

Turnitin Originality Report

Processed on: 26-Mar-2021 20:36 WIB
ID: 1542976169
Word Count: 34298
Submitted: 1

Diplomasi Publik Digital By Iva
Rachmawati

1% match (Internet from 13-Oct-2020)

Similarity Index	Similarity by Source
8%	Internet Sources: 8% Publications: 1% Student Papers: 2%

<http://ajis.fisip.unand.ac.id/index.php/ajis/article/download/272/137>

< 1% match (Internet from 04-Jun-2016)

http://belantarafoundation.org/wp-content/uploads/160523_Master-Plan-Development-in-Sumatra-and-Kalimantan_IND_Yayasan-Belantara.pdf

< 1% match (Internet from 09-Oct-2020)

<http://mondayreview.com/post/diplomasi-digital-dan-citra-indonesia-di-kawasan-asia-pasifik>

< 1% match (Internet from 07-Mar-2018)

<http://www.qeh.ox.ac.uk/sites/www.odid.ox.ac.uk/files/DigDiploROxWP2.pdf>

< 1% match (Internet from 16-Jul-2019)

<https://www.scribd.com/doc/281020817/Renstra-Kementerian-Luar-Negeri-2015-2019>

< 1% match (Internet from 10-Jun-2020)

<http://www.jasso.or.id/about-jasso/about-us.html>

< 1% match (Internet from 08-Jan-2020)

<https://id.scribd.com/doc/230879935/RBK-Hasil-Hasil-Yg-Di-Capai>

< 1% match (student papers from 14-Apr-2019)

[Submitted to The University of the South Pacific on 2019-04-14](#)

< 1% match (Internet from 10-Nov-2020)

<http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/5586/Cover%20-%20Bab1%20-%203312035sc-p.pdf?isAllowed=y&sequence=1>

< 1% match (Internet from 30-May-2020)

<https://id.scribd.com/doc/274341832/Lakip-Kemenpera-Tahun-2013>

< 1% match (Internet from 13-Nov-2020)

<https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9MS0pfS2VtZW5sdV8yMDE4LnBkZg==>

< 1% match (Internet from 03-May-2019)

<https://forbil.org/en/article/142/memahami-diplomasi-digital-diplomasi-siber-dan-techplomacy-apakah-mereka>

< 1% match (Internet from 16-Nov-2020)

<https://www.kaskus.co.id/thread/584d48d11cbfaabd578b456a/ancaman-perang-sipil-di-indonesia-arab-spring-di-indonesia/2>

< 1% match (Internet from 28-Sep-2019)

<http://smbp.uwaterloo.ca/2018/07/digital-diplomacy-the-british-way/>

< 1% match (student papers from 30-Dec-2020)

[Submitted to IAIN Kudus on 2020-12-30](#)

< 1% match ()

<https://id.wikipedia.org/wiki?curid=109119>

< 1% match (Internet from 26-Sep-2019)

<https://academic.oup.com/isr/article/15/1/123/1791967>

< 1% match (Internet from 09-Jan-2020)

<https://cja.org/wp-content/uploads/2018/04/16-Expert-Report-of-Ambassador-Robert-Stephen-Ford-dated-March-17-2018-1.pdf>

<p>< 1% match (student papers from 02-Jun-2018) Submitted to University of London External System on 2018-06-02</p>
<p>< 1% match (Internet from 16-Mar-2021) http://sospol.upnyk.ac.id/detail-106-pelatihan-resolusi-konflik-untuk-pelatih.html</p>
<p>< 1% match (student papers from 12-Dec-2019) Submitted to Lakes College - West Cumbria on 2019-12-12</p>
<p>< 1% match (Internet from 18-Jul-2020) https://blsspainvisa.com/idn/bahasa/faq.php</p>
<p>< 1% match (Internet from 05-Oct-2018) http://eprints.umm.ac.id/37687/3/jiptummpp-gdl-muhammadas-50953-4-babiii.pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 15-Nov-2020) http://puslit.dpr.go.id/produk/jurnal-kepakaran/id/1/page/1</p>
<p>< 1% match () http://eprints.uns.ac.id/38444/1/I0212056_pendahuluan.pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 30-Apr-2020) https://www.viva.co.id/arsip/817765-presiden-jokowi-minta-negara-g20-saling-bekerja-sama</p>
<p>< 1% match (Internet from 27-Jun-2019) https://es.scribd.com/document/323604675/Laporan-Akhir-Studio-TKP-2015-pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 10-Dec-2020) https://www.slideshare.net/KhaririMakmun/tabloid-diplomasi-edisi-15-mei-14-juni-2017</p>
<p>< 1% match (Internet from 07-Dec-2020) https://rinisdanudjaja.blogspot.com/2011/</p>
<p>< 1% match (Internet from 18-Nov-2016) http://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/3/35046/20141016203949886997/JIDC_19-3_147.pdf</p>
<p>< 1% match (student papers from 10-Dec-2020) Submitted to Mount Kenya University on 2020-12-10</p>
<p>< 1% match (Internet from 24-Mar-2021) https://www.bd.emb-japan.go.jp/itpr_en/PR160320.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 10-Mar-2021) https://www.analesdepediatria.org/es-recomendaciones-sobre-el-manejo-clinico-articulo-S169540332030076X</p>
<p>< 1% match (Internet from 18-Nov-2020) https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jihi/article/download/28393/24357</p>
<p>< 1% match (Internet from 04-Oct-2020) https://ydemokrat.blogspot.com/2020/03/birlesik-krallkn-commonwealth-politikas.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 28-Oct-2019) https://link.springer.com/article/10.1057%2Fs41254-019-00122-w</p>
<p>< 1% match (publications) Iva Rachmawati, Frans Richard Kodong, Yuseptia Angretnowati. "Measuring The Effectiveness Of Influence In Digital Public Diplomacy", Proceeding of LPPM UPN "VETERAN" YOGYAKARTA CONFERENCE SERIES 2020 – POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE SERIES, 2020</p>
<p>< 1% match (student papers from 08-Jan-2021) Submitted to Universidad de Nebrija on 2021-01-08</p>
<p>< 1% match (Internet from 08-Aug-2018) https://digdipblog.files.wordpress.com/2017/08/the-digitalization-of-diplomacy-working-paper-number-1.pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 25-Oct-2020) https://kabar24.bisnis.com/read/20170517/15/654738/wamenlu-diplomasi-harus-jawab-tantangan-digital</p>
<p>< 1% match (student papers from 04-Feb-2021) Submitted to Defense University on 2021-02-04</p>
<p>< 1% match (Internet from 01-Mar-2021) http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/ET000601.pdf</p>

<p>< 1% match (Internet from 29-Jun-2012) http://www.ristek.go.id/file/upload/Referensi/2010/ARN.pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 01-Mar-2021) https://www.antaranews.com/berita/1287110/program-ikatan-persahabatan-jepang-jenesys-2019-program-masuk-asean-angkatan-ke-23-resmi-dimulai</p>
<p>< 1% match (Internet from 22-Jun-2016) http://fokusnusa.com/2016/06/02/jokowi-masuk-daftar-sebagai-salah-satu-pemimpin-dunia-paling-efektif/</p>
<p>< 1% match (Internet from 11-Nov-2020) https://sv.wikipedia.org/wiki/Coronavirusutbrottet_2019%E2%80%932020</p>
<p>< 1% match (Internet from 27-Nov-2020) https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/13620/08%20Naskah%20publikasi.pdf?isAllowed=y&sequence=14</p>
<p>< 1% match (publications) Sam Goundar, Bettylyn Chandra, Akashdeep Bhardwaj, Fatemeh Saber, Subhash Appana. "chapter 3 Digital Transformation of Diplomacy", IGI Global, 2020</p>
<p>< 1% match (Internet from 26-Nov-2020) https://www.tiket.com/info</p>
<p>< 1% match (Internet from 11-Nov-2020) https://qdoc.tips/kementerian-agraria-dan-tata-ruang-badan-pertanahan-nasional-pdf-free.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 17-Apr-2020) http://www.jsia.edu.in/wp-content/uploads/2019/06/Article-1-Japan-and-ASEAN-Evolving-Strategic-Partnership-from-Fukuda-to-Abe-Doctrine-by-Yasuyuki-Ishida.pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 18-Nov-2020) https://archive.org/stream/ChegaVol2/Bag7-1-hakPenentuanNasibSendiri_djvu.txt</p>
<p>< 1% match (Internet from 11-May-2020) http://en.kremlin.ru/events/president/news/15902</p>
<p>< 1% match (Internet from 14-Jun-2019) http://pthgh.space/robot-forex-olymp-trade/daftar-broker-penyedia-trading-forex-tanpa-modal.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 09-May-2014) http://www.diplomacy.edu/sites/default/files/23082010104529%20Grech%20(Library).pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 30-Jan-2019) http://miawariesta.blogspot.com/2015/01/review-buku-social-media-politica-gerak.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 16-Oct-2015) http://www.beritasatu.com/artikel-lainnya/afrika/15</p>
<p>< 1% match (student papers from 08-Jan-2019) Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta on 2019-01-08</p>
<p>< 1% match (Internet from 11-Nov-2020) https://firdausimaduddin.com/category/research/</p>
<p>< 1% match (Internet from 30-Apr-2016) http://wahyu-dhyatmika.blogspot.com/2007_04_29_archive.html</p>
<p>< 1% match () https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/552</p>
<p>< 1% match (Internet from 04-Dec-2020) https://www.kayak.fr/restrictions-de-voyage</p>
<p>< 1% match (Internet from 05-Feb-2021) https://smkn1palabuhanratu.sch.id/profil/</p>
<p>< 1% match (Internet from 06-Apr-2020) https://www.jagoanpengetahuan.com/2019/07/global-warming.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 24-May-2014) http://mukaddimah.kopertais3.net/index.php/muk/article/download/47/46</p>
<p>< 1% match (Internet from 12-May-2020) https://es.scribd.com/document/91535277/Rencana-Aksi-Rehabilitasi-Rekonstruksi-Pascabencana-Provinsi-Bengkulu-dan-Provinsi-Sumatera-Barat-2007-2009</p>

<p>< 1% match (Internet from 04-Oct-2020) http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7727/lpdsc243_Sapta_Implementasi%20Diplomasi%20Digit.pdf?isAllowed=y&sequence=1</p>
<p>< 1% match (Internet from 03-Nov-2014) http://www.downtoearth-indonesia.org/id/story/bisnis-hak-hak-asasi-manusia-dan-iklim-dalam-hubungan-inggris-indonesia</p>
<p>< 1% match (Internet from 09-Dec-2020) https://www.voaindonesia.com/a/kecam-pernyataan-presiden-perancis-indonesia-kirim-nota-diplomatik-/5641855.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 15-Apr-2016) https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/39079/URN_NBN_fi_jyu-201210022559.pdf?sequence=5</p>
<p>< 1% match (Internet from 27-Jan-2021) https://duniaperpustakaan.com/2002/12/dampak-teknologi-informasi-terhadap-penyebaran-informasi-di-masyarakat.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 20-Jan-2021) https://journal.ugm.ac.id/jkn/article/download/50344/26841</p>
<p>< 1% match (Internet from 02-Nov-2020) https://kabar24.bisnis.com/read/20201029/15/1311394/menlu-as-sebut-indonesia-sebagai-contoh-harmonis-beragama</p>
<p>< 1% match (Internet from 06-Mar-2020) https://pdfs.semanticscholar.org/12e9/966566e76f59a73a6fb6abf22ccf8dd892fa.pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 13-Apr-2019) http://dheayaniellen.blogspot.com/2018/</p>
<p>< 1% match (Internet from 22-Feb-2011) http://www.reuniuksw.i8.com/laporan/bagian2.html</p>
<p>< 1% match () http://monitoringtimes.com/mtglossary.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 26-Jan-2021) https://ipdefenseforum.com/id/2018/04/jepang-berkomitmen-terhadap-investasi-dan-pembangunan-di-afrika/</p>
<p>< 1% match (Internet from 06-Jul-2018) http://shaditours.com/%d8%b3%d9%81%d8%a7%d8%b1%d8%aa%d8%ae%d8%a7%d9%86%d9%87-%da%a9%d8%b4%d9%88%d8%b1%d9%87%d8%a7-%d8%af%d8%b1-%d8%a7%db%8c%d8%b1%d8%a7%d9%86</p>
<p>< 1% match (Internet from 15-Nov-2020) https://zombiedoc.com/revolusi-mental.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 15-Jul-2020) https://epdf.pub/the-practice-of-public-diplomacy-confronting-challenges-abroad-palgrave-macmilla.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 06-Nov-2020) https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.id</p>
<p>< 1% match (Internet from 11-Jan-2021) https://www.voaindonesia.com/a/ikuti-pertemuan-menlu-asean-indonesia-berharap-amerika-ikut-pelihara-stabilitas-di-kawasan/5578473.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 04-Nov-2020) https://rizkyliamalia.blogspot.com/2014/05/politik-demokrasi-dan-ham-menurut-islam.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 12-Jul-2020) https://id.123dok.com/document/oz1724vz-alasan-indonesia-dalam-melakukan-kerja-sama-dengan-melanesian-spearhead-group-msg.html</p>
<p>< 1% match (Internet from 31-May-2020) https://pt.scribd.com/doc/180425769/PKNKELASX-pdf</p>
<p>< 1% match (Internet from 18-Oct-2019) https://pt.scribd.com/document/382851370/LAPDAL-AKNOP-KENDARI</p>
<p>< 1% match (Internet from 29-Nov-2017) http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/2013-1-00881-SI%20Bab1001.pdf</p>

< 1% match (Internet from 22-Jul-2014)
<http://sidomi.com/88337/apakah-akun-twitter-julia-perez-diretas-hacker/>

< 1% match (Internet from 06-Feb-2021)
<http://jeni.martinamacchi.it/wirid-tenaga-dalam-tingkat-tinggi.html>

< 1% match (Internet from 23-Oct-2020)
<https://nung.edu.ua/department/creative-spark/%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96-%D1%96%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D1%96%D1%97>

< 1% match (Internet from 10-Apr-2018)
<http://eprints.umm.ac.id/35636/3/jiptumpp-gdl-zahrotulul-49337-3-babii.pdf>

< 1% match (Internet from 14-Oct-2010)
http://de.wikipedia.org/wiki/Veran_Matić

< 1% match (student papers from 29-Nov-2020)
[Submitted to London Business School on 2020-11-29](#)

< 1% match (Internet from 12-Nov-2020)
<http://www.bangkalankab.go.id/v6/site/getBerita>

< 1% match (publications)
[James Pamment. "British Public Diplomacy and Soft Power", Springer Science and Business Media LLC, 2016](#)

< 1% match (Internet from 14-Nov-2020)
<https://qdoc.tips/buku-studi-dan-pengembangan-ekonomi-kreatif-indonesiapdf-pdf-free.html>

< 1% match (Internet from 14-Oct-2020)
<https://hayabusa9.5ch.net/test/read.cgi/livemarket2/1584021852/>

DIPLOMASI PUBLIK DIGITAL Dr. Iva Rachmawati Dr. Machya Astuti Dewi Erna Kurniawati, M.Si Cover Belakang Diplomasi Publik Digital merupakan konsep dalam diplomasi publik yang menandai peran penting teknologi digital. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah memaksa diplomasi untuk tidak lagi bersifat elit agar dapat membangun citra yang lebih baik dan menjangkau publik dengan lebih luas Saat ini hampir semua negara mempraktekkan diplomasi melalui teknologi digital dan juga mengembangkan diplomasi publik melalui media sosial dan atau platform digital lainnya. Tidak saja institusi yang menjadi penyelenggara diplomasi publik digital, melainkan individu atau para diplomat aktif mengelola media sosial mereka masing-masing untuk mempromosikan kepentingan luar nasionalnya. Buku ini merupakan buku yang akan mengantarkan pembaca memahami pengaruh teknologi digital dalam praktek diplomasi, kontribusi penting teknologi digital dalam diplomasi sekaligus kerentanan yang diakibatkan oleh teknologi digital itu sendiri atas praktek diplomasi. Buku ini juga akan memberikan sejumlah studi kasus praktek diplomasi publik digital di sejumlah negara, yaitu Indonesia, Amerika, Jepang dan Inggris. Indonesia cukup aktif dalam mempergunakan media sosial dalam memberikan informasi kepada publik meski belum sepenuhnya mampu membangun engagement. Amerika juga sangat aktif bahkan dapat dikatakan agresif dalam menyebarkan nilai-nilai Amerika melalui media sosial. Sementara Jepang sangat strategis dalam mempergunakan media sosialnya untuk membangun citra negara. Sedangkan Inggris dapat menjadi contoh bagi pengembangan diplomasi digital yang cukup baik karena tidak hanya membangun KATA PENGANTAR Diplomasi digital merupakan salah satu bentuk diplomasi baru yang tidak dapat dilepaskan dari aktifitas setiap negara saat ini. Lompatan teknologi komunikasi dan informasi mendorong diplomasi harus mengadaptasi situasi baru dimana diplomasi tidak lagi berada di tangan para elit, melainkan berada di tengah-tengah masyarakat. Setiap orang dapat menjadi aktor penting dalam perubahan kebijakan negara, setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berperan penting dan saling memengaruhi. Diplomasi tidak lagi menjadi kegiatan terbatas oleh aktor tertentu melainkan kegiatan yang diselenggarakan secara luas. Sejalan dengan munculnya kesadaran atas pentingnya citra negara menjadikan diplomasi digital memperoleh mementumnya. Diplomasi publik digital menjadi sebuah jalan bagi diplomasi publik untuk menjangkau lebih banyak orang dan membangun persepsi yang konstruktif yaitu dengan keterlibatan individu. Diplomasi publik digital memperoleh jalannya melalui media sosial, blog, you tube dan sejumlah platform lainnya. Setiap negara berlomba untuk membangun citra dan menjangkau publik yang lebih luas dengan memanfaatkan fasilitas tersebut. Bahkan, peran aktor secara individual menjadi sangat signifikan dalam kontestasi ide dalam dunia maya. Kelebihan dan kelemahan diplomasi digital dan menopang diplomasi publik menjadi salah satu bagian penting dari buku ini. Sebagai gambaran praktek diplomasi publik digital, buku ini menyajikan sejumlah studi kasus mengenai penyelenggaraan sejumlah diplomasi publik digital, antara lain di Indonesia, Amerika, Jepang dan Inggris. Di Indonesia, penyelenggaraan diplomasi digital sebagai bagian dari diplomasi publik dimulai sejak tahun 2017. Tahun ini menandai bahwa diplomasi digital tidak hanya sebagai alat untuk membantu pekerjaan diplomasi melainkan menjadi alat strategis dalam membangun diplomasi publik. Praktek diplomasi publik digital Indonesia telah banyak dilakukan yang dapat dilihat pada akun facebook dan twitter milik Kementerian Luar Negeri Indonesia. Diplomasi publik digital Amerika juga telah dimulai sekitar tahun 2007 dengan dibuatnya sejumlah i media sosial milik pemerintah Amerika. Selain untuk menyebarkan nilai-nilai Amerika, sejumlah media sosial milik menteri luar negeri dan diplomat Amerika sangat aktif menyebarkan pandangan dan kebijakan luar negeri Amerika.

Assad [Gambar V.1. Gambar V.2. Gambar V.3. Gambar V.4. Gambar V.5. Gambar V.6. Gambar V.7. Gambar V.8. Gambar V.9.](#) Laman Kementerian Luar Negeri Jepang Unggahan @JapanGov. Unggahan @Japan.PMO. Unggahan @Mofa.Japan.en Laman Twitter Kementerian Luar Negeri Jepang Unggahan @Japan.PMO mengenai Respon terhadap Gempa Fukushima Unggahan @Mofa.Japan.en mengenai Respon atas Tragedi Fukushima Situs Web Kantor Perdana Menteri Jepang Unggahan @JPN.PMO Koordinasi Covid 19 Perdana Menteri Jepang 109 109 110 111 112 113 124 126 127 128 129 135 136 138 139 xi [Gambar VI.1. Gambar VI.2. Gambar VI.3. Gambar VI.4. Gambar VI.5. Gambar VI.6. Gambar VI.7. Gambar VI.8.](#) Twitter @UKinFrance Twitter @DrRizalSukma Halaman Depan Twitter Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris Halaman Depan Twitter PM Inggris Twitter tentang Informasi dan Pelayanan Publik terkait Virus Corona Instagram Kementerian Luar Negeri Inggris Dialog mengenai Brexit pada Laman Facebook Kemertian Luar Negeri Inggris Media Sosial sebagai Sarana Informasi Publik Inggris 155 156 156 159 160 160 161 162 xii [DAFTAR TABEL Tabel I.1. Tabel II.1. Tabel II.2.](#) Analisa SWOT Diplomasi Digital Contoh Digitalisasi Diplomasi Peta Penelitian Diplomasi Digital 22 47 48 xiii BAB I PENGERTIAN DAN PENGARUH DIPLOMASI DIGITAL Internet telah memainkan peran penting dalam membuka pintu bagi siapa saja, yang memiliki akses pada informasi yang sama, untuk terhubung dan melakukan bisnis serta aktifitas lain secara langsung satu sama lain. Friedman (2015,) dan Grech (2006:7) bahkan menandai bahwa [kemunculan internet yang populer di tahun 1990an menjadi sebuah revolusi besar.](#) Revolusi Informasi memungkinkan Internet dan teknologi informasi lainnya menjadi mesin yang kuat sebagai penyebab perubahan di arena urusan luar negeri. Jaringan elektronik global mengubah nilai-nilai, identitas, dan praktik sosial yang dilakukan manusia. Perkembangan teknologi secara bertahap dari pos ke telegram, kemudian beralih ke telepon genggam yang memberikan fasilitas berupa pesan singkat. Internet kemudian memungkinkan orang untuk bertemu secara lebih luas dan mudah melalui media sosial, pesan melalui video, foto, bahkan podcast saat ini sangat mudah dilakukan setiap orang. Twitter, Facebook, Instagram, Youtube dsb memberikan setiap orang kesempatan untuk berinteraksi secara lebih luas dengan orang lain secara real time. Internetpun merambah koran, TV, radio, dan telepon konvensional sebagai media komunikasi utama. [Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan](#) yang luar biasa [dalam](#) berbagai hal termasuk di dalamnya perubahan dalam diplomasi. Kemudahan mengirimkan informasi baik berupa narasi, foto dan video dan bertukar ide, telah merombak struktur diplomasi tradisional yang berbasis pada face to face diplomacy dan state centric. Teknologi mendapatkan tempat dalam diplomasi, sekaligus pengakuan terhadap non state actor dalam aktifitas diplomasi untuk pertama kalinya adalah [pada tahun 1992 pada KTT Bumi di Rio de Janeiro.](#) Pada saat itu, untuk pertama kalinya e-mail masyarakat sipil digunakan untuk melobi dalam negosiasi serta pada saat yang sama di Akademi Mediterania Studi Diplomatik, Malta, didirikan unit aplikasi komputer dalam diplomasi (Rashica 2018:78). Fenomena Arab Spring semakin meneguhkan pengaruh dunia digital dalam membangun persepsi dan bahkan memobilisasi massa. Sejumlah riset menengarai bahwa terorisme mempergunakan media sosial sebagai alat bagi propaganda dan rekrutmen secara aktif (Idahosa 2017, Ahmed dan Groshek 2018). Media sosial dipergunakan karena, pertama, media sosial merupakan media populer yang paling banyak dipergunakan oleh publik sehingga memungkinkan organisasi teroris menjadi bagian dari arus utama. Kedua, media sosial ramah terhadap pengguna karena gratis dan memiliki jangkauan yang luas (Weimann 2014:3) Situasi tersebut mendorong penggunaan teknologi digital oleh negara termasuk mengadopsi sosial media sebagai bagian dari alat diplomasi. Melalui Diplomasi Publik 2.0 dan pembentukan digital outreach team, Departemen Luar Negeri Amerika berusaha melawan perekrutan Al Qaeda secara online. Rashica (2018) juga menandai bahwa skandal WikiLeaks pada tahun 2010 menjadi tonggak penting bagi betapa era digital telah merombak bagaimana diplomasi diselenggarakan sehari-hari. Rusia bahkan mengucurkan sekitar 100 juta Euro per tahun untuk mengoperasionalkan media. Rusia mempekerjakan tidak kurang dari 12 biro iklan seperti Russia Today dan Sputnik yang tersedia di Eropa, Amerika Utara dan di seluruh dunia yang disiarkan dalam bahasa Inggris, Prancis, Jerman dan negara berbahasa NATO (North Atlantic Treaty Organization) lainnya (Hocking dan Melissen 2015). [Tidak ada lagi rahasia dan tidak ada lagi](#) diplomasi [yang](#) hanya diselenggarakan [oleh](#) negara saja. Perkembangan dunia digital benar-benar telah membawa diplomasi pada bentuknya yang baru. Bab ini menyajikan pemahaman mengenai diplomasi digital atau digital diplomacy dan perkembangannya. I.1. Pengertian Diplomasi Digital Sejumlah akademisi dan diplomat mempergunakan terminologi digital diplomacy ketika merujuk pertemuan antara teknologi digital dan diplomasi. Namun demikian, akademisi belum ada penggunaan terminologi tersebut dengan jelas. Sementara itu, bagi praktisi, kejelasan terminologi ini penting sebagai panduan dalam bagaimana diplomasi tersebut diselenggarakan, hal-hal rutin apa yang harus disesuaikan dan keahlian seperti apa yang harus dimiliki (Manor 2017). Berbagai macam definisi mengenai pengaruh teknologi digital dalam diplomasi dijelaskan dalam sejumlah konsep dengan penekanan yang berbeda-beda. E diplomacy (Hocking, Melissen, Riordan, & Sharp, 2012) misalnya, lebih menekankan pada penerapan konsep diplomasi dalam dunia digital. Sementara definisi yang lain lebih menekankan kepada karakteristik teknologi digital yang dipergunakannya seperti, public diplomacy 2.0 (Harris, 2013) yang berasal dari konsep web 2.0; net diplomacy yang menunjukkan keterkaitannya dengan internet; dan twidiplomacy (Sandre, 2012) yang merujuk pada Twitter sebagai media yang dipergunakan sebagai alat diplomasi. Terminologi lain lebih menunjukkan atribut atau hal yang terkait dengan digital diplomacy terkait seperti, 'selfie diplomacy', cyber diplomacy' dan 'real time diplomacy'. 3 Terdapat sejumlah definisi mengenai diplomasi digital, ada yang memahaminya secara luas tetapi ada juga yang memahaminya secara sempit, yaitu sekedar penggunaan media sosial dalam praktek diplomasi. Chakraborty (2013) menandai diplomasi digital sebagai bentuk baru dari diplomasi publik yang mempergunakan internet, memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi baru serta media sosial sebagai sarana untuk memperkuat hubungan diplomatik. Perbedaan utama dengan diplomasi publik klasik adalah terletak pada akses yang lebih besar ke informasi, interaksi yang lebih luas antara individu dan organisasi serta transparansi yang juga jauh lebih besar. Pemahaman yang sama juga dipakai oleh Hanson (2012) yang mendefinisikan diplomasi digital [sebagai penggunaan internet dan Teknologi Komunikasi Informasi baru untuk membantu](#) melaksanakan [tujuan](#) diplomatik. Hal ini mendudukkan diplomasi digital

