebasan kepada setiap kedutaan dalam mengoperasikan media sosialnya untuk meningkatkan kecepatan respons dan memajukan tujuan strategisnya. Namun, risiko miskomunikasi dengan pemerintah pusat bisa terjadi apabila pengawasan secara *top-down* tidak teliti. Seperti yang terjadi di tahun 2013, di mana respons dari kedutaan kairo terhadap kontroversi konten satir tentang agama memiliki kontradiksi dengan respon Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat.

Kebebasan kontrol dari kedutaan terhadap media sosial memang perlu, terutama dalam menanggapi sebuah isu secara aktual dan cepat. Namun dalam penyampaiannya, terutama di berbagai isu sensitif seperti agama atau prinsip dasar politik luar negeri Amerika Serikat, tidak boleh sampai terjadi perbedaan pendapat antara Gedung Putih dengan kedutaan.

Tantangan selanjutnya yaitu bagaimana Amerika Serikat harus menghadapi pemerintah represif yang membatasi Internet di negaranya, sebagaimana internet itu sendiri merupakan media Amerika Serikat untuk menyebarkan *eDiplomacy*. Sebagai langkah perlawanan Amerika Serikat telah mencanangkan agenda *Internet Freedom*/kebebasan berinternet dan mengucurkan dana untuk mengembangkan program anti penyensoran. Program tersebut digunakan dalam mengamalkan prinsip kebebasan berpendapat yang sangat dijunjung tinggi oleh Amerika Serikat. Namun di sisi lain, hal itu memberikan masalah lain seperti isu terorisme yang menggunakan media sosial untuk menyebarkan propagandanya. Disini, dilema yang dihadapi oleh Amerika Serikat adalah bagaimana Amerika Serikat dapat membantu masyarakat sipil untuk menggunakan hak berekspresi di ruang daringnya secara bebas dan di saat yang bersamaan mengantisipasi persebaran propaganda yang dilakukan oleh para teroris di ruang daring.



■ KEKUATAN eDIPLOMACY

Meskipun tantangan yang dihadapi oleh Amerika Serikat cukup banyak, namun *eDiplomacy* juga telah terbukti memberikan berbagai kelebihan dalam membantu Amerika Serikat melaksanakan diplomasi publik dan menyebarkan nilai-nilai *soft power*-nya. Implementasi *eDiplomacy* telah memungkinkan penyebaran dan respons terhadap isu menjadi sangat cepat dan jangkauannya sangat luas.