sebagai aktifitas dengan mempergunakan teknologi digital untuk mendukung diplomasi offline melalui pengumpulan informasi dan pelaporan. Informasi tersebut meliputi kondisi dan perkembangan di negara tuan rumah dan juga negara pengirim. Selain dipergunakan sebagai pengumpulan informasi, diplomasi digital juga dapat menjadi sarana promosi persahabatan atau hubungan antar dua negara. Menurut Grant (2004), informasi dapat dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk melalui internet yaitu berita online, media sosial, blog pribadi dan website. Namun, hal ini juga membutuhkan pengalaman dan pengetahuan ahli sangat penting dalam mengidentifikasi, menganalisis dan menafsirkan isu-isu utama yang muncul dan implikasinya bagi perdamaian dan kemajuan serta untuk keamanan dan lainnya. manfaat untuk negara pengirim. Guna memberikan informasi dan saran kebijakan kepada pemerintah mereka, kementerian luar negeri bergantung pada keahlian staf mereka, jaringan misi diplomatik mereka, kerahasiaan komunikasi diplomatik, dan akses mereka ke pembuatan keputusan di negara lain (Grant, 2004). Internet kemudian dapat memberikan jalan yang jauh lebih mudah untuk memperoleh informasi dan pelaporan bahkan melakukan komunikasi antar diplomat. Skype misalnya, menjadi media bagi diplomat untuk melakukan pertemuan jarak jauh atau konferensi sehingga pendapat mereka didengar sebagai bagian dari pembuatan kebijakan pemerintah. Perubahan cara berkomunikasi dan keterlibatan aktor non negara menempatkan diplomasi digital sebagai "strategi mengelola perubahan melalui digital alat dan kolaborasi virtual " (Holmes 2015:15). Dampak dari teknologi tersebut mendorong perubahan pada manajemen dalam pembuatan keputusan luar negeri dan juga pelaksanaannya (diplomasi), maka Bjola dan Holmes (2015) mendefinisikan digital diplomasi sebagai alat untuk mengubah manajemen diplomasi. Sedangkan Manor (2017) mendefinisikan digital diplomacy sebagai keseluruhan dampak ICTs (Information and Communication Technologies) dalam penyelenggaraan diplomacy baik dalam penggunaan email hingga aplikasi smarphone. Secara lebih spesifik, Potter (2012) menjelaskan diplomasi digital sebagai penyelenggaraan diplomasi melalui teknologi jaringan internet. Kemajuan situs web oleh kementerian luar negeri, kedutaan dan delegasi organisasi internasional saat ini telah menjadi praktik standar. Sebagian besar isi situs web kementerian luar negeri berfungsi untuk menjelaskan dan mencatat kebijakan luar negeri nasional mereka dan membantah tindakan atau klaim yang tidak dapat diterima oleh negara bagian lain (Barston, 2014), selain tentu saja struktur kementerian luar negeri dan fungsinya, aktifitas yang mereka lakukan dan sejumlah peraturan baru terkait dengan arah kebijakan luar negeri. Sedangkan situs web milik kedutaan lebih mengenai persoalan pelayanan terhadap warga negara dan informasi terkini mengenai keadaan dalam negeri dan aktifitas di negara akreditasi. Kesadaran atas pengaruh besar teknologi digital dalam pembuatan kebijakan luar negeri dan pelaksanaan diplomasi mendorong sejumlah negara mengadopsi teknologi digital tersebut dalam kebijakannya, termasuk Indonesia yang menyebutkannya sebagai diplomasi digital. Secara sederhana Adesina (2016) menyebutkan diplomasi digital adalah upaya untuk memecahkan persoalan kebijakan luar negeri dengan mempergunakan internet. Hal ini tidak jauh berbeda dengan diplomasi konvensional, hanya saja diplomasi digital mempergunakan media lain untuk melakukan publikasi, membangun ikatan dengan pihak lain dan melakukan evaluasi terhadap kebijakan luar negeri. Internet menjadi bagian penting dalam kebijakan luar negeri diuraikan Hanson dalam Adesina (2017), yaitu: (1) [Manajemen pengetahuan](#), yaitu [untuk memanfaatkan pengetahuan](#) yang dimiliki oleh [departemen/ kementerian dan seluruh pemerintah](#) secara optimal [untuk mengejar kepentingan nasional di luar negeri](#). (2) [Diplomasi publik](#), yaitu [untuk](#) mempertahankan [kontak dengan audiens](#) ketika mereka bermigrasi online. Memanfaatkan alat komunikasi baru untuk mendengarkan dan menargetkan audiens tertentu/penting dengan mempergunakan pesan dan mempengaruhi influencer online. (3) [Manajemen informasi](#), yaitu [untuk membantu](#) mengagregasi aliran [informasi yang luar biasa](#). Hal ini berguna [untuk](#) membantu [pembuatan kebijakan dengan](#) informasi yang [lebih baik dan untuk membantu mengantisipasi dan menanggapi](#) aksi [sosial](#) yang muncul [dan](#) gerakan [politik](#). (4) Komunikasi dan tanggapan konsuler, yaitu guna membuat saluran komunikasi langsung dan pribadi [dengan warga yang bepergian ke luar negeri, dengan komunikasi yang dapat dikelola dalam situasi krisis](#). (5) [Respons bencana](#), yaitu guna [memanfaatkan kekuatan teknologi penghubung dalam respons bencana situasi](#). (6) [Kebebasan internet](#), yaitu [penciptaan teknologi untuk menjaga internet tetap bebas dan terbuka. Ini memiliki tujuan untuk mempromosikan kebebasan berbicara dan demokrasi serta merusak rezim otoriter](#). (7) [Sumber daya eksternal](#), yaitu [menciptakan mekanisme digital untuk memanfaatkan dan memanfaatkan keahlian eksternal](#) dalam [memajukan tujuan nasional](#). (8) [Perencanaan kebijakan](#), yaitu [memungkinkan pengawasan yang efektif, koordinasi dan perencanaan](#) internasional [kebijakan](#) lintas pemerintah, dalam menanggapi internasionalisasi birokrasi. Merujuk pada sejumlah definisi tersebut maka, digital diplomasi dalam arti yang luas tidak hanya sekedar merujuk pada aktifitas diplomasi pada media sosial semata, melainkan merujuk pada kebaruan teknologi informasi dan komunikasi yang dimanfaatkan dalam diplomasi. Aktifitas tersebut meliputi praktik diplomasi yang dipengaruhi oleh ketersediaan platform-platform digital, komunikasi melalui dunia maya, pengumpulan informasi, dan analisis informasi yang diperoleh melalui internet. Ketersediaan fasilitas yang luar biasa tersebut di satu sisi telah memberikan kemudahan, namun di sisi lain menciptakan berbagai tantangan bagi pembuat kebijakan di dalam dan di luar negeri, dimana mereka 7 harus bersaing dengan platform digital yang memungkinkan keterlibatan publik yang lebih luas dalam berbagai isu (Hayden 2018). Aktifitas publik yang luar biasa, terutama melalui blog dan media sosial, telah mendorong negara untuk turut memberikan perhatian pada pembangunan persepsi publik melalui media sosial. Terlebih ketika hampir seluruh publik di dunia sangat erat dengan informasi melalui media sosial. Meluasnya penggunaan teknologi digital oleh publik yang berdampak pada semakin meluasnya pengaruh mereka atas wacana internasional, mendorong diplomasi publik mengadopsi fasilitas media sosial guna mendukung aktifitasnya. Penggunaan media sosial [sebagai bagian dari diplomasi publik guna membangun persepsi](#) tertentu pada [publik](#) internasional membawa sebagian akademisi memaknai digital diplomasi dalam arti sempit, yaitu aktifitas diplomasi dengan mempergunakan media sosial. Media sosial [menyediakan platform untuk komunikasi tanpa syarat, dan telah menjadi alat komunikator yang paling kuat](#). Ada berbagai macam media sosial yang bertaraf internasional aktor menggunakan, tetapi yang paling populer adalah: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Periscope dan Snapchat. Media sosial memungkinkan negara berkomunikasi langsung kepada publik dan

menyebarkan informasi secara cepat. Informasi bahkan dapat berlipat ketika publik mengunggah ulang konten informasi tersebut. Pengaruhnya pun akan semakin kuat ketika publik mengunggah ulang dan memberikan komentar positif karena kepercayaan publik telah tumbuh atas konten terkait. Catatan [Holmes \(2013:6\)](#) dan [Hanson \(2011\)](#) mengenai [e diplomacy](#) menunjukkan bahwa [e diplomacy](#) merupakan diplomasi yang diselenggarakan melalui media sosial. Jejaring yang mampu dihasilkan oleh media sosial menjadi salah satu alasan bagi diplomat untuk mulai menyebarkan informasi dengan mempergunakan internet. 8 Selain dapat dengan mudah menyebarkan informasi, media sosial juga memungkinkan publik yang sebelumnya hanya menjadi target dari diplomasi, justru menjadi bagian dari upaya diplomasi itu sendiri. Keluasan informasi dan keluasan bergerak dalam dunia maya, mengakibatkan situasi menjadi lebih bebas bagi siapapun yang memasukinya. Berkat biayanya yang juga rendah, pengguna media sosial semakin [aktif dalam mencari informasi dan mengolah data yang](#) mereka peroleh. Mereka memiliki kemampuan untuk menyuarakan opini mereka sendiri dan membuka komunikasi baru di dalam arena publik. Pemerintah yang tidak ingin kehilangan relevansi dan akses berharga justru mulai memberikan peluang bagi partisipasi publik dalam ruang-ruang yang sengaja dibuka dan diorganisir. Maka, muncullah upaya-upaya pemerintah untuk menumbuhkan mutual understanding, kesadaran, keterikatan dan kerjasama atau kolaborasi pada jejaring sosial. Upaya semacam ini sangat lekat dalam area diplomasi publik dimana pemerintah harus mampu mengelola hubungannya dengan publik guna mempromosikan agenda kebijakan dan perubahan kebijakan. Jika diplomasi publik mengadopsi media sosial maka, upaya-upaya tersebut berpindah dari offline menjadi online. Sejumlah platform dibuat dengan tujuan untuk merengkuh publik dan membangun persepsi publik [sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah](#). Hal [ini](#) tentu tidak mudah karena media sosial menyediakan kesempatan besar bagi publik untuk mengungkapkan pandangan politiknya sehingga tidak jarang media sosial justru menjadi media kontestasi kebijakan negara. Pemahaman sempit mengenai diplomasi digital juga diajukan Segev dan Manor (2015) yang mendefinisikan diplomasi digital sebagai penggunaan [media sosial oleh negara untuk](#) memperoleh kepentingan [luar negerinya dan mengelola citra](#) nasionalnya. Mereka mencatat bahwa diplomasi digital ada di dua tingkat: yaitu dari kementerian [luar negeri dan kedutaan besar yang](#) berlokasi [di](#) seluruh dunia. [Dengan](#) beroperasi di dua level ini, negara dapat mendiseminasikan kebijakan luar negeri dan memengaruhi publik [di dalam](#) negeri [dan luar negeri](#) serta dapat menyesuaikan [kebijakan](#) luar negeri dan pesan-pesan dengan karakteristik unik audiens lokal sehubungan dengan sejarah, budaya, nilai-nilai dan tradisi. Sebaliknya, pemerintah dapat memperoleh opini dan respon atas diseminasi informasi dan citra yang mereka promosikan. Platform media sosial memungkinkan siapapun untuk melakukan komunikasi, sehingga digital diplomasi membawa para diplomat berkomunikasi langsung baik dengan diplomat lain maupun publik terkait dengan kebijakan luar negeri atau informasi lain terkait dengan aktifitas diplomasi dan isu internasional yang sedang terjadi. Waters dan Lemansky (2011) menyebutkan media sosial memungkinkan para diplomat untuk mengamati peristiwa, mengumpulkan informasi, dan mengidentifikasi influencer kunci. Mereka juga menyediakan saluran untuk mempengaruhi netizen melalui cara-cara tradisional. Mereka dapat membantu dalam proses konsultasi, perumusan kebijakan, dan membantu berbagi ide. Melalui media sosial, netizen dapat (1) berinteraksi dengan pesan pada platform yang sama, (2) menyebar konten mereka sendiri, dan (3) membuat jaringan mereka sendiri (Arsenault, 2009). Rybalko dan Seltzer (2010) meyakini bahwa situs web dan jejaring sosial memberikan informasi yang bermanfaat kepada publik dan mudah digunakan. Lewis (2014) mendefinisikan diplomasi digital sebagai penggunaan alat komunikasi digital (media sosial) oleh diplomat untuk berkomunikasi satu sama lain dan dengan masyarakat umum. Berikut contoh cuitan Duta Besar Cina untuk Amerika, Cui Tiankai, dan cuitan Menteri Luar Negeri Amerika, Mike Pompeo. Cui Tiankai menunggah video interviewnya melalui Twitter mengenai kebijakan pemerintah Cina terhadap Uyghur dan sebaliknya Mike Pompeo mencuitkan kritiknya mengenai kebijakan pemerintah Cina terhadap kelompok minoritas. Melalui akun pribadi (bukan akun institusi) keduanya mampu menarik perhatian sejumlah netizen untuk berkomentar, menyebarkan ulang dan menilai serta membuat keputusan sendiri untuk mendukung atau tidak mendukung kebijakan luar negeri sebuah negara. Gambar. 1.1. Tweett Tiankai dan Pompeo Sumber: Twitter.com, 2019. Fasilitas media sosial yang mampu memberikan kesempatan setiap pesertanya untuk saling bertukar pesan, ide atau opini menjadikan seolah-olah mereka dapat bertemu secara langsung, terlebih lagi ketika media sosial memiliki fasilitas untuk melakukan video call atau video conference, podcast dan lain sebagainya. [Richard H. Solomon \(1997\)](#), presiden [United States Institute of Peace \(USIP\)](#) menyebutnya sebagai [virtual](#) diplomasi yaitu "interaksi sosial, ekonomi, dan politik yang dimediasi melalui elektronik". Meski tidak nyata (langsung), diplomasi virtual, bagaimanapun, adalah diplomasi nyata - dalam arti terdapat interaksi otoritatif antara pejabat pemerintah yang berbeda. Sementara itu, Virtual Diplomacy Initiative, mendefinisikan diplomasi virtual sebagai perubahan diplomasi yang terkait dengan munculnya jaringan global. Istilah ini mencakup [pengambilan keputusan, koordinasi, komunikasi, dan praktik hubungan internasional yang](#) dilakukan dengan [bantuan teknologi](#) informasi [dan](#) komunikasi "([United States Institute of Peace, 2006](#)). Sedangkan [Smith \(1999\)](#) menandai bahwa ruang [virtual](#) semakin memberikan kesempatan pada setiap rang untuk dapat menjadi diplomat bagi kepentingannya mengngita platform media sosial memungkinkan setiap orang untuk berpartisipasi dalam mengeluarkan pendapat dan atau opininya. Ia mendefinisikan diplomasi virtual sebagai perilaku apa yang di masa lalu telah dianggap sebagai diplomasi klasik tetapi sekarang suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara yang berbeda baik karena perubahan teknologi dan karena sedang dipraktekkan oleh lebih banyak orang, termasuk banyak yang tidak diplomat profesional. Media soal juga mampu membuat sebuah framing mengenai isu tertentu. Tidak mudah untuk melakukan hal ini dalam sebuah media sosial yang terbuka, namun hal ini dapat menjadi sebuah tantangan yang menarik bagi kementerian luar negeri untuk mampu menarik perhatian netizen atas isu tertentu dan melalui cara pandang tertentu. Upaya ini juga tidak luput dari kritikan dimana, e diplomasi atau diplomasi melalui media sosial merupakan diseminasi informasi secara top down atau propaganda melalui media sosial. Pendekatan rasionalis menurut Holmes (2013:9) dapat dipakai untuk menjelaskan munculnya kecurigaan semacam ini. Pandangan rasionalis telah menempatkan diplomasi sebagai tindakan negosiasi, dimana kedua belah pihak berlomba-lomba untuk memperoleh posisi yang lebih baik. Praktik diplomasi ditempatkan sebagai upaya konstruksi

pengetahuan mengenai hubungan antar negara, pengumpulan informasi, otomatisasi jalur kerja dan rutinitas, penyebaran informasi dan membangun kelembagaan. Hal ini kemudian berpengaruh pada penggunaan teknologi digital sebagai sarana untuk membantu kinerja diplomasi yaitu mengelola aliran informasi sebagai input penting dalam pembuatan kebijakan luar negeri dan sebaliknya, teknologi digital lebih dilihat sebagai sarana untuk menyebarkan informasi terhadap publik atau kelompok-kelompok tertentu. Dengan demikian, sejumlah media sosial milik kementerian luar negeri atau kedutaan besar sebuah negara semata-mata dibuat hanya untuk menyebarkan informasi. Kesan komunikasi satu arah menjadi diplomasi melalui media sosial dianggap sebagai propaganda dalam bentuk baru yaitu dengan menyertakan publik yang kemudian mengunggah ulang konten tersebut. Berbeda dengan pendekatan rasional, pendekatan struktural atas diplomasi memandang diplomasi sebagai sesuatu yang epifenomenal terhadap politik kekuasaan namun ia diyakini memiliki pengaruh terhadap sistem internasional. Pendekatan ini menggarisbawahi efek spesifik dari lingkungan psikologis terhadap individu. Hal inilah yang dipakai oleh Ted Hopf untuk menjelaskan logika kebiasaan dalam sistem internasional (Holmes 2013:8). Teori hubungan internasional berfokus pada analisa, sadar, rasional dan terkontrol namun interaksi sosial lebih bersifat reflektif, otomatis, tidak sadar dan berjalan berdasar kebiasaan. Proses bawah sadar nyatanya penting dalam interaksi sosial dan diplomasi antar individu dimana secara tidak sadar individu saling berbagi informasi dalam pertemuan tatap muka. Pendekatan struktural sesungguhnya telah memberikan banyak perubahan dalam konsep diplomasi publik, dimana diplomasi publik tidak hanya diselenggarakan untuk mendiseminasikan kebijakan negara dan membangun reputasi atau citra seperti pada pendekatan rasional. Diplomasi publik telah berkembang ke arah upaya-upaya penumbuhan mutual understanding atau saling kesepahaman, pembangunan trust atau kepercayaan dan engagement atau keterikatan. Diplomasi publik juga diarahkan pada pembentukan kerjasama dan kolaborasi antar berbagai institusi dan publik. Strategi yang dipergunakan pada diplomasi publik offline adalah dengan pertukaran budaya, pertukaran pelajar, pengiriman duta, forum demokrasi dan dan agama dan lain sebagainya. Pada ruang online, tujuan-tujuan ini dapat diselenggarakan melalui dialog yang diyakini mampu menjadi sarana bagi bertukarnya ide dan tumbuhnya saling kepercayaan dan pada akhirnya kerjasama. Pertimbangan bahwa media sosial mampu membawa pengaruh besar dalam diplomasi mendorong sejumlah akademisi untuk meempatkan diplomasi digital sebagai aktifitas diplomasi melalui media sosial. Apakah demi tujuan menyebarkan informasi dan mengumpulkan informasi atau demi tujuan seperti halnya diplomasi publik dalam kerangka struktura yaitu menumbuhkan kesepahaman, kepercayaan, keterikatan dan kolaborasi. Kemampuannya untuk menghadirkan dialog menjadi kata kunci bagi media sosial untuk dapat disebut sebagai sebuah digital (publik) diplomasi.

I.2. Pengaruh dan Implementasi Digital Diplomasi Digitalisasi tidak mengubah fungsi dasar diplomasi, tetapi tekstur diplomasi mengalami perubahan yang signifikan. Hocking dan Melissen (2015) melalui model 'diplomasi integratif' menyatakan bahwa dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi harus dilihat dalam konteks tren evolusi yang lebih luas. Sebagai bagian dari upaya untuk menghadapi perubahan adalah mengikuti perubahan tersebut dengan mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari upaya diplomasi negara. Terdapat dua dimensi penting dalam masuknya teknologi digital sebagai bagian dari diplomasi, pertama terkait dengan kebutuhan merespon kebijakan internasional kontemporer dan bagaimana hal ini berdampak pada struktur pemerintahan serta diplomasi. Kedua, berasal dari karakter kementerian luar negeri sebagai organisasi dan sifat profesi diplomatik.

Digitalisasi memang telah menambahkan ruang bagi dialog dan menawarkan efisiensi. Namun di sisi lain, diplomasi digital menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana alat baru seperti jaringan media sosial dapat meningkatkan kinerja diplomasi serta bagaimana legitimasi para diplomat dalam ruang-ruang digital. Perdebatan mengenai hal ini memang masih seringkali terjadi, namun sebagian akademisi menilai bahwa diplomasi digital memiliki implikasi luas pada pembuatan kebijakan luar negeri dan dengan demikian diplomatlah yang mesti meningkatkan kapabilitas mereka dalam jaringan internet. Merujuk Westcott (2018) pengaruh diplomasi digital pada pembuatan kebijakan luar negeri meliputi empat hal, yaitu pada area ide, informasi, jaringan dan pelayanan penyampaian pesan (service delivery). Pertama, diplomasi digital memiliki pengaruh pada perubahan ide baik ide yang berada dalam benak publik maupun para pembuat kebijakan. Apa yang terjadi di Irak tidak terlepas dari para pembuat kebijakan neo kooservatif yang memiliki pandangan keliru mengenai Islam di Amerika. Sebaliknya, para jihadist juga memiliki pandangannya sendiri atas Islam fundamentalis. Kebijakan atau argumen ideologis ini memang tidak dimenangkan di Internet, namun ide telah menghadirkan kebijakan yang memiliki dampak serius terhadap negara lain. Saat ini, ide menjadi sangat mudah disebarkan dan dipertukarkan melalui media sosial. Gerakan netizen di Cina yang memboikot Carefour, fenomena Arab 15 Spring dan sejumlah gerakan sosial lainnya dipengaruhi oleh media sosial. Hal ini juga menunjukkan bahwa publik dapat menjadikan dirinya sendiri sebagai diplomat dengan menyampaikan pandangannya di dalam media sosial, blog atau ruang dialog virtual. Diplomasi dalam ruang digital tidak lagi menjadi area pemerintah saja tetapi juga publik dan atau aktor non negara lainnya. Jika negara atau diplomat tidak mengambil bagian dari pertukaran ide semacam ini, informasi atas isu-isu terkait pembuatan kebijakan akan tertinggal. Negara dan diplomat sudah semestinya hadir di dalam ruang virtual sebagaimana mereka hadir dalam pertemuan antar diplomat, penyampaian pidato, kunjungan kenegaraan dan lain sebagainya. Internet memindahkan pidato offline ke dalam sejumlah situs web resmi dan dapat diakses dan diunduh oleh siapapun. Blog dan forum interaktif juga mulai digunakan seperti youtube, facebook, instagram dan lain sebagainya. Kedua, Diplomasi digital menyediakan tempat yang sangat luas bagi informasi bahkan analisis informasi yang berguna bagi pembuatan kebijakan. Demokrasi dan kebebasan berpendapat menjadikan ruang digital sangat dinamis. Hal ini menjadikannya tempat yang kaya atas berbagai informasi mengenai perubahan politik, ekonomi dan sosial dalam dunia internasional. Berlimpahnya informasi dalam ruang digital memberikan kesempatan besar bagi para periset untuk melakukan analisa atas kebijakan dan perubahan situasi politik, sosial dan ekonomi negara. Hasil ini dapat menjadi input bagi pembuatan kebijakan luar negeri, meskipun hal-hal semacam ini masih membutuhkan telaah atau kajian yang lebih mendetail oleh para diplomat atau mereka yang berkecimpung dalam pembuatan kebijakan luar negeri. Laporan media masas pada ruang virtual juga dapat menjadi pertimbangan meskipun laporan perwakilan di negara akreditasi

masih menjadi sumber informasi yang utama. Ketiga, diplomasi digital memungkinkan pembangunan jaringan yang dapat memberikan pengaruh signifikan pada pembuatan kebijakan luar negeri. Jaringan menyediakan kesempatan besar bagi terjadinya pertukaran informasi dan dialog, bahkan kerjasama dan aksi politik, sosial atau ekonomi. Internet menciptakan kemungkinan bagi para diplomat untuk terus melakukan kontak dengan kolega mereka di negara lain dan Departemen Luar Negeri dan dapatkan segera umpan balik. Dengan melakukan hal itu dapat meningkatkan kerja sama dalam pengambilan keputusan. Ini membantu untuk membuat aksi dan reaksi yang lebih cepat (Grech 2006:11). Dengan begitu, jaringan tidak hanya merupakan interaksi virtual saja namun dari interaksi virtual tersebut dapat memberikan dampak dalam kebijakan dan juga aksi. Jaringan yang dimiliki oleh pekerja migran dan institusi yang manaunginya dapat memberikan tekanan kepada pemerintah untuk membuat aturan perundangan yang lebih baik mengenai perlindungan pekerja migran. Demikian pula dengan jaringan yang dimiliki oleh lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dalam perlindungan perempuan, mampu memaksa negara untuk membuat aturan yang lebih baik mengenai hak-hak perempuan. Sejumlah jaringan dibentuk oleh pemerintah dengan menyertakan para pemangku kepentingan dan pembentuk opini ke dalam ruang dialog kebijakan virtual. Jaringan tersebut dibuat secara terbatas bagi anggotanya tetapi ada juga jaringan yang dibuat terbuka yang memungkinkan publik dapat terlibat di dalamnya. Wikipedia misalnya, menjadi salah satu jaringan terbesar dimana publik dapat turut serta membangun konten dan mengakses konten untuk kepentingan tertentu. Keempat, digital diplomasi memengaruhi proses penyampaian informasi yang juga memberi dampak penting dalam pembuatan kebijakan. Informasi yang mengalir sangat membuat jarak antara input dan pembuatan kebijakan semakin sempit. Gap antara situasi politik atau ekonomi dengan kebijakan yang dihasilkan menjadi semakin kecil. Sementara itu, halangan fisik dan hierarki jabatan pun semakin terkikis akibat alur informasi yang tidak berjarak. Internet juga memungkinkan adanya perampingan pos-pos dalam kementerian luar negeri dan kedutaan karena jaringan yang dapat dibuat secara virtual. Hal ini misalnya terjadi pada pelayanan pembuatan visa dan dokumen lainnya. Meski dokumen fisik masih diperlukan tetapi proses pembuatannya dapat dilakukan dengan jauh lebih sederhana dan cepat dan anggaran dana yang jauh lebih murah. Pengaruh teknologi digital dalam pembuatan kebijakan dan hadirnya publik sebagai subyek sudah semestinya mendorong diplomat untuk dapat menguasai internet. Tidak hanya untuk mengetahui di mana mereka dapat mengumpulkan informasi yang dapat diandalkan atau untuk memenuhi tenggat waktu pengambilan keputusan, tetapi juga untuk mengetahui bagaimana memberikan pengaruh maksimum pada debat publik melalui media itu. Negosiasi tatap muka akan tetap menjadi hak prerogatif mereka. Tetapi konteks di mana mereka melakukan itu, dan kekuatan yang bekerja dalam negosiasi itu, berubah semakin cepat. Meskipun teknologi digital tidak dapat dinafikan lagi dalam praktek diplomasi dan pembuatan kebijakan luar negeri, namun ia membutuhkan dukungan agar dapat berkontribusi secara positif. Mengacu pada Hocking dan Melissen (2015), terdapat empat faktor organisasi yang menentukan sejauh mana digitalisasi tertanam dalam sistem dan dapat berkontribusi pada kinerja diplomasi, pertama dukungan struktur internal. Struktur internal merupakan pondasi yang penting bagi diadopsinya teknologi digital sebagai bagian dari praktek diplomasi negara. Penggunaan teknologi ini membutuhkan dukungan dana dan juga kapabilitas serta kemauan dari seluruh jajaran kementerian luar negeri. Setiap sub departemen harus bekerjasama dan dijaga agar tetap terlibat dalam inovasi digital. Pada Januari 2014, setahun setelah dikeluarkannya deklarasi kebijakan luar negeri untuk meningkatkan diplomasi digital, Kementerian Luar Negeri Swedia menyelenggarakan Stockholm Initiative for Digital Diplomacy (SIDD) untuk melakukan penyelidikan implikasi budaya digital terhadap masa depan diplomasi. Acara tersebut dihadiri oleh sejumlah ahli dan mereka pembuat kebijakan dalam bidang diplomasi digital yang bertujuan untuk membicarakan perubahan diplomasi tradisional yang bersifat penuh kerahasiaan pada era sosial media yang penuh dengan keterbukaan. SIDD menghasilkan sebuah jaringan informal yang bertujuan untuk memberdayakan setiap anggotanya untuk beradaptasi dengan perubahan. Hal lain yang menjadi kontribusi SIDD adalah diplohack (<http://diplohack.org>) sebuah organisasi yang membantu kedutaan untuk membuka jaringan yang lebih luas dengan NGO (Non Government Organization) atau organisasi sosial internasional lainnya. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi dan kerjasama yang lebih luas dalam berbagai isu yang dihadapi bersama melalui diskusi melalui ruang-ruang virtual (Bjola dan Holmes 2015: 177). SIDD menunjukkan keberhasilannya dengan diperolehnya 118.000 unggahan dengan hashtag #diplohack dalam waktu satu minggu. Hal ini juga mengonfirmasi bahwa pembicaraan atau dialog yang biasanya dilakukan secara terbatas oleh perwakilan negara justru dapat berlipat pengaruhnya melalui ruang virtual. Kegiatan ini kemudian diselenggarakan lagi dengan mengembangkannya dengan membuka peluang bagi partisipasi lokal karena #diplohack ini bertujuan antara lain: memecahkan persoalan bersama demi kepentingan masyarakat secara global ataupun lokal dengan mempertemukan para diplomat dengan NGO, social antrepneur, dan lain sebagainya. Konsep utama diplohack ini adalah memecahkan rintangan diplomasi tradisional dengan mendekatkan diplomat dengan social enterpreneur, sosial media, teknologi industri dengan budaya start up mereka agar diplomasi dapat mengikuti perubahan dunia akibat teknologi informasi dan perubahan nilai sosial budaya yang diakibatkan olehnya. Mengapa diperlukan pendekatan antara diplomat dan non state actors? Ruang digital telah menciptakan [kewarganegaraan digital](#) atau [digital citizenship](#). Maka, diplomasi [tidak hanya berjalan pada satu arah](#), melainkan [negara harus menyesuaikan diri](#) atas semakin luasnya keterlibatan non state actors. [Apa yang orang pikirkan dan katakan, pendapat mereka, dalam hal platform digital penting dan dapat benar-benar mempengaruhi dinamika politik global. Oleh karena itu, mengembangkan perangkat digital yang sesuai dengan pengaturan agenda di platform digital menjadi penting.](#) Kedua, kehadiran diplomasi [digital](#) haruslah didukung oleh sejumlah tokoh atau elit pembuatan kebijakan untuk mempromosikan penggunaan teknologi digital tersebut dalam aktifitas diplomasi. Di Amerika, peran Hillary Clinton dalam menyebarkan kredo digital di Departemen Luar Negeri, dan penunjukan Alec Ross dan Jared Cohen memberi pengaruh penting untuk diperhatikannya teknologi digital dalam diplomasi. Di tempat lain, politisi seperti Carl Bildt di Swedia dan Perdana Menteri India Modi memberikan dukungan politik yang signifikan dengan aktif dalam 'Twiplomacy'. Kehadiran elit dalam mempergunakan media sosial dan teknologi digital lainnya dalam mendukung diplomasi dapat menjadi kontribusi tersendiri untuk terus

berkembangnya digital diplomasi pada negara tersebut. Namun demikian, terkait dengan hal tersebut maka dibutuhkan dukungan berupa kapabilitas yang mumpuni dalam menanggapi ribuan respon dan komentar yang diperoleh dengan memposting pernyataan dalam sebuah media sosial. Hal ini tidak mudah karena gap nilai dan budaya serta kendala bahasa dan teknis (keterbatasan bahasa tulisan). Merujuk pada poin nomor dua tersebut maka dukungan yang ketiga adalah diperlukannya keterampilan para diplomat dalam penggunaan teknologi digital, baik secara teknis maupun ketrampilannya memahami narasi dan memberikan respon. Munculnya diplomasi digital membutuhkan pengembangan keterampilan atas pengelolaan platform media sosial serta penggunaan teknologi digital secara efektif. Pengarusutamaan teknologi digital dalam subsistem kementerian luar negeri menghadapi tantangan yang besar seperti halnya jika institusi harus mengambil sebuah perubahan cara pandang dan kebijakan yang selama ini telah lama diterapkan. Namun, situasi ini harus dipahami bahwa dunia sedang berubah dengan sangat cepat dan diplomat harus dapat segera beradaptasi dengan perubahan tersebut. Mereka harus bisa masuk dalam lingkungan baru, mengembangkan jejaring dan visi strategis yang sejalan dengan agenda global. Mereka juga harus memahami dan mengadopsi nilai dan aturan global baru yang dibawa bersamaan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Keempat, dukungan atas manajemen resiko. Setiap inovasi teknologi membawa serta risiko, termasuk penggunaan teknologi digital dalam aktifitas diplomasi. Pertama, data atau informasi yang ditransfer melalui e mail atau platform lainnya rawan untuk diretas. Kebocoran informasi terbatas kepada publik tentu akan menimbulkan polemik dan ketidakpercayaan publik. Kedua, kesalahan narasi pada unggahan media sosial tentu akan menuai respon yang tidak sesuai dengan tujuan konten dan ketiga statemen atau kebijakan pemerintah akan selalu menuai pro dan kontra yang harus selalu bisa dikelola dengan baik dan direposn dengan positif. Dukungan terhadap keputusan untuk mengadopsi teknologi digital dalam kebijakan luar negeri dan aktifitas diplomasi tersebut akan membantu kementerian luar negeri untuk membangun platform yang sejalan dengan tujuan politik luar negeri dan mengurangi resiko. Bagimanapun juga, sejalan dengan analisis Grech (2006) terdapat kelebihan dan kelemahan dalam diplomasi digital. Melalui analisa SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats), ia menjelaskan sejumlah kekurangan dan kelebihan tersebut, antara lain: Tabel I.1. Analisa SWOT Diplomasi Digital

Strengths	Weaknesses
Biaya yang lebih murah	Mudah dan nyaman
Informatif	Tepat
Mudah diakses	Kelebihan
Opportunities	Akses internasional
Kesempatan	atas jaringan baru
Kemampuan interaktif	Akses terhadap publisitas
Weaknesses	Rendahnya kedekatan personal
Identitas pribadi sulit ditentukan	Membutuhkan pengelolaan yang terus menerus
Kompleks	Terbatas
Threats	Rentan untuk diretas
Misinterpretasi terhadap informasi	Harapan yang berlebihan oleh netizen
Hilangnya kredibilitas	Sumber: Grech 2006:25
Kekuatan: Misi diplomasi virtual jauh lebih murah	dibandingkan dengan misi yang dijalankan secara nyata (fisik).
Diplomasi virtual tidak terlalu membutuhkan banyak staf di dalam kantor	meskipun administrator pengelola web masih diperlukan.
Diplomasi virtual juga jauh lebih nyaman	karena ia bisa dioperasikan dari manapun dan kapanpun.
Ia tidak terbatas oleh kantor kedutaan atau keberadaan diplomat yang jauh sekalipun.	Virtual diplomasi juga dapat lebih banyak menyediakan data ketimbang diplomasi nyata, karena dalam sekali klik ia dapat beralih pada link penyedia data dan atau analisa atas isu tertentu. Ia juga dapat mengunggah informasi seperti kegiatan diplomatik, tujuan politik luar negeri dan lain sebagainya yang dapat diakses oleh siapapun. Hal ini juga mengurangi kebutuhan untuk membuat versi cetak yang tentu memerlukan banyak biaya. Setiap orang dapat membacanya dimana saja dan kapan saja tanpa perlu mencetaknya. Selain itu, pengelola web dan pemilik akun dapat memperbaharui informasi kapan saja dan sesegera mungkin sehingga keakuratan informasi jauh lebih baik. Media sosial, blog atau platform apapun juga jauh lebih mudah ditemukan hanya dengan mengetikkan alamat webnya yaitu melalui URL (Universal Resource Locator) maka mesin pencari akan segera menunjukkan tempat atau lokasi dimana kita bisa menemukan web atau berdialog dengan misi diplomatik siapapun. Dan tidak seperti misi diplomatik nyata, misi diplomasi virtual dapat tersedia selama 24 jam kapanpun netizen ingin meninggalkan komentar atau pesan atau membaca unggahan pada waktu kapanpun, hal tersebut dapat dilakukan. Kelemahan Misi diplomasi virtual tidak memiliki kesempatan untuk mengerti setiap peserta dengan lebih mendalam seperti yang dimiliki oleh misi diplomasi secara nyata. Sehingga, dalam diplomasi virtual lebih sulit memahami nilai yang dianut oleh setiap peserta. Melalui pertemuan face to face, nilai dan budaya lebih mudah ditransfer dan membantu mereka untuk saling memahami nilai dan budaya masing-masing. Diplomasi virtual menghadapi kesulitan untuk membangun relasi interpersonal terlebih lagi ketika identitas yang dipakai oleh netizen bukan identitas yang sesungguhnya. Dengan demikian, membangun kepercayaan pun juga menjadi tidak mudah. Memelihara platform digital membutuhkan ketelatenan dan keahlian khusus, maka sesungguhnya pengelola platform digital sudah semestinya adalah orang yang ahli pada bidangnya dan memiliki waktu yang cukup untuk terus menerus mengontrol dan merespon informasi dan komentar yang masuk. Oleh karena platform digital diplomasi berisi mengenai hal-hal penting terkait dengan kebijakan dan diplomasi negara, maka semestinya diplomat memegang tanggung jawab atas platform tersebut. Sayangnya, seringkali diplomat kurang memiliki keahlian di bidang IT dan waktu yang cukup untuk terus menerus memantau dan merespon netizen. Luasnya jangkauan yang dapat dicapai oleh teknologi digital, di sisi lain menghadirkan kompleksitas tersendiri bagi diplomat. Netizen yang mengakses platform diplomasi virtual memiliki latar belakang yang beragam, cara pandang yang beragam, kemampuan mengalihsasi fenomena internasional yang beragam karena tingkat pendidikan yang berbeda serta kemampuan bahasa Inggris yang beragam pula. Hal ini menjadikan diplomasi virtual tidak mudah dilakukan dibandingkan dengan diplomasi konvensional yang terbatas audiensnya. 24 Kegagalan untuk merespon netizen dengan tepat dapat mengakibatkan kekeliruan persepsi yang luas atau tidak lagi diaksesnya platform diplomasi virtual yang dimiliki oleh kementerian luar negeri, kedutaan atau diplomat. Kelemahan lain yang dialami oleh diplomasi virtual adalah keterbatasan akses, karena akses yang dapat dilakukan ketika pengguna memiliki akses internet. Hal ini tentu hanya dapat dilakukan pada tempat-tempat tertentu yang memiliki akses yang baik terhadap internet dan akan menyulitkan mereka yang berada di wilayah-wilayah yang belum memiliki fasilitas internet . Jadi, jika diplomasi virtual mengklaim bahwa mereka bisa menjangkau publik lebih banyak dan luas maka sesungguhnya situasi tersebut masih terbatas pada area dengan fasilitas internet yang baik.

Kesempatan Ruang virtual memberikan banyak kesempatan bagi siapapun untuk hadir ditengah-tengah pergaulan dunia tanpa memerlukan banyak biaya Bagi negara kecil diplomasi virtual menjadi kesempatan untuk hadir dimanapun tanpa perlu membuka perwakilan diplomatik secara resmi. Tanpa adanya perwakilan permanen, diplomasi virtual masih memiliki peluang untuk membuka jaringan baru kepada siapapun bahkan pada negara dimana mereka tidak memiliki perwakilan permanen. Diplomasi virtual dapat menawarkan pasar dan kerjasama kepada publik di negara dimana mereka tidak memiliki perwakilan permanen. Dengan demikian, kesempatan yang diberikan oleh diplomasi virtual jauh lebih besar. Jaringan yang luas tersebut juga memberikan kesempatan interaksi yang tinggi bagi penggunanya. Maka, setiap aktifitas melalui jaringan virtual dapat dilakukan dengan cepat dan intens. Hal ini menjadi dukungan positif bagi negara untuk memberikan kesempatan pada setiap warga negaranya memperluas jaringan bisnis atau kepentingan lainnya. Jaringan tanpa batas yang diberikan oleh internet juga dapat dilihat sebagai adanya kesempatan yang luas dan tanpa biaya bagi publisitas. Aktifitas menteri, presiden, duta besar dan para diplomat akan selalu mendapat sorotan ketika ia diunggah sebagai konten dalam platform digital. Tidak memerlukan jurnalis untuk meliput dan menyebarkannya melalui media massa konvensional. Setiap aktifitas diplomasi yang diunggah akan menyebar dengan berlipat dan cepat. Tentunya ketika ia dikemas dengan menarik sehingga netizen akan membaca dan menyebarkannya melalui media sosial mereka masing-masing. Hal ini juga akan menjadi promosi gratis bagi kementerian luar negeri dan kedutaan besar. Ancaman Ancaman terhadap diplomasi virtual adalah rentan untuk diretas. Teknologi digital memang memberi kemudahan dalam mengirim informasi menyimpan informasi, namun di sisi lain, pencuri informasi rahasia juga tidak harus melakukannya dengan menyusup ke gedung kedutaan atau kementerian luar negeri. Para hacker dapat melakukannya di belahan bumi manapun bahkan hanya dari sebuah cafe. Akses yang bagus atas internet dan kapabilitas sebagai hacker sudah cukup dipergunakan untuk membobol e-mail atau saluran komunikasi milik kedutaan. Atas hal ini, maka penting bagi kementerian untuk selalu mengupdate keamanan informasi digital milik mereka. Ancaman kedua adalah kemungkinan atas munculnya misinterpretasi terhadap informasi. Beragamnya latar belakang netizen berdampak pada cara mereka menginterpretasikan informasi yang disediakan. Kekeliruan interpretasi terhadap informasi dapat mengakibatkan respon tidak seperti yang diharapkan oleh pemberi informasi. Alih-alih mencari tahu kebenaran atas informasi yang 26 diperoleh, mereka cenderung mengambil sikap yang negatif terhadap informasi. Tingkat pendidikan dan kemampuan berbahasa Inggris netizen juga dapat memengaruhi sikap yang mereka tunjukkan terhadap akun milik kementerian luar negeri, kedutaan, duta besar atau diplomat tertentu. Ancaman lain justru muncul dari netizen sendiri yang berharap banyak pada kementerian luar negeri atau kedutaan. Bagi netizen yang tidak cukup memiliki pengetahuan atas pengelolaan hubungan antar negara, biasanya akan memandang persoalan antar negara dengan cara yang sederhana. Terkait dengan isu internasional yang muncul mereka akan berharap bahwa negara atau duta besar mengambil aksi tertentu yang heroik atas persoalan tersebut terlepas dari kondisi hubungan antar negara, prosedur hukum internasional dan lain sebagainya. Jika kementerian luar negeri atau kedutaan besar tidak mengambil tindakan apapun atas isu tersebut maka mereka akan meluapkan kekecewaan atas hal tersebut. Atau, jika kebijakan dan tindakan yang dikeluarkan tidak sesuai dengan harapan mereka maka, netizen akan meluapkan kekecewaan melalui komentar negatif dalam platform digital milik kementerian luar negeri kedutaan atau duta besar dan diplomat. Analisa Grech (2008) tersebut mengingatkan bahwa ada beberapa resiko yang dihadapi oleh kementerian luar negeri dan siapapun yang mempergunakan teknologi digital guna membantu aktifitas diplomasi. Meski demikian, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa masyarakat bergerak jauh pada budaya digital yang menyebabkan diplomasi pun harus siap beralih rupa. Resiko negatif yang dihadapi oleh pengguna harus diminimalisir sekecil mungkin sehingga, teknologi digital dapat memberikan kontribusi positif bagi diplomasi dan pembuatan kebijakan luar negeri. Referensi Adesina, Olubukola S. 2017. "Foreign Policy In An Era Of Digital Diplomacy". *Cogent Social Sciences* 3: 1297175. Doi 10.1080/23311886.2017.1297175 Al-Rawi, Ahmed Dan Jacob Groshek. 2018. "Jihadist Propaganda On Social Media: An Examination Of Isis Related Content On Twitter". *International Journal Of Cyber Warfare And Terroris* 8 (15). Doi: 10.4018/Ijcw.2018100101. Arsenault, A. 2009. "Public Diplomacy 2.0", 135-155 in Seib, P., (ed.) *Toward a New Public Diplomacy: Redirecting U.S. Foreign Policy*, New York: Palgrave Macmillan. Bjola, Corneliu dan Holmes, Marcus. 2015. *Digital Diplomacy: Theory And Practice*. London And New York: Routledge. Bradshaw, Samantha . 2015. "Digital Diplomacy - #Notdiplomacy". Center Fo International Governance Innovation. <https://www.cigionline.org/articles/digital-diplomacy-notdiplomacy> Diunduh 10 Oktober 2019. Chakraborty, K., Ed. (2013). *Cultural Diplomacy Dictionary*. Berlin: Academy For Cultural Diplomacy. Craig Hayden. 2018. "Digital Diplomacy". Gordon Martel Ed. *The Encyclopedia Of Diplomacy*. John Wiley & Sons, Ltd. Published 2018 By John Wiley & Sons, Ltd. doi: 10.1002/9781118885154. Dipl0068. Hanson, F. 2012. *Baked In And Wired: Ediplomacy@State*, Foreign Policy Paper Series No 30 (Pp. 1-41), Washington, Dc: Brookings Institution. Hanson, Fergus . 2011. "The New Public Diplomacy". Lowy Institute. <http://www.lowyinstitute.org/publications/digital-diplomacy-21st-century> . Diunduh 10 Oktober 2019. Holmes, Marcus, Ph.D. 2013. "What Is e-Diplomacy?". Paper Prepared For The 2013 7th European Consortium For Political Research General Conference In Bordeaux. Idahosa, Stephen. 2017. "International Terrorism: The Influence Of Social Media In Perspective". *World Wide Journal Of Multidisciplinary Research And Development* 3 (10). Pp. 86-91. Lewis, Dev. 2014. "Digital Diplomacy". <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>. Diunduh 1 Maret 2019. Grant, R. 2004. "The Democratization Of Diplomacy. Negotiating With The Internet". Oii Research Report. No. 5. Oxford: Oxford Internet Institute. Grech, Olesya M . "Virtual Diplomacy : Diplomacy Of The Digital Age" . A Dissertation Presented To The Faculty Of Arts In The University Of Malta For The Degree Of Master Of Arts In Contemporary Diplomacy August 2006. Rybalko, S., & Seltzer, T. 2010. "Dialogic Communication in 140 Characters or less: How Fortune 500 Companies Engage Stakeholders Using Twitter". *Public Relations Review*. 36 (4), 336-341. Sandre, Andreas. 2013. *Twitter For Diplomats*. Jenewa and Roma: Diplofoundation And Istituto Diplomatico. Solomon, Richard H. (1997). *The Information Revolution And International Conflict Management* [Online]. United States Institute Of Peace. Available From: http://www.usip.org/pubs/peaceworks/virtual18/infrev_18.html Diunduh

12 Desember 2019. Smith, Gordon S. 1999. Reinventing Diplomacy: A Virtual Necessity [Online]. United States Institute Of Peace. Available From: <http://www.usip.org/virtualdiplomacy/publications/reports/gsmithisa99.html#note1>. Diunduh 12 Desember 2019. United States Institute Of Peace. 2006. "Virtual Diplomacy". <http://www.usip.org/prg/virtualdiplomacy/about.html>. Diunduh 12 Desember 2019. Weimann, Gabriel. 2014. "New Terrorism And New Media". Wilson Center. https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/stip_140501_new_terrorism_f_0.pdf. Diunduh 9 Oktober 2019. Westcott, Nicholas. 2018. "Digital Diplomacy: The Impact Of The Internet On International Relations". Oxford Internet Institute, Research Report 16, July 2008. BAB II PERKEMBANGAN PRAKTEK DAN RISET DIPLOMASI DIGITAL Perkembangan praktek diplomasi digital sangatlah cepat secepat perkembangan teknologi digital itu sendiri. Riset mengenai praktek diplomasi pun berkembang pesat dengan keragamannya. Bab ini mengulas mengenai perkembangan praktek diplomasi digital dan perkembangan riset mengenai diplomasi digital. II.1. Perkembangan Praktek Diplomasi Digital Perkembangan penggunaan teknologi digital terlihat masif dalam berbagai bidang, termasuk dalam diplomasi, Di dalam diplomasi, penggunaan teknologi ini telah memengaruhi manajemen kebijakan dan negosiasi (Hocking dan Melissen 2015). Dalam bidang manajemen, internet memberikan dukungan positif bagi kerjasama internasional dalam menangani sebuah permasalahan bersama. Sedangkan dalam bidang negosiasi, ruang-ruang virtual memberikan kontribusi yang cukup besar meski terdapat resiko di dalamnya. Kehadiran jaringan internet mendorong sejumlah negara dan organisasi internasional memanfaatkannya untuk menganalisis sejumlah persoalan bersama, diantaranya adalah persoalan kemanusiaan. Pada bidang manajemen misalnya, kontribusi positif ruang virtual dapat dilihat dalam bagaimana WHO (World Health organization) menangani persoalan virus Ebola di Afrika pada tahun 2014. Kontribusi Regpoint dalam 31 mengelola informasi mengenai virus Ebola serta manajemen penanganannya di Afrika berdampak positif. Dalam menangani virus tersebut, WHO bekerja sama dengan Regpoint dengan mengadopsi hi-tech disease management system (Salenius, 2014). Virus Ebola yang menjangkiti 4.000 orang dan menewaskan lebih dari 2. 200 orang di Guinea, Liberia, Nigeria dan Sierra Leone, pada tahun 2014. Para profesional medis di Afrika telah melakukan pekerjaan yang luar biasa, namun sayangnya mereka tidak memiliki alat untuk berkomunikasi antara mereka sendiri, pasien dan pihak berwenang. Regpoint kemudian memberi bantuan manajemen medis guna melakukan koordinasi dalam perawatan dan pasca perawatan. RegPoint menyediakan media baru di mana pengawas, dokter, dan pasien pengontrol penyakit dapat berkomunikasi. Informasi disampaikan dengan cara yang aman menggunakan ponsel dari dokter ke anggota masyarakat, dan sebaliknya, guna memungkinkan analisis informasi klinis dan mengidentifikasi kluster wabah pada wilayah geografis yang berbeda. Otoritas kesehatan Afrika Barat dan profesional lainnya di lapangan dapat dengan mudah mengidentifikasi jumlah dan lokasi orang dengan gejala Ebola. Nasihat dan peringatan dapat dikirim kepada masyarakat serta ke administrator layanan kesehatan. Penelitian Shoman et.al (2017) mengonfirmasi hal tersebut pada risetnya mengenai keterkaitan antara penanganan virus Ebola di Afrika Barat dan manajemen penanganan virus. Pada riset yang dilakukan melalui wawancara dan studi dokumentasi tersebut menemukan bahwa di samping tenaga kesehatan, ternyata sistem informasi dan penelitian,, produk dan teknologi medis pembiayaan serta tata kelola memiliki pengaruh yang penting dalam penanganan wabah. Poin penting yang ditandai dalam penanganan wabah yang ditemukan dalam riset tersebut adalah respon yang cepat, koordinasi dan pengelolaan sumber daya. WHO juga memanfaatkan ruang virtual untuk berbagi pengetahuan dan penanganan virus corona melalui lamannya <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. Melalui blog tersebut WHO juga mengajak sejumlah negara dan tenaga ahli untuk bekerja sama menanggulangi virus Corona yang berdampak masif pada manusia. Hingga Februari 2020, korban yang meninggal akibat virus ini telah mencapai lebih dari 800 orang. Pada lamannya tersebut, WHO juga membuat video tutorial mengenai proteksi diri sendiri terhadap virus Corona (Lihat Gambar II. 1) Gambar II.1. Video Tutorial WHO bagi perlindungan Diri terhadap Virus Corona Sumber: WHO. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>. WHO juga terus melakukan update situasi terbaru mengenai kasus Virus Corona yang dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun agar bersiap atas perkembangan yang terjadi karena pandemi internasional tersebut (Lihat Gambar II.2. Laporan Perkembangan Kasus Virus Corona) Gambar II.2. Laporan WHO Perkembangan Kasus Virus Corona Sumber: WHO. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200209-sitrep-20-ncov.pdf?sfvrsn=6f80d1b9_4. Selain memberi pengaruh dalam manajemen hubungan atau kerjasama antar negara, ruang-ruang virtual juga telah memberi pengaruh atas perubahan mendasar dalam prosedur perundingan, pengetahuan dan bahkan pembingkaiannya yang sedang terjadi. Luasnya pengaruh teknologi tidak jarang mendorong publik lebih terlibat dalam sebuah isu internasional. Mereka tidak lagi hadir sebagai obyek melainkan subyek yang aktif menghantarkan opini dan merespon kebijakan negara. Di sisi lain media juga memperoleh kesempatan yang lebih besar untuk menghantarkan informasi. Guna memenangkan persepsi publik, negara harus berlomba di antara para aktor baru dalam media yang juga baru. Dalam praktiknya, diplomasi berkembang sebagai jawaban dari perubahan tatanan global, terutama dengan munculnya teknologi informasi dan komunikasi. Diplomasi tidak lagi berfokus pada hubungan formal di antara negara-negara, tetapi mengarah pada hubungan yang terbuka antara aktor negara maupun aktor non-negara dengan memanfaatkan berbagai aspek yang dimilikinya, mulai dari ekonomi, budaya, makanan, termasuk teknologi informasi (Dwikardana et al. 2017) Guna memenangkan persepsi dan dukungan yang lebih luas maka tidak jarang pembicaraan offline digeser menjadi pembicaraan online agar dapat dilakukan dengan lebih cepat dan dapat menjangkau lebih banyak aktor. Negosiasi dan atau diskusi secara online telah dimungkinkan oleh teknologi digital, atau setidaknya sejumlah pembicaraan pra negosiasi telah diselenggarakan secara online. Tidak semua negosiasi atau diskusi mengenai persoalan bersama diselenggarakan secara virtual atau melalui jaringan internet. Holmes (2013) mengidentifikasi dua bentuk keterlibatan media sosial dalam negosiasi: yang pertama adalah hasil dari atas ke bawah, seperti pengaruh krisis geopolitik dan keamanan. Kedua, pengaruh yang diberikan dari bawah ke atas seperti pada isu-isu hak asasi manusia dan isu lingkungan. Isu pertama merupakan isu yang akan jauh lebih baik jika

dikaji dan diselesaikan melalui pertemuan offline karena pertemuan langsung menawarkan kepercayaan yang lebih baik ketimbang pertemuan online. Pertemuan online mengurangi kesempatan setiap pihak yang terlibat dalam pembicaraan untuk 'membaca' lawan rundingnya. Teknologi video memungkinkan tatap muka dilakukan, namun penyelenggaraan teleconference semacam ini masih membutuhkan adaptasi bagi para pelaku diplomasi. Terdapat atmosfer yang berbeda bagi mereka yang dapat bertemu langsung untuk merundingkan sesuatu. Sementara itu riset eksperimental Krishnan dan Naquin (2014) menunjukkan bahwa penggunaan smartphone untuk membantu para negosiator mengakses data dan informasi serta melakukan pekerjaan multitasking berpengaruh negatif terhadap pekerjaan mereka. Hal ini terkait dengan persepsi lawan runding yang menganggap mereka kurang profesional dan kurang dapat dipercaya sebagai mitra. Sementara pada isu kedua tekanan atas perubahan mengalir dari bawah ke atas, media sosial dapat menjadi alat yang dapat memberi kontribusi positif kepada publik mengenai upaya apa saja yang telah dilakukan oleh negara terkait dengan hal tersebut. Persepsi publik bahkan dapat dipergunakan untuk menekan lawan runding melalui informasi yang dibagikan kepada publik. Isu [hak asasi manusia dan lingkungan](#) merupakan isu yang relatif lebih dekat dan mudah dipahami publik ketimbang isu perubahan geopolitik dan keamanan internasional. Dengan demikian, media sosial dapat memberikan dukungan bagi para diplomat baik mencari data maupun mengedukasi publik. Sejalan dengan hal tersebut Zaharna (2015) menandai bahwa media sosial telah melahirkan fase ketiga dalam diplomasi publik di mana publik tidak lagi hanya menjadi peserta yang dikendalikan oleh pemerintah tetapi menjadi subyek yang aktif dalam memengaruhi pemerintah. Oleh karenanya, diplomasi publik tidak lagi menempatkan mereka sebagai target audiens tetapi mengedukasi mereka untuk kemudian menjadi produsen konten. Publik memiliki kemampuan untuk memengaruhi publik lain yang menciptakan dinamika komunikasi baru di arena diplomasi publik. Pemerintah, yang tidak ingin kehilangan relevansi, akan berusaha menjangkau mereka dengan memberi mereka ruang untuk berbicara dan berdialog. Mengacu pada pengaruh besar media sosial pada aktifitas diplomasi publik, maka negara cenderung mengembangkan diplomasi digital melalui media sosial. Melalui platform tersebut, negara dapat membangun jejaring yang luas dan menjangkau publik dan mengedukasi mereka, menjadikan mereka subyek baru dalam diplomasi publik. Maka, promosi agenda kebijakan pemerintah tidak selalu berasal dari negara melainkan dapat dibawa oleh publik dan atau lembaga non negara lainnya. Harus diakui, di sisi lain media sosial tidak selalu bersahabat dengan pemerintah karena melalui mereka pulalah publik dapat menyerang pemerintah mereka sendiri dan tidak menyetujui kebijakan pemerintah mereka sendiri. Tidak mudah bagi negara untuk merespon komentar dan pertanyaan netizen pada isu-isu yang sulit. Maka, respon pada media sosial milik kementerian luar negeri, kedutaan dan para duta besar dan diplomat masih terlihat jarang memberikan respon atau bahkan menanggapi pertanyaan. One way communication masih terlihat mendominasi sejumlah akun media sosial mereka, termasuk Indonesia. Gambar II. 3. Unggahan Facebook @Kemlu RI mengenai Isu Sawit [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](https://www.facebook.com/Kemlu.RI) [Kedua](#) akun facebook dan Twitter @Kemlu_RI dalam kurun waktu 207-2019 hampir tidak pernah memberikan tanggapan kecuali mengarahkan pertanyaan mengenai persoalan WNI di negara lain yang bermasalah untuk menanyakannya pada institusi yang tepat. Seperti pada Gambar II.1. Isu Sawit dan II.2. Isu Papua, kementerian luar negeri tidak memberikan respon apapun atas komentar netizen. Gambar II.4. Unggahan Facebook @Kemlu RI mengenai Isu Papua [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](https://www.facebook.com/Kemlu.RI) Tidak hanya [pada](#) akun milik Kementerian Luar Negeri Indonesia, akun media sosial milik duta besarpun tidak cukup memberikan respon pada netizen yang memberikan komentar seperti yang terlihat misalnya pada akun Twitter milik [Menteri Luar Negeri Amerika Serikat, Mike Pompeo, yang](#) mengutuk aksi [kekerasan](#) terhadap para demonstran di Najaf. Unggahan tersebut disukai 9,6 ribu, diunggah ulang sebanyak 2,4 kali dan memperoleh 1,1 ribu komentar. Namun, beragamnya komentar tersebut tidak ada satu pun yang direspon oleh Pompeo. Gambar. II.5 Tweet Mike Pompeo dan Respon Netizen [Sumber: https://twitter.com/SecPompeo](https://twitter.com/SecPompeo) Meski seakan-akan masih merupakan komunikasi satu arah namun saat ini hampir seluruh negara mempergunakan media sosial untuk mendekati dirinya kepada publik melalui media sosial. Tujuan penggunaan media sosial diletakkan untuk membentuk image negara dan memengaruhi persepsi publik. Hal ini sejalan dengan diplomasi publik yang bertujuan untuk membentuk imagi positif negara. Media sosial menjadi salah satu alat yang dianggap mudah dan murah untuk merealisasikan tujuan tersebut. Pada 9 Juli 2012, Presiden Putin mengadakan sebuah pertemuan bersama para duta besar dan perwakilan internasional yang bertajuk "Russia in a Changing World: Stable Priorities and New Opportunities". Di dalam kesempatan tersebut, selain menyatakan arah kebijakan luar negeri Rusia yang ingin menjalin hubungan dengan negara-negara di dunia, Putin juga menyampaikan pandangannya mengenai soft power yang lebih dimaknainya sebagai upaya untuk mempromosikan kepentingan dan kebijakannya melalui cara-cara yang persuasif guna membangun persepsi yang positif mengenai negara. Pada kesempatan tersebut, Putin juga menyampaikan bahwa pandangan terhadap Rusia seringkali keliru dan tidak menunjukkan imagi Rusia yang sesungguhnya. Ketidakmampuan Rusia untuk menggambarkan seperti apa Rusia sesungguhnya pada publik internasional adalah kegagalan Rusia selama ini. Colleagues, our diplomats are well versed in the traditional and familiar methods of international relations, if not masters in this field, but as far as using new methods goes, 'soft power' methods, for example, there is still much to reflect on. Let me remind you that 'soft power' is all about promoting one's interests and policies through persuasion and creating a positive perception of one's country, based not just on its material achievements but also its spiritual and intellectual heritage. Russia's image abroad is formed not by us and as a result it is often distorted and does not reflect the real situation in our country or Russia's contribution to global civilisation, science and culture. Our country's policies often suffer from a one-sided portrayal these days. Those who fire guns and launch air strikes here or there are the good guys, while those who warn of the need for restraint and dialogue are for some reason at fault. But our fault lies in our failure to adequately explain our position. This is where we have gone wrong (Presidential Executive Office. 2012. "Meeting With Russian Ambassadors And Permanent [Representatives In International Organisations](#)". <http://en.kremlin.ru/events/president/news/15902>). Pada kesempatan itu, Putin juga menjelaskan bahwa metode tradisional saja tidak cukup. Rusia harus menguasai metode-metode baru. Pada