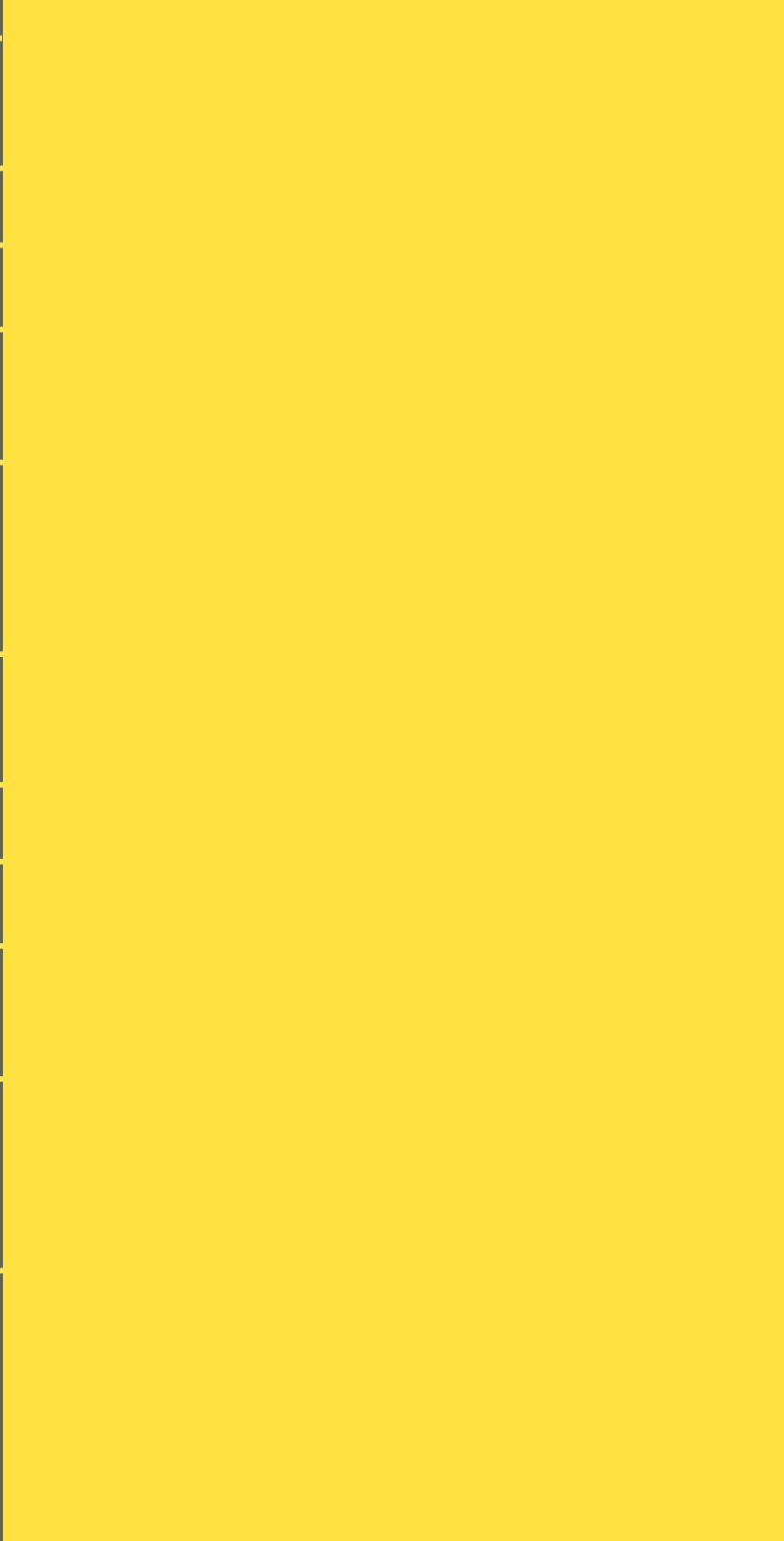
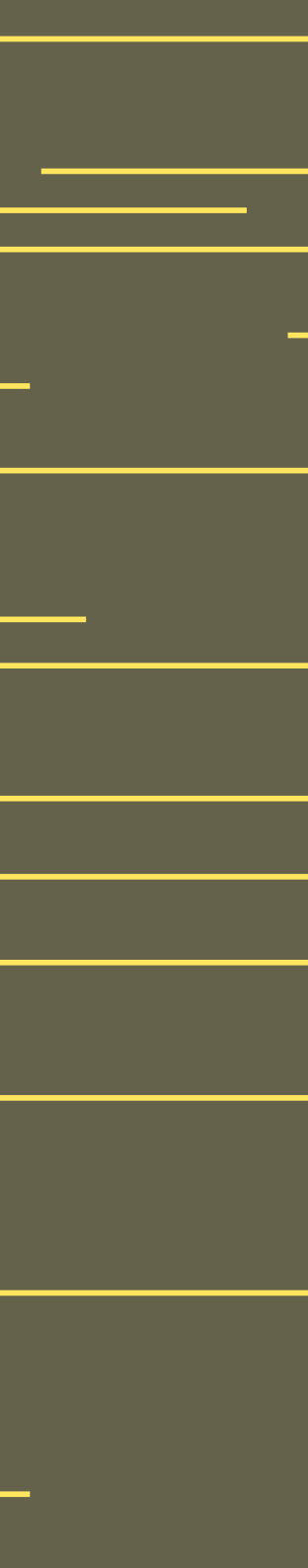
eDiplomacy juga dimanfaatkan oleh Amerika Serikat sebagai media komunikasi harian melalui aktivitas media sosial oleh kedutaan di berbagai negara di Timur Tengah. Kedutaan Amerika Serikat turut melibatkan berbagai belah pihak seperti individu dan organisasi dengan melakukan dialog di media sosial. *eDiplomacy* juga kemudian memperlihatkan bagaimana Amerika Serikat dapat terlibat dalam diskusi dengan warga Arab melalui *engagement* yang dilakukan di berbagai forum Timur Tengah.

Dengan secara konsisten menyebutkan negara-negara Timur Tengah di Twitter dan Facebook resmi miliknya, Amerika Serikat menunjukkan kepada publik bahwa fokus politik luar negerinya adalah memperbaiki hubungan dengan negara-negara Muslim di Timur Tengah. Usaha ini juga merupakan suatu bentuk penguatan kembali tujuan kebijakan luar negeri Amerika Serikat yang telah direncanakan dan diutarakan sejak jauh hari sebelumnya, dan hal ini merupakan upaya *Nation Branding* untuk melepaskan stigma negatif yang diperoleh di era sebelumnya.

Terakhir, *eDiplomacy* memungkinkan Amerika Serikat untuk memecahkan berbagai isu sosial dengan mengintegrasikan teknologi di berbagai aspek kehidupan masyarakat sosial. Dengan ini, Amerika Serikat juga mengenalkan nilai-nilai demokratis yang sangat dijunjung olehnya kepada masyarakat dunia dan Timur Tengah.