November 2012, Putin memutuskan untuk memberikan dana guna mendukung proyek-proyek Internet dalam negeri yang ditujukan demi untuk menciptakan "citra obyektif negara" dan meningkatkan "dukungan informasi" untuk kebijakan luar negeri (Shakirov 2013). Internet sendiri telah dipergunakan Rusia untuk memfasilitasi hubungan antar negara semenjak tahun 80an melalui the All Union Scientific Research Institute for Applied Computerized Systems (Vsesoyuznyy Nauchno-Issledovatel'skiy Institut Arikladnykh Komp'yuternykh Sistem-VNIIPAS). Namun baru dibuka untuk publik pada tahun 2007, ketika Wakil Perdana Menteri saat itu Dmitry Medvedev mengumumkan bahwa semua sekolah di Rusia (sekitar 59.000) terhubung ke Internet. Sebelumnya secara perlahan Rusia menghubungkan perdagangan antar negara pecahan UniSoviet melalui jaringan internet pada pertengahan 90an. Pada tahun 2011, Kementerian Luar Negeri meluncurkan versi baru dan lebih ramah pengguna pada halaman utama situs webnya (versi bahasa asing tetap tidak berubah). Pada Juni 2012, akun Youtube pertama Kementerian diluncurkan; dalam tujuh bulan, 345 video telah diunggah dan ditonton sekitar 105.000 kali. Jejaring sosial lain yang mulai digunakan Kementerian Luar Negeri secara aktif adalah Twitter. Per Februari 2013 ada 68 akun. Salah satu yang paling menonjol adalah Duta Besar Federasi Rusia untuk Inggris, Alexander Yakovenko (Shakirov 2014). Rusia juga meluncurkan aplikasi mobile (mobile application) bernama Foreign Assistant. Melalui aplikasi yang dikembangkan dibawah pengawasan Ministry's Crisis Management Centre, warga negara Rusia yang sedang travelling di luar negeri dapat berkomunikasi dengan para diplomat, dan mendapatkan notifikasi jika terdapat situasi-situasi yang penting dan berbahaya, dan mendapatkan informasi yang bermanfaat tentang negara yang sedang mereka kunjungi. Sampai dengan Februari 2017, aplikasi ini telah diikuti lebih dari 40,000 orang (Dwikardana 2017). Hal ini merupakan perwujudan nyata dari pidato Putin pada pertengahan Februari 2013 di depan Security Council di Kremlin. Putin menyatakan, "Russia will continue to pursue an active and constructive Line in international affairs. Its weight and influence in the World will increase. [...] The basic principles of Russian foreign policy remain the same. [...] That means, above all, openness, predictability, pragmatism, and the pursuit of National interests without any confrontations in accordance With the role of the United Nations and the rule of international law. [...] The concept focuses on modern foreign Policy tools, including economic diplomacy, elements of so-called soft power, and careful integration into the global Informational space." (Gazeta et. al. 2013). Simons (2014) menilai perkembangan diplomasi publik melalui ruang-ruang virtual yang dilakukan oleh pemerintah Rusia telah bergerak ke arah yang lebih positif. Hal ini dilihat dari tiga aspek yaitu bangunan komunikasi, jaringan dan hubungan. Bangunan aspek komunikasi dan jaringan dapat dilihat pada jaringan yang dibangunnya yaitu International Broadcasting meski bergerak dalam komunikasi satu arah. Institusi ini mampu memberikan 43 informasi mengenai Rusia melalui narasi atau video. Sementara aspek relational dibangun melalui sejumlah relasi dengan NGO dimana negara dapat berinteraksi dengan publik seperti dalam proyek pertukaran budaya dan pelajar serta proyek bantuan kemanusiaan. Jaringan mempergunakan sistem teknologi komunikasi dan informasi yang telah modern dan berbasis social networks untuk menjangkau publik internasional. Sedikit berbeda dengan bangunan diplomasi digital China, diplomasi digital masih dipraktekkan dengan terbatas. Meski dibangun untuk mendukung diplomasi publiknya yang terbukti sukses melalui Konfusian Institute (Flew 2014, Hartig 2015:98), namun Cina masih ragu untuk mempergunakan media sosial guna mendukung diplomasinya tersebut melalui ruang virtual. Keraguan tersebut ditengarai oleh Gong (2014) disebabkan karena 1) masih kurangnya budaya organisasi yang menghargai media sosial, 2) adanya perbedaan tujuan antara keamanan yang cenderung topdown dan tujuan media sosial yang cenderung menjalin 'engagement' / keterikatan, 3) budaya birokrat yang kaku tidak dapat berjalan sejalan dengan budaya media sosial yang cenderung informal 4) media sosial dapat menjadi bumerang bagi Cina dalam aspek keterbukaan 5) lemahnya keterikatan yang dibangun atas 'like', 'comment' and 'retwit' or 'repost'. Seperti halnya tujuan diplomasi publik secara umum, diplomasi publik Cina juga ditujukan untuk menceritakan hal-hal yang baik mengenai Cina (jianghao zhongguo gushi). Jianghao zhongguo gushi merupakan panduan penting bagi pendekatan Cina terhadap diplomasi publik yang disampaikan oleh Xi Jinping pada tahun 2013. Frasa ini merupakan sebuah dorongan untuk mempergunakan saluran komunikasi China sendiri guna mempromosikan dan memperkuat pengaruh internasional Cina. Pada tahun 1999, Departemen Informasi Kementerian Luar Negeri membentuk Biro Administrasi Internet untuk mengelola situs web kementerian. Hal ini merupakan awal pemanfaatan Internet oleh pemerintah Cina. Pada tahun 2004, ketika diplomasi publik sebagai kenegaraan diakui oleh pemerintah Cina, Divisi Diplomasi Publik didirikan. Pada awal 2010, Divisi Diplomasi Publik di Departemen Informasi ditingkatkan menjadi Kantor Diplomasi Publik, melakukan lebih banyak tanggung jawab dalam mengatur diplomasi dunia maya Cina. Pekerjaannya termasuk mengorganisasikan kegiatan-kegiatan untuk diplomasi publik, memperkenalkan kebijakan luar negeri pemerintah Cina dan sikap terhadap isu-isu internasional yang signifikan kepada media, mengelola forum-forum diplomatik, mengkoordinasikan operasi-operasi Kementerian Luar Negeri dan kedutaan-kedutaan luar negeri serta mengkonsolidasikan dan membangun situs web Kementerian Luar Negeri (Yang, S 2010 dalam Wang Tanpa Tahun). Merujuk pada Wang (Tanpa Tahun), diplomasi digital China terdiri dari tiga tingkatan. Gambar II. 6. Tiga level Cyber Diplomasi Cina Sumber: Weijin Wang. Tanpa Tahun. "Analysis on China's Cyber Diplomacy". http://dSPACE.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/12507/10-143_159-Wang.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Pada tingkat pertama terdapat Kementerian Luar Negeri, yang merupakan inti dari keseluruhan kegiatan diplomasi. Tingkat ini melibatkan dua komponen. Komponen pertama adalah situs web Kementerian Luar Negeri dan kedutaan serta konsulat luar negerinya. Mereka bertugas memberikan informasi tentang China untuk berbagai media cyber di dunia. Komponen kedua adalah pemanfaatan media sosial yang menyediakan komunikasi langsung untuk diplomasi digital Cina. Sina Weibo, akun resmi Office Diplomacy Publik, "外交小灵通" telah diikuti oleh lebih dari 6,6 juta pengguna. Ini telah memposting lebih dari 11,5 ribu blog mikro. Sementara kementerian Luar Negeri Cina memiliki akun Facebook, demikian pula departemen di dalamnya. Pada tingkat kedua, diplomasi cyber Cina dioperasionalkan oleh instansi resmi yang lain yang terdiri atas dua komponen administratif yang bertugas untuk memberikan dukungan operasional dalam membangun citra Cina dan membangun citra mereka sendiri. Tingkat ketiga, adalah partisipasi publik yang memberikan dukungan melalui opini mereka. Meski Negara telah

memiliki akun media sosial, namun akun media sosial tersebut masih menjadi alat komunikasi satu arah yang tidak bertujuan untuk membangun engagement atau keterikatan. Analisa Huang dan Arifon (2018) dalam Huang dan Wang (2019) menunjukkan bahwa Twitter Kedutaan Cina untuk Uni Eropa dan Canada ditujukan untuk memproyeksikan "Chinese Dream". Secara keseluruhan unggahan atau konten pada akun tersebut menunjukkan bentuk "timid polyphonic". Timid Polyphonic adalah ekspresi yang menunjukkan praktek komunikasi institusi Cina yang ketat oleh sensor Partai Komunis Cina. Ia juga dapat dipahami sebagai upaya proaktif Cina untuk menunjukkan, mempromosikan dan mendukung event tertentu tanpa mengabaikan batasan-batasan yang telah ditetapkan oleh pemerintah Cina (sensor). Praktisi diplomasi publik Cina sengaja membawa berbagai sudut pandang dan suara ke dalam konten Twitter mereka sambil tetap menghormati aturan sensor pemerintah, untuk menciptakan citra online yang toleran, demokratis, dan bertanggung jawab atas meningkatnya kekuatan global. Meskipun misi diplomatik dan diplomat Cina hanya mengoperasikan beberapa akun Twitter, namun dari retwit, balasan, dan komentar menjadikannya didistribusikan dan memiliki jaringan yang luas.

II.2. Perkembangan Riset Diplomasi Digital

Sejalan dengan penggunaan teknologi digital dalam praktek diplomasi sejumlah negara di dunia, maka riset mengenai diplomasi digital pun meningkat dengan pesat. Sayangnya, dalam hal penyebutan penggunaan teknologi digital dalam praktek maupun riset diplomasi belum sepenuhnya memperoleh kesepakatan. Sebagian akademisi menyebutnya sebagai "cyber-diplomacy," "net-diplomacy," "e-diplomacy," atau "twiplomacy". Meskipun istilah-istilah ini memiliki arti yang relatif sama, setiap awalan menyangkut area yang lebih spesifik dan semestinya dipergunakan sesuai dengan konteks. Misalnya, "cyber" biasanya digunakan ketika membahas masalah keamanan, "e" untuk urusan bisnis, dan "twi" digunakan ketika merujuk khusus ke Twitter. Penggunaan kata-kata ini secara bergantian mungkin tampak tidak berbahaya, tetapi mereka sebagian bertanggung jawab atas ketidakmampuan diplomasi digital untuk secara konkret didefinisikan (Verrechia 2017:14). Terlepas dari penggunaan istilah, perdebatan-perdebatan muncul dalam riset diplomasi digital. Antara lain, apakah diplomasi digital merupakan diplomasi publik dengan teknologi modern saja? Mampukan teknologi digital merubah cara-cara diplomasi publik dan membawa pembicaraan monolog menjadi dialog? Dapatkan teknologi digital mampu mewujudkan apa yang menjadi tujuan diplomasi publik untuk membangun kesepahaman, keterikatan, kepercayaan dan kerjasama? Klasifikasi pengaruh teknologi digital dalam diplomasi tang disebut sebagai digitalisasi diplomasi oleh Manor (2017) dapat sedikit banyak membantu memetakan area-area yang menjadi obyek telaah dalam diplomasi digital. Manor (2017) menandai bahwa digital diplomasi semestinya tidak hanya merujuk pada penggunaan digital dalam diplomasi publik. Dengan mempergunakan istilah digitalisasi diplomasi ia melihat bahwa ruang atau pengaruh teknologi digital dalam diplomasi sangatlah luas. Manor mempergunakan istilah digitalisasi diplomasi sehubungan dengan dampak teknologi digital yang mengenai 4 dimensi diplomasi yaitu institusi diplomasi, pelaku diplomasi, audiens diplomasi dan pelaksanaan diplomasi. Kemudian ia melihat dampak terhadap keempat dimensi tersebut dalam 4 hal yaitu, pertama norma, nilai dan kepercayaan. Kedua, perilaku sebagai adopsi dari norma dan kepercayaan tersebut. Ketiga, prosedural dan keempat berkaitan dengan metafora dan skema mental individu dalam dunia maya. Dengan demikian, dapat dilihat pada Tabel II.1. bagaimana dampak digitalisasi diplomasi dalam berbagai dimensi diplomasi. Pada dimensi audiens diplomasi misalnya, dampak digitalisasi diplomasi dapat ditemukan dalam 4 hal. Pertama, dalam hal perubahan nilai, digitalisasi diplomasi akan mengenalkan nilai keterbukaan secara lebih luas dan audiens diplomasi memiliki perilaku yang lebih terbuka misalnya dengan memberikan opininya secara terbuka dan mengungkapkan 48 informasi pribadi. Mereka kemudian akan berbagi perasaan bahkan afiliasi politik. Dan secara konseptual, akan lahir konsep baru seperti 'berbagi adalah peduli' yang kemudian mendorong audiens diplomasi memandang diplomasi adalah lembaga sosial dan diplomat adalah makhluk sosial. Pada dimensi lembaga diplomasi, pengaruh digitalisasi diplomasi berdampak misalnya pada nilai dialog yang semakin luas dimana publik ingin berdialog secara langsung dengan para duta besar dan diplomat. Adopsi nilai baru ini menyebabkan mereka adanya perubahan dalam perilaku lembaga yang sebelumnya menyebarkan informasi menjadi mendengarkan pendapat. Perubahan yang terjadi pada prosedur kerja adalah menjadikan opini publik sebagai input bagi perumusan sikap dan kebijakan luar negeri. Hal ini kemudian akan berpengaruh dalam pembentukan konsepsi baru mengenai jaringan virtual yang diletakkan sebagai lingkungan baru dimana diplomasi dipraktekkan. Dimensi yang ketiga adalah dampak digitalisasi diplomasi terhadap praktisi diplomasi. Dipergunakannya teknologi digital telah memaksa para diplomat untuk mengadopsi jenis keterbukaan baru dengan meningkatnya aktor non-negara (mis., publik online, sipil organisasi masyarakat, LSM). Ini mendorong perubahan pada perilaku diplomat dengan membentuk aliansi sementara, atau jaringan, demi memperoleh tujuan tertentu (mis., jaringan LSM, misi PBB dan publik online untuk menggoalkan resolusi hak asasi manusia). Dari perspektif prosedural, digital teknologi telah mengarahkan para diplomat terlibat dengan sejumlah besar aktor baru, baik online maupun offline. Bahkan, mereka meninggalkan klub eksklusif demi memperoleh jaringan inklusif.

Tabel II.1. Contoh Digitalisasi Diplomasi

Dimension of Diplomacy	Normative (norms, value, beliefs)	Behavioral	Procedural	Conceptual	Audience of Diplomacy
Increased transparency	Sharing one's opinion / feelings / achievements online	Networked society	us a sharing society	Institution of Diplomacy	Valuing Dialogue
Listening to global audiences who offer online feedback	Incorporating followers feedback into policy formulation	Networked as a metaphor of diplomacy	Practitioners of Diplomacy	Openness	Temporary alliances with various stakeholder
Opening up of diplomacy	Engaging with individuals, group, organizations	From club mentality to network mentality	Practice of Diplomacy	Collaboration	Multi-stake holder diplomacy
Goal oriented networks with connected publics, civil society organizations.	Networking	Sumber: Manor, I. 2017. "The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology". Working Paper. Exploring Digital Diplomacy 1, hal.7.	Dengan mempergunakan matriks tersebut, Manor (2017) memetakan riset yang ada mengenai digitalisasi diplomasi seperti yang terlihat dalam Tabel II.2.	Tabel II.2. Peta Penelitian Diplomasi Digital	Dimension of Diplomacy Normative (norms, values, beliefs) Behavioural Procedural Conceptual Audiences of Diplomacy Digital Publics as volatile and unpredictable (Haynal, 2011) Digital publics constitute networks of selective exposure (Hayden, 2012) Peer to peer Diplomacy (Attias, 2012)

[Diplomacy as engaging with connected publics \(Melissen, 2005\)](#). [Institutions of Diplomacy Digital Diplomacy as a clash between traditional dan transparent diplomacy \(Hocking & Melissen, 2015; Wichowski, 2015\)](#). [Digital Diplomacy as Managing Organizational Cululture of MFA's \(Bjola, 2017\)](#). [Networked Diplomacy \(Anne Marie Slaughter, 2009\)](#). [Digital Diplomacy and Digital Containment \(Bjola & Pamment, 2016\)](#). [Public Diplomacy 2.0 \(Metzgar, 2012\)](#). [Selfie Diplomacy \(Manor & Segev, 2015; Manor, 2017\)](#). [Digital Agenda Setting \(Bjola & Jiang, 2017\)](#). [E-Diplomacy \(Hocking & Melissen, 2015\)](#). [Digital Diplomacy as a Battle over Narratives \(Hallams, 2010\)](#). [Diplomacy 2.0 \(Harris, 2012\)](#). [Netpolitik \(Firestone & Dong, 2015\)](#). [21th Century Statecraft \(Hayden, 2012\)](#). [MFAs as Service Provides \(Manor, 2017\)](#). [The Connective Mindshift \(Zaharna, Arsenault & Fisher, 2013\)](#). [Digital Engagement \(Comor, 2013\)](#). [Data-Driven Public Diplomacy \(Bean & Comor, 2017\)](#). [Diplomacy must conceptualize and imagine digital diplomacy](#). [Public Diplomacy 2.0 \(Khatib, Dutton & Thelwall, 2017\)](#). [Digital Diplomacy as Transmedia Engagement From club mentality to network mentality](#). [Practitioners of Digital Diplomacy before it can be practiced \(Manor, 2016\)](#). [Digital diplomacy as an evolutionary model of change \(Archetti, 2012\)](#). [Twidiplomacy study \(2017\)](#). (Pamment, 2015). [\(Heine, 2013\) Where is the headquarters \(Golberg & Kaduck, 2011\)](#). [Practice of Diplomacy Lack of online engagement with social media users \(Kampf, Manor & Segev, 2015\)](#). [New public diplomacy in the 21th century \(Pamment, 2013\)](#). [Digital diplomacy as crisis communication \(Cassidy & Manor, 2016\)](#). [Digital diaspora diplomacy \(Rana, 2013\)](#). [Real-Time Diplomacy \(2012\)](#). [Digital diplomacy as change management \(Bjola & Holmes, 2015\)](#). [Diplomacy in the Digital Age \(Hocking & Melissen, 2015\)](#).

Sumber: Manor, I. 2017. "The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology". Working Paper. Exploring Digital Diplomacy 1, hal.13-14. Dari beragamnya riset diplomasi digital tersebut, lebih banyak riset terkait dengan penggunaan media sosial dalam praktek diplomasi publik. Meski sesungguhnya, diplomasi digital tidak hanya membahas diplomasi publik dan prakteknya, tetapi juga manajemen, kapabilitas, budaya dan hal-hal teknis. Maka, ada sejumlah akademisi yang menyebutnya sebagai digital public diplomacy (Manor 2018) atau twidiplomacy (Gusrskas 2016, Simunjak dan Caliandro 2019, Dumč iuvienė 2017). Upaya mengaitkan media sosial dan diplomasi publik membawa tantangan tersendiri **karena tujuan diplomasi publik tidak hanya** mendiseminasikan **informasi kepada publik** tetapi juga membangun saling kesepahaman (Fitzpatrick 2011), meningkatkan keterikatan / engagement dan kolaborasi (Hocking 2008) serta menumbuhkan kepercayaan (Melissen, 2005). Sejumlah riset telah memberikan ukuran dan metode untuk mengukur tujuan diplomasi publik tersebut dalam praktek diplomasi digital melalui media sosial. Dumč iuvienė (2017) menganalisa konten Twitter Kementerian Luar Negeri Lithuania dan mendata retwit yang dilakukan untuk melakukan klaim bahwa diplomasi publik untuk memberikan informasi dan memengaruhi publik telah dilakukan dengan cukup baik. retwit menjadi klaim atas keterpengaruhannya informasi meski mengakui bahwa tidak ada respon atau dialog. Ukuran tersebut berangkat dari pertimbangan bahwa jaringan dapat menciptakan dialog dan menerima umpan balik yang dapat berfungsi sebagai sarana untuk mendapatkan informasi tentang persepsi publik / netizen atau tokoh politik mengenai isu internasional tertentu atau kebijakan luar negeri. Pendapat pengguna lain tentang kebijakan yang diterapkan oleh negara membantu menilai apakah kebijakan tersebut berhasil atau tidak. Media sosial juga membantu menentukan apakah tindakan negara atau pemimpin efektif atau tidak dengan melihat respons netizen. Tidak jauh berbeda dengan Dumč iuvienė (2017), Bjola dan Jiang (2015) juga mengajukan metode dan ukuran untuk menentukan sejauh mana media sosial mampu melayani tujuan diplomasi publik melalui agenda setting, presence extension dan dialog generating. Agenda Setting atau pengaturan agenda menjadi salah satu ukuran untuk melihat apakah media sosial dapat menjadi alat untuk menciptakan relasi adalah dengan memilih agenda yang tepat dengan target audien mereka. Dalam diplomasi publik, memberi informasi adalah prasyarat untuk terciptanya interaksi karena dialog harus didasarkan pada topik yang dipahami dan bersinggungan dengan kepentingan. Ukuran kedua adalah adanya perluasan kehadiran yang bertujuan untuk mengembangkan hubungan baik dengan audiens asing. Hal ini diukur dengan mempertimbangan retwit atau repost dan comments atas unggahan serta apakah sebuah unggahan menghasilkan disukuri atau tidak. Ukuran ketiga adalah discussion generating. Salah satu fitur yang paling dihargai diplomasi publik baru adalah keterlibatannya dengan audiensi (Pamment 2013). Media sosial, dengan fitur interaktifnya, memiliki banyak hal untuk ditawarkan, termasuk dalam menghasilkan dialog semi-terus menerus antara diplomat dan publik. Percakapan dua arah memungkinkan para diplomat menyesuaikan kembali fokus dari agenda mereka, mengurangi informasi yang salah, dan meningkatkan saling pengertian. Fitur khusus inilah yang memungkinkan media sosial untuk mewujudkan tujuan diplomasi publik dengan cara yang berbeda dari metode tradisional. Sedikit berbeda dengan riset sebelumnya, riset yang dilakukan oleh Sevin dan Ingenhoff (2018) yang menawarkan metode pengukuran yang lebih inklusif, dengan menganalisa konten pesan dan struktur jaringan yang dibangun sebagai hasil dari keterlibatan di antara pengguna di media sosial. Yang pertama merujuk pada ide-ide yang diungkapkan dalam pesan, dan yang kedua mencakup tindakan antara yang membuat tautan dan pengguna, seperti 'retwit' dan 'mention' di Twitter dan 'suka' halaman di Facebook. Struktur jaringan tidak hanya bergantung pada para aktor tetapi juga pada hubungan di antara mereka. Suatu hubungan terjadi ketika pengguna menyebutkan (mention) pengguna lain atau retwit konten yang dibuat oleh pengguna lain. Interaksi semacam itu meningkatkan keunggulan pengguna karena pengguna lain memasukkannya dalam percakapan mereka. Guna menyajikan gambaran komunikasi yang lebih inklusif yang terjadi di media digital riset harus menyertakan analisis konten. Sejumlah kritikan ditujukan pada ukuran tersebut. Antara lain, Apakah ukuran-ukuran yang dipakai tersebut dapat benar-benar menunjukkan hadirnya saling kesepahaman bahkan keterikatan?, Gong (2014) memandai bahwa keterikatan yang dibangun atas 'like', 'comment' and 'retwit' or 'repost' tersebut lemah. Gong tidak memercayai bahwa dengan klik tombol suka dapat didefinisikan sebagai keterlibatan dalam arti yang ketat. Hanya serangkaian "suka," "komentar" dan, "berbagi" belum cukup kuat untuk menandai adanya perubahan substantif dalam pikiran orang. Namun mereka yang myakini hal tersebut berpikir sebaliknya bahwa, media sosial dapat memberikan perubahan pada tingkat kognitif (mis., Pergeseran sikap), atau bahkan pada tingkat perilaku (mis. Gerakan sosial). Namun, hal ini menuntut ikatan yang kuat, bukan ikatan lemah yang ada di media sosial. Sebagian orang, menekan tombol "suka" pada FB tidak lebih dari tindakan filantropi, yang berarti "Saya telah

datang ke laman FB ini." Di sisi lain, ketika staf sibuk dengan memberikan umpan kepada netizen bahkan dengan jumlah yang intens, namun berita-berita tersebut menjadi membosankan karena hanya seperti laporan aktifitas sehari-hari. Sejalan dengan Gong (2014), Rashica (2018) dan Renken (2014) mencatat sejumlah hal mengapa dialog online jarang sekali menciptakan kesepahaman. Pertama, globalisasi telah merubah bagaimana orang berinteraksi dan berbagi informasi. Melalui teknologi digital interaksi dan aktifitas berbagi informasi telah berlipat ganda dalam setiap detik. Apa yang dibagi dan saling dipertukarkan meliputi berbagai hal termasuk didalamnya ideologi, nilai dan norma sosial. Rashica (2018) berpendapat situasi ini berdampak pada jumlah orang-orang yang ingin memberi pengaruh pada kebijakan internasional yang juga mengakibatkan semakin kompleksnya pembuatan kebijakan dan mengurangi kontrol negara dalam pembuatan kebijakan. Globalisasi mendorong pembuatan kebijakan tidak lagi pada level nasional. Perubahan ekologis global, ekonomi 55 global yang semakin terintegrasi membawa aktifitas politik pada tingkat global (Azizi dan Modares, 2011). Merujuk pada situasi tersebut maka, media sosial justru tampil sebagai ruang kontestasi ide sejumlah netizen. Kedua, globalisasi juga telah menghadirkan era distribusi dimana orang dapat membaca, manandai dan mengkritisi kebijakan pemerintah setiap hari dan kemudian berbagi pemikiran mereka di media sosial apakah melalui blog ataupun platform media sosial lainnya. Sayangnya penyampaian ide atau respon tidak selalu diikuti dengan bahasa dan atau kalimat yang baik sehingga tidak jarang justru menimbulkan perselisihan (Rashica 2018). Penggunaan bahasa menurut Renken (2014) turut berkontribusi pada rumitnya penyelenggaraan media sosial bagi kepentingan diplomasi. Diplomat menyadari bahwa setiap pos dapat menimbulkan resiko yang sulit dikendalikan dan bahwa ketidakpastian pengguna serta reaksi mereka menimbulkan resiko. Hal ini merupakan kesulitan dalam memoderasi diskusi dan resiko dalam memberikan komentator kritis atau tidak tepat. Dengan demikian, mereka menyadari bahwa konten tertentu memang harus dihindari untuk meminimalkan resiko pada diskusi yang tidak dapat dikontrol. Teks media sosial lebih sulit diproses daripada teks tradisional karena sifat dari percakapan sosial — diposting secara real-time. Teksnya tidak terstruktur dan disajikan dalam banyak format serta ditulis oleh orang yang berbeda dalam banyak bahasa dan gaya. Kesalahan tipografi sering terjadi, dan obrolan serta slang dalam grup telah menjadi semakin lazim di situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter. Selain itu, sebagian besar teks media sosial adalah posting percakapan online pendek atau komunikasi yang tidak mengandung informasi yang cukup untuk pemrosesan bahasa alami/natural language processing (NLP). Mereka sering disertai dengan informasi kontekstual non-linguistik, termasuk meta-data seperti jaringan sosial setiap pengguna dan interaksinya dengan pengguna yang lain. Oleh karena alur percakapan belum tentu berurutan dan pengguna dapat menulis / membalas pada waktu yang berbeda, percakapan ini sering disebut asinkron (Benamara et.al. 2018). Ketiga, meskipun digital public diplomacy merupakan hal yang jamak saat ini, namun tidak semua orang yang terlibat didalamnya memiliki kapasitas yang cukup dalam percakapan online dan memiliki kapasitas yang cukup dalam mengelola informasi yang beragam serta mengolahnya menjadi informasi yang bermanfaat (Rashica 2018). Mereka juga tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk mengelola banyak akun media sosial guna menjaga kinerja mereka. Sedangkan riset Dumč iuvienė (2017:100) menunjukkan bahwa para pemimpin dunia dan diplomat pun belum seluruhnya menilai bahwa media sosial penting bagi mereka. Mereka hanya melihat melihat jejaring sosial sebagai alat lain untuk berbagi informasi, berita, slogan dan kadang-kadang bahkan propaganda. Mayoritas dari mereka tidak menggunakan Twitter sebagai ukuran untuk menghubungi atau berkomunikasi dengan pengguna lain. Mereka tidak memberi cukup perhatian pada pengikut mereka, tidak peduli apa yang orang katakan dan pikirkan tentang mereka, dan tidak menanggapi pesan atau tweet pengguna lain. Selain para pemimpin dan diplomat, para pengelola akun media sosial milik pemerintah menghadapi kesulitan untuk mengelola kaun dan mengubahnya menjadi informasi yang bermanfaat karena keterbatasan sumber daya. "On Facebook you have to be present constantly, but we don't get additional resources for this presence. In the future we will try to keep up the work we are doing now but it will be hard to intensify our engagement or add platforms such as Twitter due to manpower constraints" (Renken 2014). Khatib et.all (2011) atas DOT /Digital Outreach Team menunjukkan kegagalan dalam beberapa hal. Riset tersebut menemukan bahwa DOT tidak 57 mampu bekerja dengan optimal dan bahkan diplomasi publik yang diselenggarakan DOT dan juga Web. 2.0 tidak akan mampu mengubah persepsi orang-orang Arab dan Islam atas Amerika selama kebijakan luar negeri Amerika terhadap negara-negara Islam tidak berubah. Hal ini dikarenakan salah satunya adalah tidak didukungnya DOT dengan staff yang memiliki kemampuan cukup dalam bahasa. Para staff ini hanya mampu berbahasa Arab secara pasif. Hal lain yang menjadi penyebab keterbatasan staff adalah masing-masing staff masih mempergunakan cara pandangnya sebagai orang Amerika dalam melihat persoalan dan tidak berupaya untuk melihat persoalan dari perspektif netizen. Keempat, persoalan yang muncul dari media sosial adalah anonimitas. Mereka yang terlibat dalam pembicaraan online tidak jarang tidak menunjukkan identitas asli mereka. Dunia maya justru menjadi tempat persembunyian yang luas dan mereka dapat mempergunakan identitas yang diinginkan tanpa ada kontrol dan prasarat tertentu. Anonimitas juga mengakibatkan setiap orang cenderung menjadi orang yang tidak bertanggung jawab dan menyebarkan ide serta informasi tanpa menimbang resiko pengaruh yang diakibatkan. Riset Correa (2015) menunjukkan bahwa anonimitas berpengaruh pada perilaku pengguna online dan offline. Manusia menjadi agresif dalam lingkungan yang tidak terlalu dibatasi oleh norma dan bahkan tidak ragu melepas informasi yang bersifat pribadi dan tidak terikat nilai jika mempergunakan akun anonim. Hal ini dapat memengaruhi bagaimana pengguna internet merespon konten yang diunggah oleh diplomat atau akun kementerian luar negeri pada isu tertentu. Selain akun anonim yang cenderung agresif dan tidak bertanggung jawab atas konten, maka terkait dengan upaya untuk menumbuhkan kolaborasi dan kepercayaan, akun anonim semacam ini menjadi kesulitan tersendiri. Sulit menumbuhkan kepercayaan dan kolaborasi dengan mereka yang tidak memiliki identitas yang jelas dan cenderung merespon secara negatif konten yang diunggah. Kelima, resiko atas kesediaan pengelola untuk terlibat dalam percakapan. Tidak jarang unggahan memperoleh respon yang tidak terduga atau bahkan berbahaya dan mempermalukan. Hal inilah yang membuat sejumlah akun kementerian luar negeri dan kedutaan besar menghindari isu-isu tertentu yang di rasa sensitif dan menimbulkan respon yang tidak dapat dikontrol. Jikapun

unggahan menghasilkan respon yang tidak terduga dan cenderung negatif, maka sangat jarang hal tersebut akan direspon oleh pengguna. Meskipun memiliki sejumlah kekurangan, riset-riset atas peran media sosial dalam diplomasi digital terus dilakukan untuk menemukan instrumen yang tepat bagi pengukurannya dan metode yang mendukung untuk menghubungkan peran media sosial dalam membangun kesepahaman, kepercayaan, keterikatan dan kerjasama. Referensi Benamara, Farah, Diana Inkpen dan Maite Taboada. 2018. "Introduction to the Special Issue on Language in Social Media: Exploiting Discourse and Other Contextual Information". Computational Linguistics Volume 44, Number 4 .doi:10.1162/coli_a_00333. Correa, Denzil, Leandro Araújo Silva, Mainack Mondal, Fabrício Benevenuto, Krishna P. Gummadi. 2015. "The Many Shades of Anonymity: Characterizing Anonymous Social Media Content". International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM). Corneliu Bjola dan Lu Jiang. 2015. "Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, U.S. and Japan in China". Dalam Corneliu Bjola and Marcus Holmes (ed). Digital Diplomacy: Theory and Practice. London and New York: Routledge. Dumč iuvienė, Aušra. 2017. "Twiplomacy: The Meaning Of Social Media To Public Diplomacy And Foreign Policy Of Lithuania". Lithuanian Foreign Policy Review Vol. 35 (2016). DOI: 10.1515/lfpr-2016-0025 Dwikardana, Sapta Ph.D. 2017. "Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia". Laporan Penelitian Mono Disiplin. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Fitzpatrick, Kathy R. 2010. "US Public Diplomacy's Neglected Domestic Mandate". CPD Perspective on Public Diplomacy Paper 3. USC Center on Public Diplomacy: the Annenberg School. Gazeta, Rossiyskaya, Kira Latukhina, dan Maxim Makarychev. 2013. "Russia Updates its Foreign Policy Concept". Russia Beyond. https://www.rbth.com/international/2013/02/25/russia_updates_its_foreign_policy_concept_23211.html. Gong, Chenzhuo, 2014. "Social Media and China's Public Diplomacy: A Path to the Future". Conference Paper: The 5th ECPR Graduate Students Conference, At Innsbruck, Austria. DOI: 10.13140/2.1.4384.1926 Gurskas, Marius. 2016. "Twiplomacy – New Form Of Contemporary Public Diplomacy?". Politikos Mokslų Almanachas. Vol 19. DOI. 10.7220/2335-7185.19.8 Hartig, Falk. 2016. Chinese public diplomacy: The rise of the Confucius Institute. New York: Routledge. Hocking, Brian. 1998. "The End(s) of Diplomacy". International Journal Vol. 53, No. 1 (Winter, 1997/1998) Hocking, Brian dan Jan Melissen 2015. "Diplomacy in the Digital Age". Clingendael. Netherland Institute for International Relations. Holmes, Marcus, Ph.D. 2013. "What Is e-Diplomacy?". Paper Prepared For The 2013 7theuropean Consortium For Political Research General Conference In Bordeaux. Huang, Zhao Alexandre dan Rui Wang. 2019. "Building a Network to "Tell China Stories Well": Chinese Diplomatic Communication Strategies on Twitter". International Journal of Communication 13. (2019), 2984–30071932 Khatib, Lina, William Dutton dan Michael Thelwall. 2011. Public Diplomacy 2.0: An Exploratory Case Study of the US Digital Outreach Team. CDDRL WORKING PAPERS Number 120. Center on Democracy, Development, and The Rule of Law. Freeman Spogli Institute for International Studies. Krishnan, A., Kurtzberg, T. R., & Naquin, C. E. 2014. The Curse of the Smartphone: Electronic Multitasking in Negotiations. Negotiation Journal, 30(2), 191–208. doi:10.1111/nej.12055. Manor, Ilan. 2017. "The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology". Working Paper. Exploring Digital Diplomacy 1. Manor Ilan. 2018. "An Optimistic Research Agenda for Digital Public Diplomacy". USC Center on Public Diplomacy. <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/optimistic-research-agenda-digital-public-diplomacy>. Melissen, Jan ed. 2005. The New Public Diplomacy Soft Power in International Relation. Palgrave MacMillan. Pamment, James. 2013. New Public Diplomacy In The 21st Century : a Comparative Study of Policy And Practice. Routledge New Diplomacy Studies. London ; New York: Routledge. Presidential Executive Office. 2012. "Meeting With Russian Ambassadors And Permanent Representatives In International Organisations". <http://en.kremlin.ru/events/president/news/15902>. Rashica, Viona. 2018. "The Benefits And Risks Of Digital Diplomacy". SEEU Review Volume 13 Issue 1. Renken, Wiekke. 2014. "Social Media Use in Public Diplomacy A Case Study of the German Missions' Facebook use Thesis MSc in Strategic Public Relations". Thesis. Lund University. Salenius, Sophia. 2014. "The UN Must Radically Alter Strategy in Fight Against Ebola". HuffPost. https://www.huffingtonpost.co.uk/sophia-salenius/ebola-un_b_5835504.html Sevin, Efe dan Usadiana Ingenhoff. 2018. "Public Diplomacy On Social Media: Analyzing Networks And Content". International Journal Of Communication. 12(2018), 3663–3685. Shakirov, Oleg. 2013. "Russian Soft Power Under Construction". E International Relations. <https://www.e-ir.info/2013/02/14/russian-soft-power-under-construction/> Shoman, Haitham, Emilie Karafillakis dan Salman Rawaf. 2017. "The Link Between The West African Ebola Outbreak And Health Systems In Guinea, Liberia And Sierra Leone: a Systematic Review". Global Health. 2017; 13: 1. Published online 2017 Jan 4. doi: 10.1186/s12992-016-0224-2 Simons, G. 2014. "Russian public diplomacy in the 21st century: Structure, means and message". Public Relations Review. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.03.002> Simunjak, Maja dan Alessandro Caliandro. 2019. "Twiplomacy in the age of Donald Trump: Is the diplomatic code changing?". The Information Society An International Journal. Volume 35, 2019 - Issue 1. Verrekia, Bridget, "Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations" (2017). Independent Study Project (ISP) Collection. 2596. https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2596 Wang, Weijin. Tanpa Tahun. "Analysis on China's Cyber Diplomacy". http://dspace.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/12507/10-1_43_159-Wang.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Zaharna, R. S.. 2015. "From Pinstripes to Tweets". The Cairo Review of Global Affairs. <https://www.thecairoreview.com/essays/from-pinstripes-to-tweets/>

BAB III PRAKTEK DIPLOMASI DIGITAL INDONESIA [Indonesia merupakan salah satu negara yang cukup aktif dalam](#) mempergunakan [media sosial](#) sebagai bagian dari pembangunan diplomasi digitalnya. Penggunaan teknologi digital dalam aktifitas diplomasi Indonesia tentu bukan hanya media sosial saja, tetapi juga web, email, digital network dan platform digital lainnya. Bab ini akan mengulas latar belakang dan perkembangan diplomasi digital Indonesia serta pengaruhnya terhadap praktek diplomasi negara. III.1. Latar Belakang Diplomasi Digital Indonesia Indonesia mulai memanfaatkan diplomasi digital setelah dilakukannya reformasi Kementerian [Luar Negeri Republik Indonesia pada tahun 2002](#). Terbentuknya Direktorat [Informasi dan Diplomasi Publik](#) menandakan bahwa Kementerian [Luar Negeri Republik Indonesia](#) menaruh perhatian [pada](#) pentingnya pengaruh

informasi dan keterlibatan publik dalam aktifitas diplomasi. [Dikeluarkannya Keputusan Presiden Nomor 81 Tahun 2010 tentang Grand Design Reformasi Birokrasi 2010-2025 dan Roadmap Reformasi 13 Birokrasi 2010-2014 melalui Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 20 Tahun 2010](#), menjadikan [upaya benah diri](#) memperoleh momentum baru. [Langkah-langkah perubahan konkrit baik menyangkut piranti lunak \(software\) maupun perangkat keras \(hardware\) dilaksanakan](#) sebagai bagian dari [program Reformasi Birokrasi Nasional](#). Hal ini [dipenuhi tidak hanya aspek administratif berupa penyusunan dokumen-dokumen kegiatan, tetapi juga perubahan-perubahan riil dan signifikan ke arah perbaikan \(Biro Perencanaan Dan Organisasi Sekretariat Jenderal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2013\)](#). Perubahan pendekatan diplomasi sebagai akibat pengaruh kemajuan teknologi komunikasi tidak lagi dapat dihindarkan oleh negara-negara di dunia, termasuk Indonesia. [Keputusan Menteri Luar Negeri No. 84/B/RO/I/2017/01 tahun 2017 tentang perubahan peta Strategi dan Indikator Kerja Utama Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia](#) menandai pentingnya peran diplomasi digital dalam diplomasi Indonesia. Hal tersebut sekaligus menandai perubahan dalam peta strategis [Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia Nomor SK.01/B/RO//IV/2015/01 tentang Rencana Strategis Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2015-2019](#). Pada Keputusan Menteri tersebut disebutkan bahwa pada Sasaran Strategis dan Indikator Kinerja Utama Kemenlu melibatkan pada pemangku kepentingan dan pengguna yaitu presiden, DPR, MPR, LSM, Pemda, Pemprov dan lain sebagainya sebagai pemangku kepentingan dan WNI, akademisi, organisasi internasional dan lain sebagainya sebagai pengguna. Pada bagian proses pencapaian sasaran strategis tersebut didukung dengan aktifitas diplomasi yaitu diplomasi maritim, [diplomasi ekonomi, sosial dan budaya, diplomasi perlindungan WNI](#), diplomasi digital dan dukungan serta komitmen nasional bagi kebijakan luar negeri Indonesia. Penggunaan Diplomasi Digital sebelumnya telah dimuat dalam [Peraturan Menteri Luar Negeri No 2 Tahun 2016. Dalam Peraturan Menteri tersebut diplomasi digital hanya merupakan bagian dari dukungan media dan juru bicara. Artinya, Diplomasi Digital hanya menjadi alat untuk memastikan adanya hubungan baik antara Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dengan media dan publik](#). Adanya Renstra 2015-2019 dan [Keputusan Menteri Luar Negeri 2017 tersebut menandai bahwa Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia Republik Indonesia tidak hanya menempatkan diplomasi digital sebagai alat diseminasi informasi saja melainkan menjadikannya sebagai bagian dari fungsi yang lebih strategis](#). Gambar III.1. Kerangka Strategis Tujuan [Kementerian Luar Negeri](#) Sumber: [Rencana Strategis 2015-2019](#), Kementerian [Luar Negeri](#) Republik Indonesia., Hal. 26 [Pada Peta Strategis Kementerian Luar Negeri tahun 2017](#) terlihat bahwa adopsi atas teknologi informasi diperlukan guna mendukung kinerja Kementerian Luar Negeri Indonesia. Pada poin [B.4](#), menempatkan [diplomasi digital dan informasi hubungan luar negeri yang kuat](#) sebagai bagian dari internal business process. (Lihat Gambar III.2) Gambar. III.2. Peta Strategis Kementerian Luar Negeri 2019 Sumber: Keputusan Menteri Luar Negeri Republik Indonesia No. 48/B/RO/I/2019/01 Tahun 2019 Tentang Peta Strategis dan Indikator Kinerja Utama Kementerian Luar Negeri Tahun 2019. [Merujuk pada visi misi yang tertuang pada Rencana Strategis Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik \(Ditjend IDP\), bahwa Ditjend IDP merupakan penjuror penguatan citra positif Indonesia, maka diplomasi digital sebagai bagian dari alat strategis harus mampu menjadi pendukung utama kinerja Ditjend IDP](#). Jika sebelumnya diplomasi digital semata mata dipergunakan untuk melayani informasi dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia kepada publik, dengan perubahan tersebut maka Diplomasi Digital dimanfaatkan untuk membentuk persepsi positif media maupun publik atas 67 kebijakan luar negeri Indonesia. Pergeseran diplomasi yang tidak lagi state centric, memberikan ruang bagi publik untuk menjadi subyek dalam diplomasi. Dengan demikian, peran Diplomasi Digital tidak lagi hanya menjadi jembatan bagi informasi publik melainkan juga menjadi pendorong dan penopang bagi agen diplomasi baru yakni publik. Hal tersebut tertantum dalam Program Pelaksanaan Tugas Diplomasi di Perwakilan RI 2015-2019 poin 8 menyebutkan mengenai [Program Optimalisasi Informasi dan Diplomasi Publik. Program ini memiliki 1 \(satu\) sasaran program yaitu Menguatnya citra positif Indonesia melalui peningkatan peran Indonesia di dunia Internasional, dengan 4 \(empat\) indikator yaitu, Persentase pemberitaan positif oleh media massa dan kehumasan badan publik terhadap kebijakan politik luar negeri Indonesia; Persentase dukungan konstituen domestik/internasional dan negara sahabat terhadap aset-aset diplomasi publik Indonesia; Persentase respon positif terhadap bantuan kerjasama teknik melalui mekanisme bilateral dan triangular; dan Persentase respon positif terhadap pengamanan perwakilan asing dan kegiatan internasional di Indonesia](#) (Rencana Strategis 2015-2019, Kementerian [Luar Negeri Republik Indonesia](#)). Pada masa pemerintahan Presiden Jokowi, teknologi digital memperoleh perhatian yang cukup besar. Dalam forum G20, Presiden Jokowi berharap bahwa [negara-negara G20 dapat memberikan asistensi untuk mengurangi kesenjangan digital antara negara maju dan berkembang serta meningkatkan kerja sama dalam pengembangan teknologi antara negara-negara anggota G-20 \(Sa'diyah 2016\)](#). Penggunaan teknologi informasi dalam diplomasi antar negara semata-mata didorong oleh kesadaran atas pentingnya informasi publik dan komunikasi yang efektif guna membangun kepercayaan publik. Hal ini dilakukan guna mendukung kebijakan luar negeri pemerintah Republik Indonesia (<http://www.kemlu.go.id>, 18 Maret 2016). 68 Pentingnya membangun kepercayaan publik melalui dunia yang semakin transparan merupakan tantangan tersendiri bagi diplomasi. [Wakil Menteri Luar Negeri Abdurrahman Mohammad Fachir mengatakan dunia digital mengubah partisipan, mendorong semangat keterbukaan dan transparansi](#). "Perkembangan digital telah menciptakan sumber informasi baru dan tantangan paradox of plenty. Diplomasi harus mampu merebut ruang informasi publik dan menyajikan informasi secara cepat, tepat, dan benar. Saat ini, semua orang bisa menjadi pelaku hubungan luar negeri. Harapannya, ketika mereka melakukan hal tersebut bisa sesuai dengan kebijakan pemerintah yang pada dasarnya dijalankan menurut konsensus nasional dan sesuai dengan undang-undang." (Gloria, 2017). Guna merebut merebut ruang informasi publik, maka diplomasi juga harus dapat mengadopsi teknologi digital agar dapat melakukan interaksi dengan institusi publik dan masyarakat tanpa jarak tempat dan waktu. Konsultasi dan pelayanan publik pun dapat dilakukan secara lebih efisien dan efektif melalui jaringan komunikasi virtual. Sebagai salah satu bentuk diplomasi digital oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia adalah penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial sendiri oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia Republik Indonesia telah dimulai semenjak

2010 dengan membuat akun media sosial untuk membagikan informasi mengenai kebijakan luar negeri melalui media yang lebih luas dan lebih cepat dengan memanfaatkan teknologi informasi. Dari riset Dwikardana et. al (2017) akun Twitter yang Kementerian Luar Negeri ada tiga yaitu 1) Deplu (@deplu), 2) Indonesia MFA (@IndonesiaMFA), dan 3) Kemlu RI (@Kemlu_RI). Namun yang aktif hanya @Kemlu_RI. Selain 3 akun tersebut, terdapat 10 akun Twitter Kemlu yang lain. Akun-akun tersebut diasumsikan dikelola oleh Direktorat ataupun Divisi di dalam Kemlu. Dengan demikian, jika ditambah dengan akun portal resmi Kemlu RI maka total akun 69 Twitter yang terafiliasi dengan Kemlu berjumlah 10 akun. Akun-akun tersebut diantaranya: 1. @infoamerop (Direktorat Jenderal Amerika dan Eropa). 2. @PKKIKemlu (Direktorat Perdagangan, Komoditas, dan Kekayaan Intelektual). 3. @KSTKemlu (Direktorat Kerja Sama Teknik). 4. @ProtokolKemluRI (Direktorat Jenderal Protokol dan Konsuler). 5. @diplik_kemlu (Direktorat Diplomasi Publik). 6. @Astimpas_Kemlu (Direktorat Jenderal [Asia Pasifik dan Afrika](#)). 7. @ SESPARLU (Sekolah Staf dan Pimpinan Kementerian [Luar Negeri](#)) 8. @TIK_KEMLU ([Teknologi Informasi dan Komunikasi Kementerian Luar Negeri](#)). 9. @KIPSKemlu (Direktorat Keamanan dan Perlucutan Senjata). 10. @Sosbud_OINB (Staf Ahli Bidang Sosial Budaya). Di luar akun milik Kementerian Luar Negeri Indonesia tersebut, terdapat 81 akun milik KBRI dan KJRI. Jumlah akun media sosial tersebut belum termasuk facebook dan Instagram yang juga dipergunakan oleh Kementerian Luar Negeri dan para duta besar dan diplomat.

III.2. Praktek Diplomasi Digital Indonesia melalui Twitter dan Facebook. Praktek diplomasi digital Indonesia salah satunya dapat dilihat akun media sosial milik Kementerian Luar Negeri baik pada Facebook maupun Twitter. Aktifitas yang dirujuk dalam buku ini adalah aktifitas kedua akun tersebut pada Oktober 2017- Oktober 2019. Selama dua tahun tersebut, kedua akun tersebut akan diulas kontennya merujuk pada jenis aktifitasnya.

III.2.1. Media Sosial Facebook Kementerian Luar Negeri Indonesia Facebook milik Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia Republik Indonesia terverifikasi dengan nama akun @Kemlu_RI. Dibuat pada 30 Juni 2010, akun ini melengkapi tujuan sekaligus alat diplomasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Gambar III.3 Laman Facebook [@Kemlu_RI Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](#) Hingga 10 Januari 2020, akun tersebut telah diikuti oleh 76.869 orang dan disukai oleh 74.416 orang. Follower dari akun Fcebook @Kemlu_RI ini rata-rata diikuti oleh kelompok muda yang berusia antara 18 hingga 40 tahun. Sebagian besar berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa. Tidak terlalu banyak akun warga negara asing yang mengikuti akun Facebook@Kemlu_RI ini. Dari 71 survey atas unggahan yang dilakukan terhadap Facebook @Kemlu_RI tersebut selama dua tahun yaitu tahun Oktober 2017 - Oktober 2019 telah mengunggah sebanyak 500 unggahan yang terdiri atas: Gambar III.4. Diagram Unggahan Facebook @Kemlu_RI 5% 18% 8% 12% 8% 49% Informasi mengenai Kementerian Luar Negeri RI [Informasi mengenai kegiatan Diplomasi dan kegiatan Kementerian Luar Negeri RI](#) Kerjasama dalam diplomasi dengan kementerian lain [Kegiatan Menteri Luar Negeri RI Informasi mengenai isu Internasional Informasi mengenai isu Internasional](#) terkait RI Sumber: Erna Kurniawati et.al. 2020. Diplomasi Digital Kementerian Luar Negeri Indonesia melalui Facebook dan Twitter. Laporan Penelitian Terapan LPPM UPN 'Veteran' Yogyakarta. Adapun rincian dan contoh unggahan tersebut adalah sebagai berikut: 1. Unggahan mengenai aktifitas terkait dengan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia sebagai sebuah institusi sebanyak 89 kali. Aktifitas Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia tersebut misalnya upaya Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia mengembangkan kualitas dirinya seperti pada Gambar III.5 Kemlu for Startup serta upaya Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia untuk menjangkau lebih banyak perhatian dan peran publik melalui diplomasi digital seperti pada Gambar III.6. [Gambar III.5](#) Kemlu for Startup [Gambar III.6](#). Diplomasi Digital Sumber: [https://www.facebook.com/Kemlu.RI](#) 2. [Informasi mengenai kegiatan diplomasi dan kegiatan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia](#) sebanyak 247 kali. Unggahan mengenai kegiatan diplomasi dan kementerian ini merupakan unggahan terbanyak yang dilakukan oleh admin Facebook @Kemlu_RI dalam dua tahun/ Unggahan ini yang biasanya diikuti dengan tagar #IniDiplomasi, #IndonesiaUntukDunia, atau #NegaraMelindungi dan memuat informasi mengenai hal-hal apa saja yang pernah dilakukan oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam hubungan antar negara. Pada Gambar III.7 Diplomasi Budaya, merupakan informasi diplomasi budaya yang diselenggarakan melalui program IACS, Gambar III.8 Diplomasi Perlindungan WNI menunjukkan keberhasilan diplomasi Indonesia dalam melindungi WNI di luar negeri, Gambar III.9. Diplomasi Perdamaian merupakan informasi keikutsertaan 73 Indonesia dalam misi perdamaian PBB dan Gambar III.10 Gastro Diplomacy yang menunjukkan upaya Indonesia mempopulerkan kopi Indonesia dalam berbagai kesempatan. Gambar III.7 Diplomasi Budaya Gambar III.8 Diplomasi Perlindungan WNI [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](#) Gambar III.9. Diplomasi Perdamaian Gambar III.10. Gastro Diplomacy sumber: [https://www.facebook.com/Kemlu.RI](#) 3. Informasi mengenai kegiatan diplomasi dengan bekerja sama dengan kementerian lain sebanyak 42 kali. Unggahan ini biasanya merupakan unggahan berita apa yang telah dilakukan Kementerian [Luar Negeri Republik Indonesia](#) bersama-sama [dengan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia](#), seperti nampak pada Gambar III.11 Promosi Perikanan Indonesia dan Gambar III.12 Trade Expo Gambar III.11 Promosi Perikanan Gambar III.12 Trade Expo Indonesia [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](#) 4. Informasi [mengenai](#) kegiatan menteri luar negeri Indonesia sebanyak 58 kali, yaitu unggahan mengenai kegiatan menteri luar negeri dalam menerima tamu negara hingga berkiprah dalam seminar internasional dan juga keterlibatannya sebagai menteri luar negeri dalam hubungan internasional. Dalam Gambar III.13 dan III.14 merupakan informasi kegiatan menteri luar negeri dalam membuka pameran foto Investing in Peace dan pertemuan menteri luar negeri dengan menteri luar negeri Timor Leste untuk meningkatkan kerjasama bilateral. Gambar III.13 Kegiatan Menlu dalam Investing in Peace Gambar III.14 Kegiatan Menlu dalam Pertemuan Bilateral [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](#) 5. Informasi mengenai [isu](#) internasional sebanyak 23 kali. Unggahan ini biasanya merupakan sikap Indonesia terkait dengan peristiwa internasional yang sedang terjadi. Pada Gambar III.15 Pray for Srilanka merupakan informasi mengenai keprihatinan yang ditunjukkan pada peristiwa bom di Srilanka, sedangkan Gambar III.16 Sikap atas Pelanggaran Israel merupakan sikap yang ditunjukkan Indonesia atas kampanye Israel di Tepi Barat yang dianggap melanggar hukum internasional. Sementara Gambar III.17 dan III.18 merupakan informasi mengenai upaya yang dilakukan oleh Indonesia untuk Palestina dan Afghanistan. Gambar III.15 Pray for Srilanka Gambar

III.16 Sikap atas Pelanggaran Israel [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](https://www.facebook.com/Kemlu.RI) Gambar III.17 Upaya Bilateral untuk Gambar III.18 Upaya Indonesia untuk Palestina Afganistan [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](https://www.facebook.com/Kemlu.RI) Gambar III.19. Isu Sawit Gambar III.20. Isu Papua Merdeka [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](https://www.facebook.com/Kemlu.RI)

1. Informasi mengenai isu internasional yang melibatkan Indonesia sebanyak 41 kali. Unggahan ini merupakan informasi baik mengenai isu yang secara langsung melibatkan Indonesia seperti pada Gambar III.19 dan III.20 tetapi juga keterlibatan aktif [Indonesia sebagai anggota tidak tetap DK PBB](#) dan organisasi atau [kegiatan](#) internasional lainnya. III.2.2. Twitter Kementerian [Luar Negeri Republik Indonesia Republik Indonesia](#) Twitter milik Kementerian [Luar Negeri Republik Indonesia Republik Indonesia](#) terverifikasi dengan nama akun @Kemlu_RI. Dibuat pada 30 Juni 2010, seperti halnya facebook, akun ini juga melengkapi tujuan sekaligus alat diplomasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia Indonesia. Gambar III.21. Laman Twitter [MoFa Indonesia @Kemlu_RI](#) [Sumber: https://twitter.com/Kemlu_RI](https://twitter.com/Kemlu_RI) Hingga 10 Januari 2020, akun tersebut telah diikuti oleh 166,8 ribu orang dan disukai oleh 74.416 orang. Follower dari akun Twitter MoFa 80 Indonesia @Kemlu_RI ini rata-rata diikuti oleh kelompok muda yang berusia antara 18 hingga 40 tahun. Akun ini diakui responden jauh lebih aktif ketimbang Akun Facebook Kementerian Luar Negeri RI @Kemlu_RI dan juga lebih sering mempergunakan bahasa Inggris pada beberapa unggahannya. Ia juga aktif melakukan retwit baik dari akun Twitter Menteri Luar Negeri atau akun lain terkait dengan diplomasi Indonesia. Dari survey atas unggahan yang dilakukan terhadap Twitter MoFa Indonesia @Kemlu_RI tersebut selama dua tahun yaitu tahun Oktober 2017-Oktober 2019 telah mengunggah sebanyak 3.503. Jumlah ini nampak jauh lebih banyak dibandingkan unggahan melalui Facebook @Kemlu_RI dikarenakan selain lebih aktif, Twitter memiliki karakter yang lebih terbatas dibandingkan Facebook. Unggahan akun MoFa Indonesia @Kemlu_RI terdiri atas: Gambar III.22. Diagram Unggahan Twitter MoFa Indonesia @Kemlu_RI Informasi mengenai Kementerian Luar 8% 4% Negeri RI [Informasi mengenai kegiatan Diplomasi](#) 14% [dan kegiatan](#) Kementerian [Luar Negeri RI](#) Kerjasama dalam diplomasi dengan kementerian lain 13% Kegiatan Menteri Luar Negeri RI 3% 58% [Informasi mengenai isu Internasional Informasi mengenai isu Internasional](#) terkait RI [Sumber: Erna Kurniawati et.al. 2020. Diplomasi Digital Kementerian Luar Negeri Indonesia melalui Facebook dan Twitter. Laporan Penelitian Terapan LPPM UPN 'Veteran' Yogyakarta Adapun rincian dan contoh unggahan tersebut adalah sebagai berikut: 1. Unggahan mengenai aktifitas terkait dengan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia sebagai sebuah institusi sebanyak 141 kali. Gambar III. 23 81 menunjukkan infografis mengenai informasi kegiatan diplomasi Indonesia dalam melaksanakan politik luar negeri, sedangkan Gambar III.24 menunjukkan hasil kinerja Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia yang memenangkan penghargaan GSMS. Gambar III.23. 5 Tahun Diplomasi Gambar III.24. Penghargaan GSMS \[Sumber: https://twitter.com/Kemlu_RI\]\(https://twitter.com/Kemlu_RI\) 2. \[Informasi mengenai kegiatan diplomasi dan kegiatan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia\]\(#\) sebanyak 2049 kali. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia sangat aktif menyebarkan informasi mengenai diplomasi Indonesia seperti Gambar menunjukkan III.25 Diplomasi Kemanusiaan yang diselenggarakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia untuk membantu masyarakat Palestina, Gambar III.26 menunjukkan aktifitas diplomasi ekonomi, Gambar III.27 menunjukkan aktifitas diplomasi budaya dan Gambar III.28 menunjukkan aktifitas diplomasi kuliner. \[Gambar III.25. Diplomasi Kemanusiaan\]\(#\) \[Gambar III.26. Diplomasi Ekonomi\]\(#\) \[Gambar III.27. Diplomasi Budaya\]\(#\) \[Gambar III.28. Diplomasi Kuliner\]\(#\) \[Sumber: https://twitter.com/Kemlu_RI\]\(https://twitter.com/Kemlu_RI\) 3. Informasi mengenai kegiatan diplomasi yang diselenggarakan dengan institusi lain seperti kementerian atau institusi domestik lain sebanyak 116 kali. Unggahan ini biasanya merupakan unggahan berita apa yang telah dilakukan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia bersama-sama dengan kementerian atau institusi domestik lainnya, seperti nampak pada Gambar III.29 bersama-sama dengan Kemendikbud berdiskusi dengan Skotlandia dalam mengelola peredaran obat-obatan terlarang dan Gambar III.30 bersama-sama dengan Kementerian Pertanian menyelenggarakan konferensi mengenai Food Security. Gambar III.29. Mengelola Masalah Obat-Obatan Terlarang Gambar III.30 .Food Security Conference \[Sumber: https://twitter.com/Kemlu_RI\]\(https://twitter.com/Kemlu_RI\) 4. Informasi mengenai kegiatan menteri luar negeri Indonesia sebanyak 464 kali. yaitu unggahan mengenai kegiatan menteri luar negeri dalam menerima tamu negara hingga berkiprah dalam seminar internasional dan juga keterlibatannya sebagai menteri luar negeri dalam hubungan internasional. Dalam Gambar III.31 dan III.32 merupakan informasi kegiatan menteri luar negeri dalam membuka pameran foto Investing in Peace dan pertemuan menteri luar negeri dengan menteri luar negeri Timor Leste untuk meningkatkan kerjasama bilateral. Gambar V.31 Kegiatan Menlu Gambar V.32 Kegiatan Menlu: dalam PBB Kesepakatan Bilateral \[Sumber: https://twitter.com/Kemlu_RI\]\(https://twitter.com/Kemlu_RI\) 5. Informasi mengenai isu internasional sebanyak 473 kali. Unggahan ini biasanya merupakan sikap dan kebijakan Indonesia terkait dengan peristiwa internasional yang sedang terjadi. Gambar III.33 merupakan sikap penolakan Indonesia atas keabsahan hak Israek dan pernyataan Amerika mengenai pembangunan pemukiman Israel di Tepi Barat dan Gambar III. 34 merupakan kecaman Indonesia atas serangan terhadap fasilitas Aramco di Saudi Arabia. Gambar III.33. Sikap Indonesia atas Pemukiman Illegal Israel Gambar III. 34. Sikap Indonesia atas Serangan terhadap Aramco \[Sumber: https://twitter.com/Kemlu_RI\]\(https://twitter.com/Kemlu_RI\) 6. \[Informasi mengenai isu internasional yang melibatkan Indonesia\]\(#\) sebanyak 262 kali. Unggahan ini merupakan informasi baik mengenai isu yang secara langsung melibatkan Indonesia seperti pada Gambar III.35 mengenai isu sawit Indonesia yang dianggap melanggar HAM dan membahayakan lingkungan serta Gambar III.36 Diplomasi Perbatasan Indonesia yang berhasil menyelesaikan negosiasi dengan Filipina. Gambar III.35 Diplomasi Sawit Gambar III.36 Diplomasi Perbatasan \[Sumber: https://twitter.com/Kemlu_RI\]\(https://twitter.com/Kemlu_RI\) Dari konten baik facebook dan Twitter milik Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia terlihat bahwa konten yang paling banyak diunggah adalah konten mengenai kegiatan kementerian luar negeri dan diplomasi Indonesia. Konten mengenai kegiatan yang terkait dengan kementerian luar negeri sebagai sebuah institusi seperti peningkatan kinerja menduduki peringkat kedua, laporan mengenai kegiatan menteri luar negeri menduduki peringkat ketiga, aktifitas diplomasi bersama kementerian lain atau laporan mengenai capaian Indonesia baik dalam bidang tertentu di luar negeri berada pada urutan keempat. Sedangkan unggahan mengenai kiprah Indonesia dalam isu internasional berada pada peringkat lima dan terakhir isu internasional yang terkait Indonesia berada pada urutan terakhir. 87 Sejalan dengan pendapat Manor dan Segev \(2015\)](#)