■ REFERENCES

- Fergus Hanson, 'Revolution @State: The Spread of Ediplomacy', Lowy Institute for International Policy, 2012, h.4.
- Emily T. Metzgar, 'Is it the Medium or the Message: Social Media, American Public Diplomacy and Iran', *Global Media Journal — American Edition*, vol. 11, no. 21 (2012), pp. 3–5.
- Hayden, 'Social Media at State', p. 3.
- Fergus Hanson, *Baked in and Wired: eDiplomacy @ State*, Lowy Institute for International Policy, 2012, h.14.
- Ibid.
- Hanson, *Baked in and Wired: eDiplomacy @ State*
- Ibid.
- Office of Digital Engagement, diakses dari <https://www.state.gov/r/pa/ode/index.htm>
- Joseph Nye, *The Future of Power*, PublicAffairs, 2011, p.115
- U.S State Dept, Secretary Clinton Speaks on Internet freedom, 2010, diakses dari <http://www.youtube.com/watch?v=ccGzOJHE1rw&feature=plcp>
- InTheClear App, diakses dari <https://f-droid.org/repository/browse/?fdid=org.safermobile.intheclear&fdpage=30>
- Bureau of Democracy, Human Rights and Labor and Bureau of Near Eastern Affairs Joint Request for Statements of Interest: Internet freedom Programs, diakses dari <https://www.grantsolutions.gov/gs/preaward/previewPublicAnnouncement.do?id=14367&timeZone=EST&cancelMapping=cancelToAnnouncements>
- Hanson, *Revolution @State: The Spread of Diplomacy*, p.30
- Ibid.
- Associated Press, 20K people outside US got Obama speech texts, *San Diego Union Tribune*, 2009, diakses dari <http://www.sandiegouniontribune.com/sdut-us-obama-online-060609-2009jun06-story.html>
- Lina Khatib, William Dutton, Michael Thelwall, *Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team*, *Middle East Journal*, Vol. 66, No. 3, 2012
- Akun Twitter Resmi US Departement of State. Diakses dari <https://twitter.com/StateDept/status/405136750130909184>
- Akun Facebook Resmi US Department of State. Diakses dari: https://web.facebook.com/pg/usdos/posts/?ref=page_internal
- U. S. Department of State, 'Fiscal year 2012 agency financial report'
- Meghan Sobel, Daniel Riffe, & Joe Bob Hester, 'Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight U.S. Embassies' *Twitter Feeds*, *The Journal of Social Media in Society* 5(2), 2016, h.75.
- Ibid.
- Sobel et al, 'Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight U.S. Embassies'
- Sobel et al, 'Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight U.S. Embassies'
- Sobel et al, 'Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight U.S. Embassies'
- Saranaz Barforoush, Iran, The U.S., and Online Diplomacy, *Civic Media Project*, 2015, diakses dari <http://civicmediaproject.org/works/civic-media-project/civicmediacaseirantheusandonlineidiplomacy>
- Nikki Sutton, President Obama's Nowruz Message, *Obama White House*, 2011, diakses dari <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2011/03/20/president-obama-s-nowruz-message>
- Joanne Allen, U.S. reaches out to Iranians in Farsi on Social Media, *Reuters*, 2011, diakses dari <http://www.reuters.com/article/usa-iran-farsi-idUSN1325750420110214>
- Corina Gazdoui, *Public Diplomacy 2.0: The United States Virtual Embassy in Iran*, *Annals of the Academy of Romanian Scientists Series on History and Archaeology* Volume 7, h. 76.
- Mark Landler, U.S. Policy to Address Internet freedom, *New York Times*, 2011, diakses dari <http://www.nytimes.com/2011/02/15/world/15clinton.html>
- Fontaine, *Internet freedom: A Foreign Policy Imperative in the Digital Age*.
- Deena Zaru, *How the Arab world views President Obama*, diakses dari <http://sotu.blogs.cnn.com/2014/06/07/the-arab-world-rates-president-obama/>
- Zogby Research Services, *how arabs view president Obama and America*, diakses dari <http://www.aaiusa.org/reports/5-years-after-the-cairo-speech-how-arabs-view-president-obama-and-america>
- InsideGov, U.S President Favourability in Arab Sphere, diakses dari <http://us-presidents.insidegov.com/compare/2-39/Barack-Obama-vs-George-W-Bush>



ABOUT C F D S

Center for Digital Society (CfDS) is the research center established by the Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Gadjah Mada. The institution is created under the concern over the contemporary dynamics of socio-political condition of the world that is accentuated by the impeccable influence of information technology. The phenomenon triggers the new patterns and complexities in the society, and thus requires new approaches in managing such complexities.

CfDS pledged to delve more on the study of contemporary digital society, including related issues surrounding the topic; such as the issues of smart city and urban development. The emphasis is then put on the utilization of technology to shape the society in becoming digitalized, as well as to bring solvency to social issues.

Vision

Solving Social Problem and Accelerating Prosperity through Indonesia Digital Society

Activities

1. Research and Development
2. Dissemination and Publication
3. Education and Policy Advocacy

Research Scopes

1. Digital Governance
2. Digital Economy
3. Future Technology



facebook.com/cfdsugm



cfds.fisipol.ugm.ac.id



@cfds_ugm



@cfds_ugm



cfds_ugm



CfDS UGM