bahwa penggunaan sosial [platform media oleh suatu negara](#) adalah [untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri](#) dan mengelola [secara proaktif citra dan reputasinya](#) melalui branding [negara](#). Sehingga selain memberikan informasi/pengetahuan kepada publik mengenai diplomasi (Hanson 2012), maka media sosial tersebut menjadi upaya branding mengenai arah [politik luar negeri Indonesia yang bebas aktif](#). Diplomasi kemanusiaan yang diselenggarakannya terhadap sejumlah negara, peran aktifnya dalam PBB baik sebagai bagian dari dewan keamanan atau terjun langsung dalam area konflik, menunjukkan bahwa Indonesia sungguh-sungguh dalam melaksanakan politik luar negerinya yang bebas aktif. Sedangkan berbagai diplomasi yang seperti diplomasi ekonomi, budaya, kemanusiaan, kuliner dan lain sebagainya merupakan citra yang hendak ditunjukkan kepada audien bahwa Indonesia sungguh-sungguh melaksanakan total diplomacy demi kepentingan nasionalnya. Media sosial tersebut juga menjadi upaya bagi Kementerian Luar Negeri Indonesia untuk menjalin komunikasi dengan netizen melalui konten yang menarik. Nurmi (2012) menyebutkan sejumlah konten media sosial dapat berbentuk diantaranya [photo sharing, audio, video, microblogging, livecasting, virtual worlds](#) dan [gaming](#). Merujuk hal tersebut, facebook dan Twitter milik Kementerian Luar Negeri Indonesia telah berusaha mengadopsi sejumlah bentuk konten yang menarik untuk menjaga relasi dengan audien seperti foto, infografis, karikatur, video dan juga film. Sejumlah unggahan juga memiliki link terkait yang mengarahkan audien pada konten yang jauh lebih detail dan atau menarik. Konten berupa infografis yang disuguhkan melalui video ataupun karikatur nampak seperti pada Gambar III.37 dan link film seperti pada Gambar III.38. Gambar III.37 Konten Karikatur dan Video [Sumber: https://www.facebook.com/Kemlu.RI](#) Gambar III.38 Link Film pada Twitter MoFa [Sumber: https://twitter.com/Kemlu_RI](#) Referensi Biro Perencanaan Dan Organisasi Sekretariat Jenderal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2013. Dwikardana, Sapta Ph.D. 2017. "Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia". Laporan Penelitian Mono Disiplin. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Hanson, F. 2012. "Baked in and Wired: eDiplomacy@State." Brookings Institute Foreign Policy Paper Series, number 30 of 32 October: 1-41. Gloria. 2017. "Diplomasi Harus Menjawab Tantangan Era Digital". <https://ugm.ac.id/id/berita/13925-diplomasi-harus-menjawab-tantangan-era-digital>. Diunduh 24 Desember 2019. Keputusan Menteri Luar Negeri Republik Indonesia No. 48/B/RO/I/2019/01 Tahun 2019 Tentang Peta Strategis dan Indikator Kinerja Utama Kementerian Luar Negeri Tahun 2019. Kurniawati, Erna et.al. 2020. Diplomasi Digital Kementerian Luar Negeri Indonesia melalui Facebook dan Twitter. Laporan Penelitian Terapan LPPM UPN 'Veteran' Yogyakarta. Manor, I. and C. Segev. 2015. "America's Selfie: How The US Portrays Itself On Its Social Media Accounts". dalam Bjola, C, and Holmes, M. (eds) Digital Diplomacy: Theory and Practice. New York: Routledge. Nurmi, Maria . 2012. Social Media In Public Diplomacy – Survey On The Social Media Communication of the Finnish Missions Abroad. Master's Thesis September 2012 Organizational Communication & Public Relations. Department Of Communication. University Of Jyväskylä. Sa'diyah, Halimatus. 2016. "Jokowi Dorong Kebijakan Ekonomi Negara G-20 tak Merugikan". <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/09/05/od0ykm382-jokowi-dorong-kebijakan-ekonomi-negara-g20-tak-merugikan>. Diunduh 24 Desember 2019. BAB IV STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK AMERIKA MELALUI TEKNOLOGI DIGITAL Penggunaan teknologi digital dalam praktek diplomasi di Amerika sudah mulai diujicobakan pada tahun 50an ketika mesin IBM pertama hadir. Teknologi tersebut diprogram untuk menjawab pertanyaan mengenai Amerika. Sayangnya, untuk penggunaan skala besar, teknologi digital pada waktu itu cukup supportif. Pada tahun 70an, USIA (United States Information Agency) mencoba menghubungkan terminal komputer di Paris dan Washington, namun gagal. Meski demikian, kesadaran atas dampak teknologi digital terhadap praktek diplomasi negara sudah disadari sejak awal teknologi tersebut hadir. Bab ini hendak menjelaskan bagaimana Amerika mempergunakan teknologi digital dalam praktek diplomasi publik terutama pasca Peristiwa 11 September guna mendukung proyek pembentukan imaji Amerika dalam benak publik internasional. IV.1. Teknologi Digital dalam Diplomasi Amerika Penggunaan teknologi digital secara terbatas dalam praktek diplomasi dimulai kembali pada masa pemerintahan Clinton. Teknologi digital dipergunakan untuk menghubungkan mereka para diplomat yang bekerja di luar negeri dengan karyawan kementerian luar negeri yang berada di Amerika (Cull, 2013). Namun jaringan tersebut meluas dengan memberikan akses kepada 92 publik untuk bergabung. Oleh karenanya, USIA dengan sengaja membentuk lembaga guna membangun konten bagi jaringan tersebut. Lembaga tersebut disebut dengan Information Bureau atau I Bureau. Guna memberikan informasi yang lebih luas lagi, pada tahun 1994, Amerika membuat layanan teks online dengan mempergunakan Gopher Protocol pada program Voice of America (VOA). Konten yang disediakan dalam layanan teks online tersebut antara lain 5 e journal yaitu [Economic Perspectives, Global Issues, Issues in Democracy, U.S. Foreign Policy Agenda](#) dan [U.S. Society and Values](#), yang disediakan dalam berbagai bahasa. Usaha ini harus menghadapi tantangan pada 1997, ketika Cina memblokir semua situs barat dan Serbia mulai meretas berbagai situs melalui Yugospam pada perang Kosovo. USIA mempergunakan VOA untuk menyebarkan berita mengenai kekejaman Serbia sebagai balasannya. Sayangnya, USIA ditutup tahun 1999 pada masa pemerintahan Clinton melalui the Foreign Affairs Reform and Restructuring Act tahun 1998 dan pada 1 Oktober 1999, divisi informasi dan budaya USIA dipindahkan sebagai biro baru dalam Kementerian Luar Negeri, yaitu International Information Programs, Public Affairs dan Educational and Cultural Affairs dibawah [Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs](#) (Rachmawati, 2019:136). Peristiwa 11 September 2001 menjadi sebuah alarm bagi Amerika untuk memeriksa kembali langkah yang mereka lakukan dalam memberikan gambaran Amerika dalam benak publik internasional. Teknologi digital dalam diplomasi Amerika pada masa itu diarahkan untuk mendukung tujuan diplomasi publik 1 Protokol Gopher adalah program komputer yang dikembangkan pada akhir 1980-an untuk menyediakan mekanisme agar mahasiswa dan staf pengajar di Universitas Minnesota pada waktu itu mudah mengakses dokumen. Protokol ini menggunakan model operasi klien / server, di mana server memberikan tautan ke sumber terkait seperti file atau program yang diakses pengguna dengan perangkat lunak yang menampilkan opsi bagi pengguna / klien untuk memilih. Amerika yaitu untuk lebih mengenalkan nilai-nilai Amerika dan memperbaiki citra Amerika baik pada masa Beers hingga Tutwiler. Tutwiler sempat menawarkan proyek untuk menghubungkan ruang kuliah di Amerika dengan ruang kuliah di luar negeri. Program

diplomasi digital Amerika pun dimulai pada tahun 2002-2003, ketika pemerintahan George W. Bush membuat saluran radio dan televisi tersedia di internet (Zinovyeva, 2013:33). Diplomasi digital berkembang pesat pada masa Collin Powell yang membentuk kantor E-Diplomacy. E-Diplomacy merupakan gabungan dari tim teknis dan personel dari Layanan Luar Negeri untuk membangun kerjasama dalam bentuk digital. Web dan diplomat dioptimalkan untuk mendukung E-Diplomacy dan konsulat virtual. Kerjasama dalam bentuk digital misalnya adalah upaya yang dibangun untuk menjalin hubungan dengan dunia Arab melalui web interaktif yang bernama www.opendialog.org. Web tersebut dioperasikan bersama Council for American Muslim Understanding. Web tersebut berisi mengenai cerita pengalaman muslim di seluruh dunia tentang Amerika. www.opendialog.org melengkapi upaya untuk membuka hubungan di samping American Corners, film dokumenter mengenai the Muslim Life in America, Radio Sawa dan Hi Magazine. www.opendialog.org sendiri dibuka pada tahun 2002, oleh Departemen Luar Negeri yang bekerja sama dengan Dewan Muslim Amerika. Situs web [ini tersedia dalam bahasa](#) Inggris, Arab, [Bahasa Indonesia](#), [Bahasa Malaysia](#), Prancis, dan Urdu. Ini merupakan platform untuk pertukaran nilai dan pandangan di antara muslim Amerika dan muslim dari seluruh dunia (Amr, 2016: 30-33). Selain Kantor E-Diplomacy, diplomasi publik di bawah Karen Hughes juga mengembangkan informasi wiki, sebuah blog yang bernama 'DipNotes' (Lihat <https://www.state.gov/blogs/>), grup online Communities @State untuk menghubungkan para diplomat tertarik pada masalah tertentu, serta membentuk [the State Department's Bureau of International Information Programs \(IIP\)](#) (Cull, 2018:7). IIP sendiri menjadi ujung tombak Departemen Luar Negeri untuk berkomunikasi dengan publik asing, untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang kebijakan luar negeri Amerika dan untuk memberi informasi mendukung Diplomasi Publik (PD). Untuk memenuhi ini mandat, Biro telah beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dalam bagaimana pemerintah, pers, dan warga negara membentuk narasidan berbagi informasi dengan memanfaatkan alat digital baru dan program PD tradisional untuk mempengaruhi khalayak sasaran dan mencapai tujuan melalui pengiriman pesan yang lebih efisien dan efektif (Loomis, 2018:109). Badan ini dapat dikatakan sebagai transformasi USIA dan BBG yang direstrukturisasi pada tahun 2000. Saat ini IIP dikenal dengan nama Bureau of Global Public Affairs yang berada di bawah Wakil Menteri for Public Diplomacy and Public Affairs dan dipimpin oleh Nicole Chulick. Adapun Bureau of Global Public Affairs mengkoordinir sejumlah kantor, yaitu: ? Foreign Press Centers Misi Foreign Press Centers adalah untuk memperdalam pemahaman tentang kebijakan AS dan nilai-nilai Amerika melalui keterlibatan media asing kepada audiens global melalui akses langsung. Departemen Luar Negeri Amerika Serikat memiliki Pusat Pers Asing di Washington, D.C. dan New York. Pusat Pers Asing mendukung kebijakan A.S. dengan membantu media asing meliput A.S. Foreign Press Centers mempromosikan kedalaman, keakuratan, dan keseimbangan pelaporan asing dari AS dengan memberikan akses langsung ke sumber informasi Amerika yang resmi. ? Office of Global Social Media Memperluas jangkauan kebijakan luar negeri AS melalui media baru dan teknologi komunikasi berbasis web seperti DipNote dan mengelola berbagai platform media seperti Twitter, Facebook, YouTube, Flickr, dan Instagram. ? Office of Global Web Platforms Office of Global Web Platforms merancang, mengembangkan, menyiapkan, dan mengelola konten informasi untuk situs web utama Departemen Luar Negeri di state.gov. Peran utamanya adalah mengkoordinasikan konten informasi biro dan kantor di dalam Departemen dan menjadi sarana untuk merilis informasi elektronik untuk disebarluaskan di web.. ? Office of International Media Engagement Misi kantor ini adalah menciptakan dan mengelola mekanisme Departemen Luar Negeri dalam memastikan ketercapaian kebijakan luar negeri AS oleh media internasional. Kantor ini mengawasi enam Media Regional yang berfungsi sebagai platform di luar negeri guna menjangkau keterlibatan pemirsa asing baik melalui media siaran, cetak maupun internet. ? Office of Press Operations Kantor Operasi Pers mendukung kegiatan Presiden dan Sekretaris Negara dengan menjelaskan kebijakan luar negeri Amerika Serikat dan posisi Departemen Luar Negeri kepada jurnalis dalam dan luar negeri. Kantor tersebut juga memberikan dukungan logistik dan keahlian kepada Sekretaris Negara dan pejabat Departemen lainnya untuk acara-acara yang melibatkan liputan / partisipasi media. ? Office of Public Liaison Office of Public Liaison menghubungkan Departemen Luar Negeri dengan audien domestik, melalui pengarahannya, konferensi dan acara lainnya. Kantor ini juga bermitra dengan sejumlah organisasi untuk mensponsori konferensi dan acara besar di gedung. ? Office of the Spokesperson Kantor ini memiliki tugas untuk mengkomunikasikan tujuan kebijakan luar negeri A.S. kepada publik Amerika. Pada masa Menteri Luar Negeri Hillary Clinton, tujuan kebijakan luar negeri Amerika diarahkan untuk mendiskreditkan ideologi Al Qaeda, Taliban dan gerakan anti Amerika lain serta merusak rezim politik di Iran dan Cina serta beberapa negara lain yang ditengarai memicu protes terhadap Amerika. Diplomasi digital pun kemudian ditujukan untuk: 1. mendiskreditkan musuh-musuh Amerika, 2. melawan kampanye Cina di internet, 3. membatasi kehadiran media Rusia di negara-negara bekas USSR, 4. melawan kebijakan budaya eksternal Iran yang dilakukan melalui jejaring sosial (Zinovyeva, 2013: 34). Sementara Wakil Menteri James K. Glassman yang menggantikan Hughes, mengembangkan diplomasi publik Amerika dalam 3 area yaitu, memimpin perang atas ide, membangun kekuatan diplomasi publik berdasarkan atas pendidikan dan hubungan budaya serta memanfaatkan teknologi baru. Ia mengembangkan PD IT dengan memproklamkan era "Public Diplomacy 2.0" (Glassman, 2008). Meski bekerja hanya 6 bulan, Glassman mampu menyelenggarakan pertemuan para jurnalis Muslim dan Festival Jazz Second Life, meluncurkan jejaring sosial untuk ECA (Education and Cultural Affairs Bureau), menyelenggarakan kompetisi video untuk mempromosikan perubahan, dan melalui the International Information Program Bureau (IIP) ia juga membuat program tantangan video mengenai demokrasi yang berdurasi 3 menit. Glassman juga mengembangkan intervensi terhadap sejumlah forum untuk membuka diskusi terbuka mengenai Amerika dan program Alliance of Youth Movements yang merupakan kerjasama dengan sejumlah LSM melalui media sosial untuk mendukung diplomasi publik Amerika (Cull, 2013). Sejalan dengan itu, penggunaan twitter pribadi semakin luas. Akun-akun pribadi tersebut mencuitkan sejumlah pandangan Amerika. Pada akhir 2011, Departemen Luar Negeri tampaknya sudah mulai terbuka dengan dengan media sosial guna mempromosikan nilai-nilai dan politik luar negeri Amerika. The Office of Innovative Engagement (OIE), sebuah lembaga di bawah PDIT membuat panduan bagaimana mengelola akun twitter dan menjawab pertanyaan yang diajukan. Ia juga membuat program "Ask the Experts" melalui

Konferensi Video Digital dengan menghadirkan pakar IT. Para diplomat Amerika juga mulai melakukan komunikasi online, seperti Duta Besar Robert Ford yang menggunakan Facebook untuk berkomunikasi dengan orang-orang Suriah pra-Perang Sipil. Melalui Facebook ia aktif membagikan pandangannya mengenai kebijakan Amerika di Suriah dan pandangannya mengenai pemerintahan Assad yang sudah semestinya lebih memikirkan masyarakat sipil dan Duta Besar. Pro dan Kontra atas penggunaan media sosial masih terjadi mengingat Facebook dianggap terlalu berbahaya untuk keamanan diplomatik. Pemerintahan Obama Kedua mulai melihat media sosial dengan cara yang berbeda. Serangan terhadap markas Amerika di Benghazi yang bertepatan dengan kerusuhan akibat YouTube anti-Islam "The Innocence of Muslims" mengakibatkan kekhawatiran dalam diplomasi publik dan diplomasi digital. Namun, momen ini justru meyakinkan Amerika justru untuk memanfaatkan platform digital untuk memberikan berita dan mengembangkan metode untuk mengatasi sensor antar internet dan firewall. IV.2. Praktek [Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Diplomasi Publik](#). [Media sosial](#) merupakan platform yang menarik banyak pengguna karena sifatnya yang dinamis dan memungkinkan siapapun yang berada di dalamnya untuk terlibat secara aktif. Platform ini dapat menjadikan siapapun sebagai subyek yang ide atau opininya didengar, tidak hanya menjadi obyek untuk mendengar dan atau menerima dan berita dari pihak lain. Situasi ini selain membuat setiap orang merasa memiliki peran juga memberikan peluang untuk membangun persepsi dan citra dengan lebih meyakinkan karena persepsi dan citra tidak dibangun searah sepihak. Ha dan James (1998) menunjukkan bahwa interaktivitas menyediakan lima dimensi utama, yaitu: 1. kegembiraan - media sosial menyediakan ruang bagi kehadiran permainan dan kuis dimana setiap pengguna dapat berpartisipasi dengan pengguna online yang lain atau sendiri. 2. pilihan - media sosial memberikan pengguna berbagai alternatif untuk beraktifitas dan memiliki konten termasuk berhenti beraktifitas kapan saja. 3. keterhubungan - media sosial memberikan jaringan yang sangat luas untuk membuat setiap pengguna saling terhubung dengan siapapun dan dimana saja. 4. pengumpulan informasi - media sosial memberikan peluang bagi pengguna untuk memperoleh informasi apa saja dari demografi pengguna, psikografis pengguna dan juga karakteristik kepribadian pengguna. 5. komunikasi timbal balik - interaktifitas menyediakan sarana komunikasi dua arah bahkan tidak jarang juga memberikan peluang kepada para pengguna untuk mengekspresikan dirinya mengenai sebuah produk atau peristiwa tertentu. Kecepatan media sosial menjadi sebuah trend di tengah masyarakat terjadi sangat cepat. Saat ini hampir seluruh bidang dan usia mempergunakan media sosial untuk berkomunikasi atau beraktifitas. Hal ini juga terjadi pada bidang diplomasi, dimana Amerika sendiri memulainya di awal tahun 2000an. Meski pada awalnya penggunaan media sosial menjadi perdebatan, seperti apa yang harus diunggah dan bagaimana menyajikan berita atau opini secara online. Laporan tahunan penasehat komisi diplomasi publik Amerika pada tahun 2004, merekomendasikan agar negara secara aktif mencari cara untuk mempergunakan perangkat lunak yang muncul secara luas (internet). Sayangnya kendala anggaran pada waktu itu masih menahan diplomasi publik untuk tetap mempergunakan alat tradisional seperti radio. Baru pada tahun 2006, ketika Condoleezza Rice mengutarakan keinginannya untuk mendirikan pos virtual agar dapat berbicara dengan diplomat Amerika di luar negeri, media sosial perlahan mendapatkan jalannya. Media sosial telah menjadi kompetitor bagi media mainstream. Sejumlah misi luar negeri negara telah mengaktifkan kecerdasan open source yang mampu menjangkau milyaran orang dengan lebih cepat dan interaktif. Bahkan media sosial dan atau blog memberikan setiap orang kesempatan untuk menulis opininya sendiri mengenai fenomena sosial politik tertentu yang dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi negara sekaligus membentuk kepercayaan publik. Tidak jarang pemantauan media sosial menghadirkan peluang untuk keterlibatan langsung, misalnya ketika NATO menjalankan misinya di Afganistan dan harus berhadapan dengan para pendukung Taliban. Keterlibatan publik dalam interaksi dalam media sosial memberikan peluang pada pemerintah Amerika menjelaskan misi NATO, situasi yang terjadi dan juga menggalang dukungan publik yang lebih luas atas kebijakan Amerika di Afganistan. Namun, sebaliknya, tidak jarang metode ini dianggap berantakan karena setiap kedutaan memiliki media sosialnya sendiri untuk menyiarkan programnya dan kementerian dengan kebijakan luar negerinya. Belum lagi kebijakan dan statemen tumpang tindih dengan media sosial pribadi milik tokoh politik, peresiden atau menteri luar negeri dan duta besar. Akibatnya media sosial lebih sulit untuk dikontrol. Alec Ross (2012), seorang penasehat senior pada masa Hillary Clinton berpendapat bahwa, "The 21st century is a terrible time to be a control freak." Merujuk kondisi tersebut dan tidak mudahnya mengukur keberhasilan media sosial, tidak sedikit yang menentang penggunaan media sosial sebagai bagian dari praktek diplomasi publik. Pemerintahan Obama yang kedua memberikan lompatan besar dalam penggunaan media sosial. Dibangunnya sejumlah blog dalam badan kementerian luar negeri menunjukkan komitmennya dalam mempergunakan teknologi sebagai bagian integral dan diplomasi publik. Bahkan, pada hari pertamanya menjabat, Obama telah menandatangani [Memorandum on Transparency and Open Government](#) pada Januari 2009 (Lihat <https://www.archives.gov/files/cui/documents/2009-WH-memo-on-transparency-and-open-government.pdf>). Nota tersebut menyatakan komitmen Obama bahwa pemerintahannya akan [menciptakan tingkat keterbukaan yang belum pernah terjadi sebelumnya](#). Pemerintah [akan bekerja bersama untuk memastikan kepercayaan publik dan membangun sistem transparansi, partisipasi publik, dan kolaborasi](#). Setelah seorang penasehat hukum senior pada Kementerian Luar Negeri, John Bellinger III, menulis pada blog Opini Juris Januari 2007, sejumlah [media sosial resmi dibuat oleh Kementerian Luar Negeri](#) pada sekitar [tahun](#) 2007-2009, yaitu antara lain: 1. Blog Dipnote Blog Dipnote merupakan blog yang khusus mengulas diplomasi publik. Dipnote merupakan blog resmi milik Kementerian Luar Amerika dengan alamat website <https://www.state.gov/blogs/>. Blog ini memiliki cakupan yang sangat luas dari soal ekonomi, pendidikan dan budaya, hak asasi manusia juga informasi bagi pelajar, pencari kerja hingga traveler. Dipnote menjadi salah satu referensi untuk mengetahui kebijakan dan diplomasi Amerika terhadap negara-negara yang memiliki hubungan diplomatik dengan Amerika. Gambar IV.1. Blog Dipnote Sumber: <https://www.state.gov/blogs/> Dipnote juga memiliki room khusus untuk mengulas sejumlah kebijakan seperti keamanan 5G antara lain transparansi dan anti korupsi, isu kontrol senjata dan profilisasi, isu iklim dan lingkungan, isu narkotika dan kriminalitas dan terorisme. Ia juga mengulas isu ekonomi dan perdagangan, energi, kesehatan, isu perempuan, HAM dan demokrasi, penyelundupan manusia, isu laut dan

kutub, pengungsi dan kemanusiaan, ilmu pengetahuan dan inovasi serta perjanjian dan kesepakatan internasional. 2. ShareAmerica Selain Dipnote, terdapat blog lain yang dibuat untuk membuat warga dunia lebih mengenal Amerika yaitu portal <https://share.america.gov/>. ShareAmerica dikelola oleh Bureau of Public Affairs, Kementerian Luar Negeri Amerika. ShareAmerica adalah platform Kementerian Luar Negeri AS untuk mengkomunikasikan kebijakan luar negeri Amerika di seluruh dunia. Gambar IV.2. Blog ShareAmerica Sumber: <https://share.america.gov/theme/theme-about-america/>

ShareAmerica berbagi cerita dan gambar menarik untuk memicu diskusi dan debat tentang topik-topik penting seperti kebebasan beragama, penegakan hukum, kemakmuran ekonomi, martabat manusia, dan kedaulatan. ShareAmerica menyediakan fitur tentang kehidupan Amerika dan berfungsi sebagai platform untuk host seluruh media interaktif seperti webcast, blog, video, youtube, twitter, facebook dan secondlife serta virtual 3-D tempat dimana pengguna dapat bersosialisasi. 3. Digital Outreach Team Hal penting yang terjadi dalam diplomasi digital Amerika adalah dibentuknya DOT yang membuka diskusi tentang Amerika dalam bahasa Arab, Persia dan Urdu. Ide ini muncul dari kesadaran bahwa komunikasi satu arah melalui video, televisi dan radio tidaklah efektif karena justru menimbulkan kecurigaan. Riset Al Rawi (2019) menunjukkan bagaimana DOT cukup aktif dalam mempromosikan kebijakan Amerika di kawasan Timur Tengah. Al Rawi merujuk kesaksian Brian Conniff² bahwa terdapat tekanan politik dari Kongres BGG (Broadcasting Board of Governors) dan Administrasi MBN (Middle East Broadcasting Networks, Inc) kepada para jurnalis untuk mematuhi mandat saluran media Arab dalam mempromosikan kebijakan Amerika. DOT didirikan pada November 2006 sebagai bagian dari Departemen Luar Negeri Amerika untuk melawan 2 Brian T. Conniff menjabat sebagai Presiden Middle East Broadcasting Networks, Inc. (MBN) dari Juni 2006 hingga Juli 2017. Sebagai Presiden MBN, Conniff mengawasi dan mengelola dua jaringan televisi (Alhurra dan Alhurra-Irak); Radio Sawa; Radio Afia Darfur; dan situs web terkait serta properti media sosial mereka. Ekstrimis dalam dunia maya atau disebut dengan "perang narasi". Tujuan DOT seperti yang tertera pada laman facebooknya adalah "DOT.. bertujuan mendidik dan mencerahkan orang-orang tentang bahaya dari kelompok ekstrimis seperti Al Qaeda dan ISIS (Islamic State in Iraq and Syria) dan mengungkap cerita palsu mereka. Kelompok-kelompok ini dengan jahat mencoba mengeksploitasi agama dan menutupi tujuan mereka yang menyebabkan kehancuran, kematian dan kebencian". (https://www.facebook.com/DigitalOutreachTeam/?ref=page_internal). Per Mei 2020) facebook DOT telah diikuti oleh 579.836 orang dan disukai oleh 576.818 orang. Selain narasi, DOT juga mengunggah video seperti, 9/11 رمسيس نم رشع يداحلا تامجه نع هوفر عت ملام atau "What You Don't Know About 9/11 Attacks" ([DOT. 2007. "What You Don't Know About 9/11 Attacks"](https://www.youtube.com/watch?v=S01RaG9mGLc)). <https://www.youtube.com/watch?v=S01RaG9mGLc>) yang telah ditonton sebanyak 376,053 kali sejak diunggah 29 November 2007. Video ini dimaksudkan untuk melawan gagasan bahwa 9/11 adalah sebuah konspirasi. Contoh unggahan DOT selanjutnya adalah komitmen untuk menumpas teroris (Gambar IV.3) Sikap Amerika terhadap represi yang dilakukan Cina terhadap muslim Uyghur (Gambar IV.4). Gambar IV.3. Unggahan DOT mengenai ISIS Sumber: https://www.facebook.com/DigitalOutreachTeam/?ref=page_internal Gambar IV. 4. Unggahan DOT mengenai Muslim Uyghur Sumber: https://www.facebook.com/DigitalOutreachTeam/?ref=page_internal

4. Channel Youtube Selain blog, pemerintah Amerika juga membuat channel youtube sendiri, <https://www.youtube.com/user/statevideo/featured>. Melalui channel yang dibuat pada Februari 2007 tersebut, Amerika mempromosikan dan menunjukkan nilai-nilai demokrasi dan mempromosikan dunia yang bebas, damai, dan makmur atas nama Amerika. Gambar IV.5. Youtube Channel US Department of State Sumber: <https://www.youtube.com/user/statevideo/featured>

Channel tersebut juga menyediakan konten video asli yang dihasilkan oleh Kementerian Luar Negeri termasuk, komentar dari Sekretaris Negara, briefing pers Departemen, liputan video siaran acara terkini, koleksi video khusus berdasarkan masalah kebijakan luar negeri, dan percakapan dengan diplomat AS dan profesional urusan luar negeri. Channel ini juga menyediakan link fitur video White House, ShareAmerica, GPA Interactive dan USAID. 5. Twitter Twitter resmi milik kementerian luar negeri Amerika, @Statedept pada laman <https://twitter.com/statedept>, dibuat pada Oktober 2007 dan hingga Mei 2020 telah diikuti oleh 5,8 juta follower. @Statedept sangat aktif mencuitkan kebijakan luar negeri Amerika baik mengenai demokrasi, perlawanan terhadap terorisme hingga bantuan luar negeri yang dilakukan Amerika serta meretwit cuitan Menteri Luar Negeri Amerika. Dalam sehari @Statedept dapat mencuitkan lebih dari dua twitt dan direspon oleh cukup banyak follower baik diberi komentar, disukai dan diretwit. Gambar IV.6. Twitt @Statedept mengenai Pandemi Covid 19 Sumber: <https://twitter.com/StateDept/status/1261282217587871744>

Seperti retwit Pompeo pada Gambar IV.4 mengenai Covid19 yang disebutnya berasal dari Wuhan Cina, merupakan tanggung jawab pemerintah Cina untuk menjelaskan bagaimana virus tersebut dapat keluar dari Cina. Twitt ini disukai oleh 4,3 ribu orang dan diretwit oleh 2 ribu orang, meski 549 komentar merupakan pro dan kontra atas pernyataan tersebut, nampaknya pemerintah Amerika tidak terlalu menanggapi hal tersebut. 6. Facebook Akun facebook milik Kementerian Luar Negeri Amerika, U.S. Departement of State pada laman <http://www.state.gov/>, dibuat pada tahun 2007 dan telah diikuti oleh 2.160.296 per Mei 2020. Akun ini juga rajin mengunggah kebijakan Amerika mengenai teorisme, isu demokrasi dan hak asasi manusia serta pernyataan merepost pernyataan presiden dan menteri luar negeri Amerika baik berupa video atau narasi. Akun facebook tidak sepopuler akun twitter dilihat dari respon yang diberikan oleh follower tidak sebanyak akun twitter milik Kementerian Luar Negeri. Gambar IV.7. Unggahan Facebook Kementerian Luar Negeri Amerika Sumber: https://www.facebook.com/statedept/?ref=page_internal

Gambar IV.5. merupakan unggahan akun facebook Kementerian Luar Negeri mengenai statemen menteri luar negeri atas sanksi terhadap menteri dalam negeri Iran, Rahmani Fazli, yang dianggap telah melanggar hak asasi manusia. Amerika menuduh bahwa di bawah perintah Fazli, banyak pemrotes damai telah terbunuh, di antaranya seorang anak berusia 12 tahun yang berjalan pulang dari sekolah. AS juga meyakini Ali Fallahian sebagai kepala dinas intelijen Iran dari 1989 hingga 1997 yang berada di 110 balik berbagai pembunuhan dan serangan, termasuk pembunuhan terhadap mahasiswa pertukaran pelajar Alisa Flatow pada tahun 1995 dan pemboman pusat komunitas Yahudi 1994 di Buenos Aires. 7. Instagram Instagram milik Kementerian Luar Negeri Amerika, @statedept, pada laman

<https://www.instagram.com/statedept/?hl=en> dibuat pada Mei 2008 dan telah diikuti oleh 447k followers dan telah membuat unggahan sebanyak 1332 kali. Gambar IV.8. Promosi Nilai-Nilai Liberal melalui Instagram Sumber: <https://www.instagram.com/statedept/> Tidak jauh berbeda dengan konten Twitter dan Facebook, Instagram Kementerian Luar Negeri Amerika ini juga berisi tentang promosi mengenai HAM dan demokrasi, liberalisme, upaya Amerika memerangi transnasional crime, kebijakan luar negeri terhadap Israel dan lain sebagainya. Unggahan berupa foto yang memuat pesan dan video yang memuat pidato atau pernyataan presiden Amerika atau menteri luar negeri Amerika. Gambar IV.6 merupakan unggahan instagram @Statedept mengenai promosi nilai-nilai liberalisme dan Gambar IV.7 merupakan unggahan mengenai promosi nilai-nilai demokrasi dan dukungannya aats gerakan pro demokrasi di Venezuela. Masing-masing unggahan disukai oleh 1000 dan 3000 lebih orang. Gambar IV.9. Promosi Nilai-Nilai Demokrasi melalui Instagram Sumber: <https://www.instagram.com/statedept/> 8. Flickr Akun Flickr milik Kementerian Luar Negeri Amerika dapat ditemukan pada laman <https://www.flickr.com/photos/statephotos/> yang mulai dibuat pada Juni 2007. Flickr merupakan laman yang memuat koleksi foto resmi milik Kementerian Luar Negeri Amerika Serikat. Hingga Mei 2010, Akun Flickr ini telah mengoleksi 3.057 buah foto dari kedutaan dan konsulat Amerika di seluruh dunia. Akun ini telah 9,2 ribu pengikut meski pengunjungnya tidak sebanyak Twitter dan Facebook. Tidak banyak keteangan pada setiap foto 112 hanya keterangan yang menunjukkan peristiwa dan keterangan mengenai pengambilan gambar. Foto diyakini menjadi salah satu hal penting bagi masa depan karena dari gambar orang dapat memahami peristiwa-peistiwa penting yang pernah terjadi dan belajar dari hal tersebut. Gambar IV.10. Flickr Kementerian Luar Negeri Amerika Sumber: <https://www.flickr.com/photos/statephotos/page301> Selain akun resmi media sosial milik Kementerian Luar juga terdapat akun media sosial milik masing-masing perwakilan Amerika di seluruh dunia di samping akun-akun pribadi milik menteri luar negeri dan para diplomat. Akun-akun pribadi tersebut sama agresifnya dalam mempromosikan nilai-nilai dan kebijakan luar negeri Amerika terhadap publik internasional. Diantara mereka yang agresif mempromosikan kebijakan luar negeri Amerika adalah Twitter milik Menteri Luar Negeri Amerika, Michael Pompeo yang dibuat sejak April 2018 dan telah diikuti oleh 1,8 juta pengikut. Akun pribadi ini dengan lugas menunjukkan dukungannya terhadap demokrasi dan sikap permusuhannya terhadap pemerintah Nicaragua dan pemerintah Cina (Lihat Gambar IV.9). Gambar IV.11. Twitter Pro Demokrasi Pompeo Sumber: <https://twitter.com/SecPompeo/status/1254886785362145280> Bahkan akun Pompeo juga menyerang pribadi aktor pemimpin politik. Ia mengkritisi kepemimpinan Rahman Fazli yang menyebabkan sejumlah demonstran di Iran meninggal, ia juga menuduh Ali Fallahian sebagai otak dibalik pembunuhan termasuk warga negara Amerika. Akun tersebut juga menyerang Maduro yang dianggapnya mengorbankan penduduknya sendiri dengan tidak bersikap transparan (Lihat Gambar IV.10) Gambar IV.12. Twitter Tuduhan Pompeo Sumber: <https://twitter.com/SecPompeo/status/1254886785362145280> Sayangnya, media sosial yang semestinya menjadi platform komunikasi dua arah untuk menumbuhkan kepercayaan dan engagement, kembali hanya menjadi alat komunikasi satu arah. Dialog atau komunikasi dua arah kadangkala justru terjadi diantara para netizen. Namun demikian, twitter Pompeo ini dapat menjadi informasi bagi elit politik lain mengenai sikap Amerika dan arah politik luar negeri Amerika kepada negara tertentu. Hal ini dapat dilihat pada twitt Pompeo mengenai isu Covid 19. Pompeo beberapa kali mengunggah cuitannya mengenai penyebab penyebaran Virus Corona. Dengan sengaja ia membingkai nama virus tersebut sebagai virus Wuhan, untuk menunjukkan bahwa memang virus itu berasal dari Cina dan Cina harus bertanggung jawab untuk membantu negara lain dengan bersikap transparan atas virus tersebut (Lihat Gambar IV.11) Gambar IV.13. Twitter Serangan Pompeo terhadap Cina mengenai Covid 19 Sumber: <https://twitter.com/SecPompeo/status/1254886785362145280> Cuitan tersebut ditanggapi 1,4 ribu komentar dan dibagikan 3,7 ribu kali. Komentar penuh kebencian membanjiri kolom komentar cuitan Pompeo. Framing Wuhan virus nampaknya cukup mengenai untuk menumbuhkan persepsi bahwa virus tersebut berasal dari Cina baik disengaja atau tidak karena kecurigaan tersebut harus dibuktikan oleh Cina. Sayangnya, twitt tersebut memicu pandangan negatif pada Cina dengan sejumlah komentar negatif yang ditujukan oleh netizen kepada pemerintah Cina seperti nampak pada Gambar IV.12. Gambar IV.14. Komentar Balasan atas Twitt Pompeo Sumber: <https://twitter.com/SecPompeo/status/1255664713863696385> Tidak hanya Pompeo yang cukup agresif mempromosikan nilai-nilai Amerika dan kebijakan luar negeri Amerika, Duta Besar Amerika untuk Suriah pada tahun 2010-2013. Ia ditarik dari Suriah karena sikapnya yang cukup keras dan lugas atas dukungannya kepada pemberontak Suriah. Akibatnya ia dikhawatirkan menjadi target utama warga pro Assad dan keselamatannya tidak lagi dapat dijamin. Sikapnya yang sangat lugas tersebut juga terlihat dari sejumlah unggahannya pada lama facebook. Unggahannya tersebut berupa laporan mengenai situasi yang terjadi di Suriah berikut foto-foto satelit mengenai kerusakan di sejumlah tempat yang diakibatkan oleh pasukan pro Assad (Gambar IV. 13) dan juga tempat-tempat yang ditengarai sebagai tempat penyimpanan senjata milik pemerintah Assad (Gambar IV.14). Gambar IV.15. Unggahan Ambassador Ford pada Laman Facebook mengenai Kerusakan di Kota Hims akibat Serangan Pasukan Assad Sumber: <https://www.facebook.com/notes/us-embassy-damascus/a-note-from-ambassador-ford-on-recent-events-in-syria/10150545674871938> Gambar IV.16. Unggahan Ambassador Ford pada Laman Facebook mengenai Tempat-Tempat Persenjataan Pasukan Assad Sumber: <https://www.facebook.com/notes/us-embassy-damascus/a-message-from-ambassador-robert-ford/10150595589281938/> Seperti halnya unggahan yang lain, perdebatan mereka yang setuju dan tidak setuju memenuhi kolom komntar. Namun, unggahan-unggahan ini setidaknya dapat menjadi tolak ukur sejauh apa Amerika akan bergerak untuk menghadapi pemerintahan Assad di Suriah. Hal ini dapat menjadi sumber informasi bagi tidak hanya negara lain tetapi juga warga sipil karena media sosial dapat diakses oleh siapapun. Meski demikian, sekali lagi keberhasilan pengaruh media sosial tidak dapat diukur dengan pasti karena melimpahnya informasi yang mengulas mengenai hal yang sama. Tidak jarang mereka saling bertolak belakang, mengatakan yang lain hanyalah rekayasa dan kebohongan besar. Kemajuan teknologi di satu sisi menjadikan sumber informasi menjadi kabur dan kepercayaan hanya dibangun oleh prior believe. Referensi Alec, J. Ross. 2012. "How Connective Tech Boosts Political Change". CNN News. <http://edition.cnn.com/2012/06/20/opinion/opinion-alec-ross-techpolit-ics/index.html> Al-Rawi, A.

2019. "US public diplomacy in the Middle East and the Digital Outreach Team". Place Branding and Public Diplomacy. doi:10.1057/s41254-019-00122-w . Amr, Hady. 2016. The Need To Communicate: How To Improve U.S. Public Diplomacy With The Islamic World .The Saban Center For Middle East Policy At The Brookings Institution. Cull, Nicholas J. 2013. "The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy." International Studies Review, Vol. 15, No. 1, March 2013, pp. 123-139. Glassman, James K. . 2008."Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement". US Department of State Archive. <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm>. Ha, L, and E, James,. 1998. "Interactivity Reexamined; A Baseline Analysis Of Early Business Websites". Journal of Broadcasting Electronic Media . Loomis, Andrew (ed). 2018. 2018 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting. United States Advisory Commission on Public Diplomacy. Memorandum on Transparency and Open Government. 2009. <https://www.archives.gov/files/cui/documents/2009-WH-memo-on-transparency-and-open-government.pdf>. BAB V DIPLOMASI BENCANA: WAJAH DIPLOMASI JEPANG DI ERA DIGITAL Jepang merupakan negara yang sangat peduli dengan upaya perubahan citra dirinya di mata internasional. Pasca Perang Dunia II, Jepang berupaya mengambil kembali kepercayaan internasional dengan bergabung dalam sejumlah organisasi internasional, aktif dalam PBB dan juga memberikan bantuan melalui ODA Jepang (Official Development Assistance). Bergerak lebih jauh dari sekedar bantuan, Jepang memanfaatkan budaya Jepang, Manga, untuk menarik generasi baru melalui diplomasi budayanya. Saat ini, dunia digital memberikan kesempatan bagi Jepang untuk memperluas upayanya dalam membangun engagement dengan negara-negara di dunia. Salah satunya melalui diplomasi bencana yang memperoleh akses yang jauh lebih besar dengan peran digital. V.1. Arah Diplomasi Jepang Pasca Perang Dunia II Sejarah diplomasi Jepang tidak bisa dipisahkan dari sejarah kelam Jepang di masa lalu. Keterlibatan Jepang dalam Perang Dunia II dan kekalahan Jepang membuat Jepang mereposisi kembali arah diplomasinya. Melalui diplomasi publik Jepang berupaya memulihkan diri dari citra negara militeristik, memperbaiki kesalahan persepsi negara-negara asing dan melakukan kampanye pasca perang bahwa Jepang adalah negara yang pasifis dan demokratis. Untuk mencapai tujuan-tujuan itu Jepang menggunakan 123 pendekatan pertukaran budaya yang kemudian berkembang menjadi brand "cool Japan" dengan membangun hubungan simbiosis mutualisme hidup berdampingan secara damai dan makmur dengan negara lain, sehingga menciptakan lingkungan yang menguntungkan bagi diplomasi Jepang (Soeya, 2015). Perhatian Jepang juga difokuskan kepada pembangunan ekonomi. Sejak pemerintahan Yoshida Shigeru, Jepang telah menetapkan prioritas utama melakukan rekonstruksi ekonomi, sehingga menempatkan Jepang menjadi kekuatan ekonomi dan pemimpin perdagangan dunia. Jepang bergabung dengan sistem perdagangan internasional, meskipun dengan kondisi keterbatasan sumber daya alam. Upaya memperkuat posisi daya. ekonomi dilakukan juga dengan membangun aliansi dengan Amerika Serikat sebagai kekuatan utama ekonomi global saat itu. Aliansi dengan Amerika Serikat inilah yang turut mendorong Jepang melesat meraih kemakmuran. Hubungan erat antara Jepang dan Amerika Serikat menjadi warna tersendiri dalam diplomasi Jepang pasca perang (Lokibe. Tanpa Tahun.. http://www2.jiaa.or.jp/en/digital_library/japan_s_diplomacy.php). Tujuan akhir dari diplomasi Jepang adalah untuk menjamin keamanan dan pertumbuhan ekonomi Jepang, serta untuk berkontribusi pada perdamaian dan kemajuan masyarakat internasional. Dalam upaya meraih tujuan tersebut ada beberapa kebijakan dasar yang dilakukan Jepang. Pertama, mempromosikan diplomasi perdamaian dengan mengutamakan dialog sebagai negara yang sungguh-sungguh menjunjung tinggi perdamaian dunia dan berkontribusi pada stabilitas internasional. Oleh karenanya Jepang merasa penting untuk memperkuat kerja sama dengan negara-negara yang memiliki cita-cita politik dan sistem sosial-ekonomi yang sama dan juga untuk melakukan berbagai kegiatan diplomatik. 124 Kedua, Jepang secara aktif mempromosikan kerja sama internasional dan memainkan peran yang sesuai dengan posisi internasional Jepang untuk berkontribusi mencari solusi atas berbagai permasalahan dunia. Kebijakan dasar ini berfungsi untuk memastikan pembangunan berkelanjutan yang dilakukan Jepang dan kontribusinya bagi perdamaian dan kemajuan dunia dalam komunitas internasional yang saat ini diwarnai oleh saling ketergantungan ("Chapter 3. The Basic Objectives of Japan's Diplomacy". <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/1975/1975-3.htm>). Meskipun Jepang memiliki sarana untuk mempengaruhi dan mengkondisikan lingkungan eksternal, Jepang memilih pendekatan kooperatif dengan memperkenalkan gagasan "bertindak bersama, maju bersama." Tujuannya adalah untuk melegitimasi kepemimpinan regional Jepang dan membangun hubungan kerja sama di antara anggota-anggota regional. Hal ini penting untuk menahan meluasnya hegemoni Cina. Dalam hal diplomasi publik Jepang mengambil pendekatan yang lebih berani. Setelah kembali ke jabatan perdana menteri pada bulan Desember 2012, Perdana Menteri Shinzo Abe menyatakan sikap tegas mengenai Jepang. Dalam pidato Februari 2013 Abe mengutarakan visinya untuk kebangkitan Jepang yang akan mengatasi "dekade yang hilang" dari stagnasi ekonomi, dan mengambil peran yang lebih besar dalam kepemimpinan global (Stanislaus 2017). Abe menyampaikan gagasannya tentang pemulihan ekonomi Jepang. Masa jabatan pertama Abe sebagai perdana menteri pada 2006-2007 menjadi bekal bagi kebijakan yang diambil pada periode pemerintahan Abe yang kedua. Dengan kebijakan ekonomi yang dikenal dengan sebutan Abenomics Shinzo Abe berupaya mengatasi inflasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi Jepang sebagai kekuatan ekonomi dunia. Target Abe adalah meningkatkan Produk Domestik Bruto, meningkatkan jumlah tenaga kerja perempuan, menurunkan angka pengangguran, meningkatkan investasi swasta dan meningkatkan pendapatan dari sektor pajak ("Abenomics strives for boosting Japan's economy". <https://www.japan.go.jp/abenomics/about/index.html>). Dalam mengembangkan diplomasi publik pemerintah Jepang menempatkan aktor non negara sebagai aktor penting untuk memperkuat hubungan bilateral. Diplomasi publik Jepang ditujukan untuk membangun kemitraan, menemukan kesamaan, dan menunjukkan bahwa Jepang adalah negara yang hebat. Pemerintahan Perdana Menteri Shinzo Abe telah mengalokasikan lebih dari US \$ 500 juta untuk diplomasi publik (Kingston 2015). Menurut Kementerian Luar Negeri Jepang (MOFA Jepang 2017), ada enam kategori kegiatan diplomasi publik Jepang: (1) hubungan masyarakat di luar negeri, (2) pengiriman dari Jepang, (3) pertukaran budaya, (4) program pertukaran orang, (5) kerja sama dengan organisasi budaya internasional, dan (6) bantuan hibah budaya. Kegiatan ini dikelola untuk melakukan lima fungsi. Pertama, untuk membantu penyebaran

situasi internasional dan kebijakan diplomatik di Jepang. Kedua, untuk menginformasikan situasi domestik Jepang dan kebijakannya kepada masyarakat manca negara. Ketiga, mengimplementasikan perjanjian internasional untuk mempromosikan pertukaran budaya. Keempat, mempromosikan kerja sama antara Jepang dan organisasi internasional. Kelima, membantu mempromosikan budaya [Jepang di luar negeri dan](#) mempromosikan pertukaran budaya [dengan](#) negara-negara asing. Diplomasi publik Jepang diselenggarakan oleh lembaga-lembaga seperti Organisasi Layanan Mahasiswa Jepang (Japan Students Service Organization/JASSO), Japan Foundation, dan Pusat Kerjasama Internasional Jepang (Japan International Cooperation Center/ JICE). Japan Foundation yang berada di bawah Kementerian Luar Negeri bertujuan [untuk memperdalam saling pengertian antara orang-orang Jepang dan negara-negara lain](#), menumbuhkan persahabatan [dan](#) ikatan antara Jepang dan dunia, dan membina persahabatan melalui budaya, bahasa, dan dialog. Kegiatan Japan Foundation dibiayai oleh subsidi pemerintah secara tahunan, pendapatan dari investasi, dan sumbangan dari sektor swasta. Japan Foundation mengklaim sebagai [satu-satunya](#) lembaga [Jepang yang didedikasikan untuk melaksanakan program pertukaran budaya internasional yang komprehensif di seluruh dunia](#). MOFA Jepang menyatakan bahwa Japan Foundation mengoperasikan berbagai proyek untuk menciptakan citra positif Jepang di negara-negara asing, meningkatkan citra / nation branding Jepang sambil mendorong pemahaman yang lebih besar tentang Jepang, serta menumbuhkan individu dan kelompok yang pro-Jepang untuk masa depan. Sedangkan JICE yang juga berada di bawah Kementerian Luar Negeri, saat ini terlibat dalam berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memelihara sumber daya manusia di semua wilayah dan negara di dunia seperti mengelola beasiswa untuk belajar di lembaga-lembaga pendidikan tinggi di Jepang, mengadakan pelatihan peserta internasional, menyelenggarakan program pertukaran pemuda, menyediakan pendidikan bahasa Jepang dan mengembangkan bahan pengajarannya, dan mengirim penerjemah yang mencakup berbagai bahasa (JICE 2018). Sementara JASSO yang bekerja di bawah [Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Olahraga, Sains dan Teknologi](#) (The [Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology/MEXT](#)), adalah lembaga independen yang menyediakan pelayanan untuk para mahasiswa Jepang ataupun Internasional. JASSO berdiri sejak 1 April 2004 dari gabungan beberapa lembaga dibawah naungan pemerintah Jepang yaitu, [Association of International Education Japan \(AIEJ\)](#), [Center for Domestic and Foreign Student](#), [International Students Institute](#), dan [Kansai International Students](#). Adapun misi dari JASSO adalah [menjadi pusat pemberi informasi ke Jepang bagi mahasiswa Internasional dan pemberi informasi studi ke Luar negeri bagi mahasiswa Jepang](#). JASSO memiliki kantor perwakilan di negara-negara dibawah ini dan kantor perwakilan tersebut memberikan pelayanan konsultasi perorangan baik melalui telepon, surat, ataupun email. Kantor perwakilan ini berada di [Indonesia, Korea Selatan, Malaysia dan Thailand](#) (JASSO, <http://www.jasso.or.id/about-jasso/about-us.html>). Meluasnya peran aktor non negara menunjukkan bahwa diplomasi budaya memiliki makna penting bagi Jepang, di samping bidang ekonomi. Jepang meyakini bahwa [saling pengertian di antara bangsa-bangsa di dunia](#) merupakan dasar perdamaian dan kerja sama internasional. Oleh karenanya Jepang memperluas proyek pertukaran budaya dan pendidikan, serta kegiatan layanan informasi di luar negeri. Sejalan dengan kompleksitas isu dalam hubungan internasional, diplomasi Jepang juga berkembang pada masalah-masalah non politik-ekonomi yang berpengaruh pada kesejahteraan umat manusia. Contohnya adalah masalah perairan, penggunaan tenaga nuklir, persoalan sains dan teknologi, kontrol nuklir, perlindungan lingkungan, dan pengembangan ruang angkasa. Jepang secara aktif mengambil bagian dalam menyelesaikan masalah-masalah ini ("Chapter 3. The Basic Objectives of Japan's Diplomacy". <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/1975/1975-3.htm>). V.2. Media Baru: Diplomasi Digital V.2.1. Situs Pemerintah Jepang Perkembangan teknologi telah dimanfaatkan Jepang untuk menjalankan diplomasinya. Situs web adalah satu platform yang digunakan pemerintah Jepang untuk memperkenalkan Jepang kepada masyarakat internasional. Situs dengan nama Web Japan ini berada di bawah tanggung jawab [Kementerian Luar Negeri/Ministry of Foreign Affairs \(MOFA\) Jepang](#). Di dalamnya terdapat banyak informasi yang dikemas dalam konten Kids Web Japan yang berisi penjelasan menarik tentang Jepang. Konten ini banyak digunakan oleh para pelajar sekolah dasar dan menengah di berbagai negara untuk belajar tentang Jepang. Konten berikutnya adalah Trends in Japan yang berisi informasi terbaru tentang gaya hidup, sains dan teknologi, fashion, budaya pop, makanan dan wisata (<https://web-japan.org/plaza/about.html>). Informasi terkait aktivitas Kementerian Luar Negeri dan Perdana Menteri terdapat pada web Kementerian Luar Negeri Jepang yang dapat diakses di alamat <https://www.mofa.go.jp>. Situs ini berisi berita-berita tentang kegiatan Menteri Luar Negeri Jepang, terutama kunjungan Menteri Luar Negeri ke berbagai negara untuk melakukan diskusi bilateral terkait hubungan antar negara. Antara lain adalah pemberitaan tentang pertemuan [Menteri Luar Negeri Jepang dan Menteri Luar Negeri Amerika Serikat](#). Terdapat pula informasi kunjungan Perdana Menteri ke luar negeri dalam bentuk video. Misalnya pemberitaan tentang kunjungan Perdana Menteri Jepang ke Viet Nam dan Thailand. Kegiatan lain yang diinformasikan adalah Pertemuan Tingkat tinggi antara Menteri Luar Negeri Jepang dengan negara lain. Contohnya adalah pemberitaan tentang Konferensi Tingkat Tinggi antara Jepang dan Estonia, serta antara Jepang dan Polandia. Situs Kementerian Luar Negeri Jepang juga menyediakan konten Kebijakan Luar Negeri Jepang. Di sini pengunjung bisa mengakses 7 konten yang meliputi: 1. 2. 3. Buku Biru Diplomati Jepang. Indo-Pasifik Bebas dan Merdeka. Kebijakan Jepang di bidang perdamaian dan keamanan dan Stabilitas Masyarakat Internasional - Kejahatan - Keamanan siber - Perlucutan senjata dan penggunaan nuklir untuk tujuan damai - Hak asasi manusia, bantuan kemanusiaan dan pengungsi - Hukum dan perjanjian internasional - Jepang dan PBB - Kebijakan keamanan Jepang - Masalah-masalah kemaritiman - Pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender 4. Isu-isu global dan Official Development Assistance (ODA) - Perubahan iklim - Pengurangan risiko bencana - Lingkungan - Perawatan kesehatan dan medis - Keamanan manusia - Agenda pembangunan berkelanjutan 2030 - Official Development Assistance (ODA) - Luar angkasa - Sains dan teknologi - Badan-badan khusus lainnya 5. Diplomasi publik - Hubungan publik luar negeri - Pertukaran budaya - Pertukaran orang - Kerja sama dengan organisasi internasional - Bantuan hibah kebudayaan - Kerja sama kemitraan lokal - Tokyo 2020 6. Lain-lain - Wilayah Jepang - Isu-isu terkait sejarah - Orientasi Jepang sebagai negara cinta damai - Typhoon 19 (pesan-pesan simpati dari negara lain

dan organisasi internasional) - Hujan lebat Juli 2018 - Gempa bumi Kumamoto - Pemulihan dari gempa bumi Jepang Timur - Misi asing di Jepang - Video tentang kebijakan luar negeri Jepang - Bendera matahari terbit - Informasi tentang COVID-19 - Arsip tentang kebijakan luar negeri V.1. Gambar Laman Kementerian Luar Negeri Jepang Sumber: <https://www.mofa.go.jp/> Situs Kementerian Luar Negeri Jepang juga memiliki konten khusus pemberitaan atau informasi tentang Perdana Menteri, Menteri Dalam Negeri dan Wakil Menteri Urusan Parlemen. Pada laman ini juga terdapat tautan ke facebook, twitter dan youtube Kementerian Luar Negeri Jepang. V.2.2. Media Sosial Pemerintah Jepang V.2.2.1. Facebook Setidaknya terdapat 3 akun facebook yang relevan dengan upaya diplomasi Jepang, yaitu facebook pemerintah Jepang @JapanGov pada laman <https://www.facebook.com/JapanGov/>, facebook Perdana Menteri Jepang @Japan.PMO pada laman <https://www.facebook.com/Japan.PMO/> dan facebook Kementerian Luar Negeri Jepang @Mofa.Japan.en pada laman <https://www.facebook.com/Mofa.Japan.en/>. Facebook Pemerintah Jepang dibuat pada tanggal 17 April 2014. Facebook ini relatif lebih baru karena dibuat 3 tahun setelah sebelumnya Jepang memiliki facebook resmi Perdana Menteri dan facebook Kementerian Luar Negeri Jepang. Facebook pemerintah Jepang diberi nama The Government of Japan @JapanGov. Akun ini memiliki 3.141.499 132 orang yang suka dan 3.148.125 pengikut per Mei 2020. Bagian beranda akun bergambar lampu-lampu Jepang di tengah hamparan salju. Secara umum unggahan dalam akun ini berisi prestasi-prestasi dan penemuan ilmiah, kemajuan teknologi dari riset-riset yang telah dilakukan di Jepang, di bidang robotika misalnya. Pada linimasa terdapat 3.530 foto per Mei 2020. Gambar V.2. Unggahan @JapanGov. Sumber: <https://www.facebook.com/JapanGov/> Facebook Perdana Menteri Jepang dibuat pada 18 Januari 2011 dengan nama Prime Minister's Office of Japan @Japan.PMO. Per Mei 2020 akun ini telah disukai oleh 153.867 orang dan diikuti oleh 154.379 orang. Di bagian beranda terdapat gambar kantor Perdana Menteri Jepang. Sementara pada bagian unggahan terdapat informasi berbagai aktivitas Perdana Menteri dan kabinet, foto-foto dan video konferensi pers atau kegiatan kunjungan ke luar negeri. Unggahan tentang berbagai kegiatan Perdana Menteri Jepang menyikapi wabah virus corona nampak mendominasi, di samping terdapat juga unggahan kegiatan lain. Misalnya saja kegiatan wisuda di Akademi Pertahanan Nasional. Terdapat juga unggahan instruksi Perdana Menteri terkait peluncuran rudal Korea Utara pada 21 Maret 2020. Pada linimasa terdapat 2.554 koleksi foto mengenai kegiatan Perdana Menteri per Mei 2020 Gambar V.3. Unggahan @Japan.PMO. Sumber: <https://www.facebook.com/Japan.PMO> 134 Sementara itu, facebook Kementerian Luar Negeri Jepang dibuat pada 26 Mei 2011 dengan nama Ministry of Foreign Affairs Japan @Mofa.Japan.en. Akun ini memiliki 141.936 pengikut. Hingga tulisan ini disusun / per Mei 2020 tercatat sebanyak 139.967 orang menyukai akun ini dan terdapat 462 persinggahan. Pada bagian beranda terlihat gambar gunung Fujiyama dan pohon bunga sakura yang tertutup salju. Di bawahnya ditampilkan foto-foto terkini kegiatan Perdana Menteri dan videonya. Lalu disusun unggahan mengenai kegiatan Menteri Luar Negeri Jepang, pernyataan/Statement pejabat pemerintah Jepang terkait isu internasional. Beberapa unggahan terkait promosi wisata Jepang juga dapat ditemui. Seperti misalnya unggahan tanggal 19 Desember 2019 yang berisi promosi Taman dan Museum Nasional Ainu di Hokaido. Atau informasi umum tentang kegiatan yang akan dilakukan Kementerian Luar Negeri Jepang, misalnya festival dan lomba Manga atau prestasi/penemuan Jepang di bidang teknologi, misalnya parkir sepeda otomatis di bawah tanah. Gambar V.4. Unggahan @Mofa.Japan.en Sumber: <https://www.facebook.com/Mofa.Japan.en> V.2.2.2. Twitter Media lain yang digunakan Jepang dalam diplomasi digital adalah twitter. Sebagaimana facebook, pemerintah Jepang juga memiliki beberapa akun twitter. Akun yang pertama adalah twitter resmi pemerintah Jepang dengan nama The Gov't of Japan@JapanGov. Akun ini dibuat pada bulan April 2014. Hingga saat ini twitter pemerintah Jepang memiliki 465.200 pengikut. Pemberitaan yang diunggah di twitter sama dengan yang diunggah di facebook. Komentar yang disampaikan netizen dalam bentuk suka maupun re-tweet kurang lebih juga sama banyak dengan di facebook (<https://twitter.com/JapanGov>). Akun twitter berikutnya adalah Kementerian Luar Negeri Jepang yang dibuat pada bulan Mei 2011 dengan nama MOFA of Japan @MofaJapan_en. Hingga 22 Maret 2020 akun ini memiliki pengikut sebanyak 70.600 orang. Halaman beranda akun twitter Kementerian Luar Negeri Jepang menampilkan gambar gunung Fujiyama dan bunga sakura. Gambar. V.5. Laman Twitter Kementerian Luar Negeri Jepang Sumber: https://Twitter.com/MofaJapan_en Di bawahnya ditampilkan foto-foto kegiatan Perdana Menteri Jepang, Menteri Luar Negeri Jepang dan kegiatan-kegiatan lain yang melibatkan masyarakat Jepang. Kegiatan yang dilakukan Perdana Menteri atau Menteri Luar Negeri Jepang meliputi liputan pertemuan yang dilakukan di dalam negeri maupun di luar negeri (misalnya kunjungan PM Jepang ke Amerika Serikat 14 Januari 2020), serta pernyataan-pernyataan atau pidato terkait isu tertentu atau kasus internasional terkini yang diunggah dalam youtube (misalnya pernyataan Menteri Luar Negeri Motegi Toshimitsu tentang penarikan diri Inggris dari Uni Eropa) dan berbagai kegiatan kerja sama Jepang dengan negara lain, misalnya kegiatan kunjungan para atlet Judo dari Brunei dan Myanmar untuk belajar sejarah dan teknik Judo (https://twitter.com/MofaJp_Sports/status/1222419640204189697). Sementara itu akun twitter Perdana Menteri Jepang diberi nama PM's Office of Japan @JPN_PMO. Akun ini dibuat pada Maret 2011 dan memiliki 230.600 pengikut. Tweet yang diunggah adalah kegiatan-kegiatan Perdana Menteri Jepang dan kabinetnya, baik pertemuan, kunjungan, konferensi pers, maupun pernyataan resmi. Pemberitaan yang diunggah di twitter pada prinsipnya sama dengan yang diunggah di facebook Perdana Menteri Jepang. Apa yang membedakan adalah jumlah respon netizen terhadap pemberitaan lebih banyak di facebook dibandingkan twitter (https://twitter.com/JPN_PMO). V.3. Diplomasi Digital dan Penanggulangan Bencana di Jepang Diplomasi penanggulangan bencana dimulai Jepang semenjak diaktifkannya Japan Disaster Relief Team atau JDR pada tahun di bawah undang-undang bantuan bencana 1987. Disaster diplomacy atau diplomasi bencana mengkaji peran dan atau kegiatan diplomasi yang terkait dengan bencana yang tidak hanya dalam urusan internasional dan hubungan internasional, tetapi juga konflik politik yang tidak melibatkan lebih dari satu negara. Diplomasi bencana juga mencakup definisi luas tentang 'bencana', tidak hanya peristiwa yang timbul dengan cepat seperti gempa bumi dan kecelakaan industrial, tetapi juga peristiwa yang lebih tersebar dalam waktu yang seperti kekeringan, epidemi dan perubahan global (Comfort, 2007). Praktik Diplomasi Bencana memiliki pengaruh besar dan nilai-nilai aktual pada peningkatan kepentingan nasional dan

internasional. Diplomasi bencana bersifat fleksibel dan beraneka ragam namun tidak pasti dan ada beberapa batasan dalam proses praktik diplomatik. Ia juga dapat dipergunakan untuk mempromosikan citra negara yang kuat (Weizhun, M. and Q. Tianshu. 2000). Pada tahun 1992, JDR diubah untuk memungkinkan pasukan bela diri Jepang atau Self Defence Force / SDF berpartisipasi dalam bantuan bencana dalam sejumlah operasi internasional. Semenjak beroperasi di tahun 1998 hingga 2012, sebanyak 121 tim telah dikirim ke 40 negara (Yamada dan Clausen, 2014), sedangkan SDF telah melakukan operasi sebanyak 13 kali hingga tahun 2011. Tidak hanya itu, pemerintah Jepang juga berbagi kemampuan dalam penanggulangan bencana dengan sejumlah negara seperti Timor Leste, Vietnam dan Kamboja. Program ini menjadi langkah strategis Jepang untuk memperkuat hubungan bilateral antarad SDF dan militer di Asia Tenggara. Selain menyediakan sejumlah dana, Jepang juga mendirikan pusat pengurangan bencana di Kota Kobe, menyediakan tenaga ahli bagi para ahli yang dikirim ke Pusat Koordinasi kemanusiaan Asia Tenggara. Diplomasi bencana Jepang terus berkembang yang mencakup berbagai kegiatan untuk merespon bencana melalui pengiriman tim penyelamatan dan medis, bantuan teknologi untuk mengurangi resiko bencana dan upaya pengurangan resiko bencana melalui forum internasional (Futori, 2013). Meski sempat mendapat tuduhan telah menyelenggarakan check book diplomacy, namun apa yang dilakukan Jepang pada peristiwa Tsunami tahun 2004 menjadi sebuah poin penting bagi Jepang. Jepang telah mengirimkan hampir 1000 personel ke sejumlah daerah yang terdampak bencana Tsunami. Dan sejak saat itu, Jepang dan SDF memperoleh posisi yang semakin baik sebagai aktor penting dalam penanganan bencana di dunia. Jepang dan SDF hadir membantu Selandia Baru menghadapi gempa di tahun 2011 dan hadir membantu Filipina menghadapi topan di tahun 2013. Selain bantuan terhadap penanggulangan bencana, melalui ODA, Jepang memberi kontribusi penting bagi pembangunan kembali fasilitas pada wilayah yang terdampak bencana., bantuan teknis, pelatihan dan juga pinjaman modal. Aspek lain yang penting dari diplomasi bencana Jepang adalah dukungannya terhadap penyebaran norma dan praktik melalui forum internasional (Yamada dan Clausen, 2014). Jepang pernah menjadi tuan rumah bagi Konferensi Dunia pertama tentang bencana di Yokohama pada tahun 1994, konferensi kedua tentang pengurangan bencana di Hyogo pada tahun 2005 dan konferensi tingkat menteri tentang pengurangan bencana di Tohoku tahun 2012. Jepang juga menjadi tuan rumah bagi konferensi penanggulangan bencana PBB tahun 2005 dan 2015. Perubahan penting dalam penggunaan teknologi komunikasi dan teknologi digital menjadi satu lompatan dalam penanggulangan bencana. Kemampuan komunikasi media sosial sangat signifikan. Ketika terjadi bencana dalam skala besar biasanya pengiriman dan penerimaan siaran seringkali tidak dapat dilakukan karena pemadaman listrik dan ketiadaan fasilitas. Dengan demikian, seperangkat fungsi seperti meliput acara, menulis artikel, mencatat dan mengirim berita, organisasi termasuk surat kabarpun terhenti. Pada situasi seperti kantor berita terganggu dan ketika korban bencana tidak dapat mengirimkan informasi tentang diri mereka, maka dalam situasi seperti ini informasi yang dikirimkan melalui media sosial menggunakan terminal portabel dan telepon seluler menjadi satu satunya sumber informasi yang tersedia. Selain itu, ketika sistem telepon kabel tidak dapat bekerja, maka perangkat portabel bahkan dapat berfungsi sebagai informasi yang efektif untuk pekerja penyelamat (Hashimoto dan Ohama, 2014: 100). Bahkan pengalaman menunjukkan bahwa media sosial terkadang merupakan satu-satunya metode komunikasi yang berfungsi pada saat bencana (Acar dan Murakami, 2011). Peran yang dapat diandalkan oleh media sosial menurut Hashimoto dan Ohama (2014) adalah: 1. Influencer. Influencer adalah seseorang yang memiliki pengaruh dan merujuk ke pengguna internet tertentu yang postingnya di Twitter dan blog memiliki pengaruh sosial yang signifikan. Informasi akan bergerak dengan cepat diantara para pengikut dan memiliki kesempatan besar untuk berlipat melalui repost atau retweet. Tweet laporan gempa bumi yang diterbitkan 140 oleh National Research Institute, telah menarik perhatian 1.000.000 pengikut dan peringkat di urutan ke-10 dari jumlah total pengikut di Jepang. Termasuk twitter Perdana Menteri Jepang dan kabinetnya "men-tweet" kembali informasi yang mereka terima. Blogger di luar negeri juga berpengaruh dalam bantuan Gempa Bumi Besar Jepang, seperti Twitter Lady Gaga yang turut meretweet informasi bencana tersebut. Twitter yang memiliki 650.000 pengikut itu segera melipatgandakan retweet Lady Gaga dan demikian seterusnya. Tidak jarang, mereka merasa berempati akan menyerukan sumbangan dan kegiatan amal di situs penggemarnya. Twitter Lady Gaga sendiri berhasil menggalang dana sebesar lebih dari 100 juta yen. 2. Peran orang yang berada di dalam organisasi. Dalam dunia media sosial, seseorang yang merupakan bagian dari suatu organisasi dan terlibat dalam media sosial, dapat menerbitkan informasi dari perspektif organisasi, dan berbicara dari sudut pandang organisasi disebut "orang dalam." Mereka mungkin berbicara dari sisi organisasi. Kadang-kadang, atas tanggung jawab pribadi mereka sendiri, mereka membuat semacam penilaian yang menentukan dan mungkin akan memengaruhi masyarakat. Misalnya, atas inisiatif orang dalam NHK sendiri untuk menyebarkan info tsunami yang hanya diperoleh dari akun tidak resmi milik anak SMP. Orang dalam tersebut mengatakan akan mengambil tanggung jawab penuh atas ketidakakuratan informasi tersebut demi nyawa ribuan orang. Beberapa jam kemudian, NHK secara resmi menyatakan bahwa mereka sendiri akan menyiarkan televisi melalui relai internet secara resmi yang akhirnya menarik perhatian audien lebih dari 1.000.000. Peristiwa Fukushima menandai lompatan Jepang dalam penggunaan teknologi digital dalam penanggulangan bencana dan diplomasi bencana. Riset Kaigo dan Kawasaki (2015) serta Hashimoto dan Ohama (2014) menunjukkan peningkatan yang signifikan penggunaan media sosial khususnya facebook dan twitter pada saat bencana dan penanggulangan bencana. Jepang menjadi negara pertama yang menggunakan diplomasi digital dalam menghadapi bencana gempa dan tsunami. Jepang memiliki prioritas utama dalam mewujudkan tujuan negara yang dijelaskan secara eksplisit dalam [Kebijakan Luar Negeri Jepang](#) mengenai [upaya revitalisasi wilayah](#) prefektur [Fukushima pasca bencana alam](#) terbesar tahun 2011. [Jepang menggunakan media sosial Twitter sebagai sarana informasi real-time dalam memperbaharui perkembangan situasi dan kondisi saat bencana alam terbesar tersebut](#). Di sinilah terlihat arti penting diplomasi digital sebagai bagian dari pelaksanaan diplomasi publik. Pemerintah Jepang melaksanakan aktivitas diplomasi digital melalui agenda-setting dengan menginformasikan kebijakan-kebijakan yang diambil di setiap konten informasi yang diunggah dalam akun media sosial. Pemerintah Jepang juga melihat arti penting [kebijakan luar negeri dalam upaya revitalisasi wilayah Fukushima pasca bencana alam](#) tahun 2011

dengan mengacu pada kepentingan nasional di setiap aktivitas diplomasi digital. Selama periode tahun 2011-2016 akun resmi media sosial Twitter Pemerintah Jepang (@JPN_PMO) telah digunakan sebagai sarana informasi dan komunikasi. Konten informasi yang disampaikan berupa ringkasan atau garis besar aktivitas Perdana Menteri dalam konferensi pers maupun kunjungan ke wilayah Fukushima. Dalam akun resmi media sosial facebook (@Japan.PMO) sepanjang tahun 2011 pemerintah menjelaskan secara eksplisit langkah-langkah dalam melakukan rekonstruksi wilayah Fukushima dan menyebarkan informasi mengenai status reaktor nuklir untuk memastikan aspek keselamatan publik. Gambar V.6. Unggahan @Japan.PMO mengenai Respon terhadap Gempa Fukushima Sumber: <https://www.facebook.com/notes/prime-ministers-office-of-japan/summary-of-press-conference-by-chief-cabinet-secretary-edano-may-27th-2011-at-09/148593088546228>

Intensitas [aktivitas diplomasi digital Pemerintah Jepang](#) menggunakan [media sosial Twitter \(@JPN_PMO\)](#) untuk menyampaikan informasi kebijakan luar negeri maupun aktivitas Perdana Menteri terkait revitalisasi wilayah Fukushima terlihat cenderung menurun pada tahun 2013-2016. Sedangkan [aktivitas diplomasi digital melalui media sosial facebook \(@Japan.PMO\)](#) masih sangat aktif sepanjang tahun 2011-2016. Salah satunya adalah unggahan tentang pemerintah yang mengumumkan adanya konferensi keselamatan nuklir yang bisa dihadiri oleh media massa. Sayangnya postingan di facebook tersebut hanya mendapat 2 like dan 2 komentar dari netizen yang semuanya merespon positif (Lihat Gambar V.6). Gambar V.7. Unggahan @Mofa.Japan.en mengenai Respon atas Tragedi Fukushima 143 Sumber: <https://www.facebook.com/Mofa.Japan.en/posts/media-coverage-at-the-fukushima-ministerial-conference-on-nuclear-safety-the-fuku/374407642645932/>

Pemerintah Jepang secara berkala menyampaikan informasi terkait kondisi terkini pasca bencana di Fukushima. Melalui web resmi Kementerian Luar Negeri Jepang, pemerintah melaporkan situasi dari Pembangkit Tenaga nuklir Daiichi. Pemerintah juga menyampaikan akan selalu siap bekerja sama dengan negara-negara lain dan masyarakat internasional Penggunaan diplomasi digital secara masif juga terlihat dari langkah-langkah pemerintah Jepang menyikapi wabah virus corona (COVID-19). Jepang melakukan upaya aktif menginformasikan ke publik terkait langkah-langkah antisipatif yang dilakukan pemerintah Jepang. Informasi ini disampaikan melalui laman resmi pemerintah Jepang (<https://www.japan.go.jp/>) dan laman Kementerian Luar Negeri Jepang (<https://www.mofa.go.jp/>). Pada laman resmi pemerintah Jepang menyediakan portal khusus tentang informasi perkembangan wabah virus corona dari tautan Kementerian Kesehatan, Tenaga Kerja, dan Kesejahteraan Jepang (https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/newpage_00032.html). 144 Sementara itu di laman Kementerian Luar Negeri publik bisa mengetahui langkah-langkah terkini yang dilakukan pemerintah Jepang dalam menanggulangi penyebaran virus corona. Secara khusus laman ini juga menyediakan informasi tentang 3 hal: 1. Kasus-kasus terkonfirmasi COVID-19 di berbagai negara. 2. Informasi mengenai penyakit yang disebabkan oleh virus corona dari Kementerian Kesehatan. 3. Laporan mengenai COVID-19 dari laman PBB. Langkah-langkah pengamanan juga dilakukan dalam bentuk informasi pembatalan visa. Dalam unggahan tanggal 6 Maret 2020 pemerintah Jepang melalui bagian pelayanan konsuler menginformasikan pembatalan visa yang dikeluarkan oleh [Kedutaan Besar Jepang](#) dan [Konsulat Jenderal Jepang di Cina \(termasuk Hongkong dan Makau\)](#), serta [Republik Korea](#) untuk mencegah perluasan virus terhitung mulai tanggal 9 Maret hingga akhir bulan Maret 2020 (https://www.mofa.go.jp/ca/fna/page4e_001051.html). Jepang juga menangguhkan pemberian visa untuk negara [-negara Schengen \(Austria, Belgia, Republik Ceko, Denmark, Estonia, Finlandia, Perancis, Jerman, Yunani, Hungaria, Islandia, Italia, Latvia, Liechtenstein, Lithuania, Luxembourg, Malta, Belanda, Norwegia, Polandia, Portugal, Slovakia, Slovenia, Spanyol, Swedia dan Swiss\)](#), Andorra, Bulgaria, Kroasia, Siprus, Mesir, Iran, Irlandia, Monaco, Rumania, San Marino, Inggris dan Vatikan yang berlaku mulai 21 Maret hingga akhir April 2020 (https://www.mofa.go.jp/ca/fna/page4e_001052.html). Situs Perdana Menteri Jepang secara aktif menginformasikan tentang langkah-langkah pencegahan penularan virus Covid-19 (virus Corona). Dalam pidato resmi yang dimuat dalam situs <https://www.japan.go.jp/> Perdana menteri Jepang menyampaikan langkah-langkah preventif yang bisa diambil warga negara Jepang untuk mencegah penularan virus. Perdana Menteri juga menyampaikan langkah-langkah yang diambil untuk mengantisipasi dampak sosial ekonomi yang ditimbulkan. Gambar V.8. Situs Web Kantor Perdana Menteri Jepang Sumber: <https://www.japan.go.jp/> Informasi publik yang tidak kalah menarik terkait COVID-19 adalah aktivitas Perdana Menteri Jepang yang diunggah dalam twitter resmi Perdana Menteri Jepang @JPN_PMO. Dalam akun tersebut Kementerian Luar Negeri Jepang memberitakan bahwa Perdana Menteri Shinzo Abe menghadiri pertemuan dengar pendapat dengan para pelaku bisnis dan sektor sosial terkait dampak Covid-19 terhadap sektor ekonomi Jepang. Pertemuan ini adalah yang ketiga kalinya. Pemerintah Jepang akan mengambil jalan keluar untuk melindungi sektor tenaga kerja dan dampak ekonomi akibat penyebaran virus. Unggahan tersebut mendapatkan tanggapan positif dari para netizen, meskipun ada juga yang mempertanyakan pertemuan itu karena Perdana Menteri Shinzo Abe justru mengundang banyak orang di tengah wabah corona (lihat Gambar V.8) Gambar V.9. Unggahan @JPN.PMO Koordinasi Covid 19 Perdana Menteri Jepang Sumber: https://twitter.com/JPN_PMO/status/1241297001062391815. Pada unggahan sebelumnya Perdana Menteri Abe menginformasikan komitmen pemerintah Jepang untuk memperkuat kesiapan ahli medis dalam menangkal penyebaran virus corona. Pernyataan itu disampaikan dalam pertemuan khusus ke-21 menyikapi COVID-19. Ada 23 netizen yang me-retwit dan 44 suka. Namun banyak komentar yang isinya sebenarnya tidak merespon informasi yang disampaikan Abe (https://twitter.com/JPN_PMO/status/1240949641090191361). Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas twitter Perdana Menteri Jepang dalam kampanye memerangi COVID-19 di Jepang. Responsivitas netizen lebih nampak dalam twitter Kementerian Luar Negeri Jepang (https://twitter.com/MofaJapan_en). Informasi yang disampaikan terkait COVID-19 justru lebih banyak frekuensinya. Jumlah netizen yang me-retwit kurang lebih sama dengan yang me-retwit akun Perdana Menteri. Mereka juga tersebar dari dalam dan luar negeri. Menariknya, komentar yang disampaikan mayoritas merespon berita yang dipublikasikan. Hampir semua netizen merespon positif pemberitaan yang disampaikan. Akun facebook Kementerian Luar Negeri (<https://www.facebook.com/Mofa.Japan.en/>) juga memberitakan informasi yang sama terkait penyebaran virus corona dan langkah-langkah pencegahan. Namun jumlah orang yang

menyampaikan suka dan super, serta memberikan komentar jauh lebih banyak. Hal ini menunjukkan bahwa facebook lebih populer dan lebih efektif digunakan sebagai media informasi pemerintah Jepang. Terkait upaya pemberantasan virus corona upaya Jepang telah mendapatkan impresi yang positif dari berbagai pihak. Jepang dianggap berhasil menahan laju penyebaran virus, salah satunya karena berhasil melaksanakan program social distancing (https://twitter.com/MofaJapan_en/status/1240112649674743809). Jepang juga dinilai memiliki komitmen besar dengan memberikan bantuan kepada WHO sebagaimana dinyatakan [oleh Direktur Jenderal WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus dalam](#) postingan status di twitter: " I am grateful to #Japan for its strong support to the global #COVID19 response, including its US\$46m contribution to @WHO's efforts in support of affected countries. Thank you Ambassador Kazuyuki Yamazaki and @MofaJapan_en for their commitment to protecting people's health" (<https://twitter.com/DrTedros/status/1237474489287561216>). 148 Meskipun media twitter terbukti berhasil menjadi alat diplomasi yang baik bagi Jepang dalam menyikapi wabah corona, namun masih kalah dibandingkan penggunaan facebook. Dalam setiap postingan di facebook resmi Kantor Perdana Menteri Jepang tercatat ratusan netizen memberikan tanda suka atau super dan puluhan netizen memberikan komentar. Jumlah ini lebih banyak dibandingkan dalam twitter. Mayoritas netizen mengapresiasi langkah-langkah yang dilakukan pemerintah Jepang, meskipun terdapat juga netizen yang menyindir bahwa Perdana Menteri terlalu sering mengadakan pertemuan, namun aksi nyatanya kurang terlihat (https://www.facebook.com/pg/Japan.PMO/posts/?ref=page_internal).

Referensi Acar, A. and Murakami, Y. 2011. "Twitter for Crisis Communication: Lessons Learnt from Japan's Tsunami Disaster". International Journal of Web Based Communities. Comfort, Louise K., 2000. "Disaster: Agent Of Diplomacy Or Change In International Affairs?". Journal Cambridge Review of International Affairs Vol. 14 2000. Futori, Hideshi. Tanp"Japan's Disaster Relief Diplomacy: Fostering Military Cooperation in Asia".Asia Pasific Bulletin.EastWestCenter.Org. Government of Japan. " Abenomics Strives For Boosting Japan's Economy". <https://www.japan.go.jp/abenomics/about/> Hashimoto, Yasuaki dan Akihiro Ohama. 2014. "The Role of Social Media in Emergency Response: The Case of the Great East Japan Earthquake". NIDS Journal of Defense and Security. Kaigo, Muneo dan Leslie Tkach-Kawasaki. 2015. "Social Media for Enhancing Civil Society and Disaster Relief: Facebook Usage by Local Municipalities in Japan". JeDEM 7(1): 1-22, 2015 ISSN 2075-9517 Lokibe, Makoto. Tanpa Tahun. "Fifty Years of Japanese Diplomacy. Japan's Diplomacy Series, Japan Digital Library, http://www2.jiia.or.jp/en/digital_library/japan_s_diplomacy.php Ministry of Foreign Affairs Japan. 2020. "Drastically strengthening border measures related to novel coronavirus (COVID-19): Visa restriction"s. https://www.mofa.go.jp/ca/fna/page4e_001051.html. Ministry of Foreign Affairs Japan. 2020. "Strengthening border measures to prevent the spread of novel coronavirus (COVID-19): Suspension of visa exemption measures". https://www.mofa.go.jp/ca/fna/page4e_001052.html Ministry of Health, Labour and Welfare. 2020. About Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/newpage_00032.html. Mubah, A. Safril. 2019. "Japanese Public Diplomacy in Indonesia: The Role of Japanese Agencies in Academic Exchange Programs between Japan and Indonesia". Global & Strategis, Th. 13, No. 1 39. <http://dx.doi.org/10.20473/jgs.13.1.2019.37-50> Soeya Y. 2015. "The Evolution of Japan's Public Diplomacy: Haunted by Its Past History", dalam Melissen J., Sohn Y. (eds) Understanding Public Diplomacy in East Asia. Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy. Palgrave Macmillan, New York. DOI https://doi.org/10.1057/9781137532299_5. Stanislaus, Warren A. 2017. "Japan House: Tokyo's New Public Diplomacy Push." The Diplomat. <https://thediplomat.com/2017/07/japan-house-tokyo-s-new-public-diplomacy-push/>. Weizhun, M. and Q. Tianshu. 2005. "Disaster Diplomacy: A New Diplomatic Approach?". Shanghai Institute For International Studies International Review, Spring 2005, pp. 111-124. Yamada, Yoshiko dan Daniel Clausen, 2014."Japan's Disaster Diplomacy: Pragmatism, Peace and Activism". Diplomatic Courier.

BAB VI PERKEMBANGAN DAN TANTANGAN DIPLOMASI DIGITAL DI INGGRIS Diplomasi digital Inggris merupakan salah satu diplomasi digital yang paling berkembang di antara negara-negara di dunia. Inggris sangat menyadari pentingnya peran teknologi komunikasi dalam diplomasi mereka dan negara-negara di dunia. Hal ini mendorong mereka mengembangkan teknologi, sumber daya manusia dan juga birokrasi yang saling mendukung untuk mengembangkan diplomasi digital sebagai alat dalam menyelenggarakan hubungan antar negara. VI.1. Sejarah Diplomasi Digital di Inggris Diplomasi Inggris dilaksanakan di bawah komando Kantor Kementerian [Luar Negeri dan Persemakmuran/Foreign and Commonwealth Office \(FCO\)](#). Lembaga ini terlibat [dalam](#) berbagai [kegiatan diplomatik](#) untuk mendukung kepentingan Inggris, baik di bidang ekonomi, politik, keamanan, dan memberikan pelayanan warga negara Inggris di luar negeri. Misalnya bantuan untuk warga negara Inggris yang bermasalah di luar negeri atau menghadapi krisis, penyediaan dokumen perjalanan dalam kondisi darurat, hingga layanan dokumen dan legalisasi. Dalam menjalankan fungsinya Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris didukung oleh 10 lembaga, yaitu [Wilton Park](#), [British Council](#), [Great Britain-China Centre](#), [Marshall Aid Commemoration Commission](#), [Westminster Foundation for Democracy](#), [BBC World Service](#), [Chevening Scholarship Programme](#), [FCO Services](#), [Government Communications 152 Headquarters](#), dan [Secret Intelligence Service \(FCO\)](#), <https://www.gov.uk/government/organisations#foreign-commonwealth-office>). Perubahan dalam teknologi komunikasi dan informasi memaksa Inggris untuk beradaptasi dengan dunia digital dalam diplomasi. Meskipun teknologi digital jelas telah mengganggu dan mengubah diplomasi terutama diplomasi publik seperti menjadi kurang baku dan formal, namun digitalisasi diplomasi telah memaksa semua orang untuk lebih cepat dan responsif dalam segala hal. Tagar menjadi salah satu bentuk dari bagaimana media sosial mampu menarik perhatian dunia dalam waktu singkat. Meski hanya sesaat, namun tagar memiliki pengaruh dan jangkauan yang luas. Pengaruh tagar bahkan dapat meruntuhkan kerja diplomasi selama bertahun-tahun. Oleh karenanya, menjadi kewajiban bagi setiap diplomat saat ini untuk terlinat dalam dunia digital yang telah menawarkan sebuah revolusi komunikasi. Sebuah perubahan komunikasi yang cepat dan luar biasa karena ia mampu meruntuhkan sekat yang membatasi 'orang biasa' untuk 'berbicara' langsung dengan tokoh-tokoh penting dan para pembuat keputusan untuk menyampaikan pandangan mereka atas isu tertentu. Pada tahun 1995 Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran memulai penggunaan situs web. Hal

ini didasari oleh sejumlah pertimbangan penting antara lain, perubahan politik dunia yang sangat cepat mengharuskan Inggris sebagai anggota tetap Dewan Keamanan PBB untuk memberikan kontribusi dan pengaruh positif. Sebuah laporan yang disampaikan oleh UK Foreign and Security Policy Working Group menyebutkan dalam salah satu rekomendasinya bahwa FCO harus menetapkan target sebagai pemimpin dalam diplomasi digital. Inggris harus mampu memanfaatkan alat digital untuk memantau tren dan wacana internasional, menyebarkan kebijakan luar negeri Inggris dan dapat lebih banyak melibatkan publik di luar negeri untuk mendukung kebijakan luar negeri Inggris. "The FCO should set itself the target of being a world leader in digital diplomacy. Making the most of digital tools to monitor international trends and debates, to keep the British public informed of the reasons for foreign policies and their effects, and to engage publics overseas, will make policies more sustainable while winning friends and advocates abroad at the same time". (UK Foreign and Security Policy Working Group, 2015). ("Strengthening Britain's Voice in the World Report" <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/research/20151103UKForeignSecurityWorkingGroupReport.pdf>). Saat itu Kementerian meluncurkan Buletin Harian yang berisi kompilasi teks siaran pers, briefing dan kegiatan-kegiatan kementerian yang dirilis pada pukul 12.00 siang setiap hari. Langkah ini telah mengubah hubungan antara Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran, para analis/komentator dan masyarakat umum dengan memangkas peran media cetak. Di sinilah istilah diplomasi publik di era digital untuk pertama kalinya dipopulerkan dalam konteks kebijakan Kementerian Luar Negeri. Situs web tersebut mencerminkan aktivitas penyampaian informasi, berita, dan promosi budaya Inggris di era digital. Lembaga-lembaga yang menjadi mitra pemerintah seperti British Council (BC) dan British Broadcasting Corporation World Service (BBCWS) memiliki peran luar biasa dalam mempromosikan Inggris di luar negeri sebagai negara yang modern. Penggunaan situs web menandai perkembangan diplomasi publik kontemporer Inggris. Terinspirasi oleh potensi luar biasa dari hadirnya era digital, Perdana Menteri Tony Blair bertekad untuk menciptakan citra Inggris yang baru di luar negeri sebagai Inggris yang modern dan progresif. Maka dimulailah reformasi internal di Kementerian Luar Negeri dengan tujuan menciptakan iklim untuk perubahan, di antaranya melakukan Tinjauan 154 Fundamental (1995), Pernyataan Misi Cook tentang "kebijakan luar negeri yang etis" (1997), Pengkajian Komprehensif (1998) dan Laporan Pandangan ke Depan (2000). Reformasi ini terkait dengan inisiatif paralel yang dirancang untuk mengatasi kelemahan reputasi Inggris di luar negeri, seperti yang dilakukan oleh Mark Leonard's Britain (1997), rekomendasi [Panel 2000 \(1998-2000\)](#) dan [Abroad Task Force \(2000-2002\)](#) sebagai badan yang bertugas memantau citra Inggris di luar negeri (Pamment, 2016: 26). Penggunaan Internet sangat gencar dilakukan oleh [Kementerian Luar Negeri](#). Pada tahun 2005 [Kementerian Luar Negeri](#) melakukan 140 unggahan di web. Namun im diplomasi publik menyadari bahwa internet masih belum digunakan untuk mengkomunikasikan kebijakan dengan efektif, sehingga perlu dipikirkan kembali fungsi platform web untuk mempromosikan kebijakan. Perkembangan terjadi tahun 2007, ketika David Miliband menjadi Menteri Luar Negeri. Miliband adalah seorang blogger yang rajin. Ia membuat blog Kementerian Luar Negeri untuk dirinya sendiri dan para diplomat senior. Dalam waktu sepuluh hari, tim diplomasi publik menyusun platform baru yang memungkinkan integrasi antara teks, gambar, video dan komentar. Miliband juga merekrut direktur digital dengan tugas untuk mengalihkan fungsi internet dari media untuk menyampaikan informasi menjadi media untuk berdiskusi dengan [publik di dalam negeri maupun luar negeri](#). Namun keputusan untuk memanfaatkan blog tidaklah mudah, antara lain karena pertimbangan biaya. Akhirnya blog tidak dijadikan media kebijakan. Meskipun demikian, kelahiran diplomasi digital tidak bisa dipisahkan dari perubahan mendasar bagaimana Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris semakin memandang komunikasi sebagai bentuk manajemen dari pemangku kepentingan, baik internal dan eksternal yang memerlukan keterlibatan massa (Pamment, 2016: 118-119). 155 Pada bulan Desember 2010 Menteri Luar Negeri Inggris William Hague meluncurkan serangkaian reformasi di Kementerian [Luar Negeri dan Persemakmuran/Foreign & Commonwealth Office \(FCO\) yang](#) dirancang untuk menegaskan kembali "keunggulan diplomatik Inggris". Langkah ini dilakukan untuk menyikapi menurunnya pengaruh Inggris di level internasional. Reformasi paling mendasar adalah dilakukannya revolusi komunikasi digital. Apa yang dilakukannya tersebut didasari oleh kesadaran bahwa hubungan antar orang semakin terkoneksi melalui internet. Ia menyatakan, bahwa: "There is now a mass of connections between individuals, civil society, businesses, pressure groups and charitable organisations which are also part of the relations between nations and which are being rapidly accelerated by the internet." (Waterloo Enterprise Social Media, 2018). <https://blogs.fco.gov.uk/guestpost/2017/03/30/digital-diplomacy-are-we-the-champions/>). Jabatan-jabatan dalam bidang [informasi dan komunikasi di Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran](#) ditata ulang [dengan](#) tujuan meningkatkan kapasitas komunikasi secara langsung di setiap bidang kebijakan. Kementerian Luar Negeri berharap bisa memberikan "Layanan Diplomatik terbaik di dunia". Prinsipnya adalah bahwa Kementerian tidak dapat lagi melakukan diplomasi dari menara gading King Charles Street dan kantor-kantor perwakilan Inggris di luar negeri. Sebagai respons terhadap tuntutan yang lebih luas kepada institusi diplomasi diperlukan sumber daya yang semakin cakap, memahami komunikasi digital dan memiliki kecepatan transfer pengetahuan. Tuntutan ini telah memotivasi berbagai upaya untuk melakukan revolusi pendekatan, tujuan, teknik dan aktor yang relevan dalam mengejar tujuan-tujuan diplomatik. Para diplomat dituntut mampu mengelola tugas-tugas mereka seiring dengan perkembangan era digital (Pamment, 2016: 6). Dampak dari penggunaan teknik komunikasi baru dalam diplomasi adalah meningkatnya tuntutan bahwa branding dan citra menjadi bagian tak terpisahkan dari pembentukan kebijakan. Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran membentuk Dewan Strategi Diplomasi Publik atau untuk mengawasi pelaksanaan diplomasi publik di seluruh jaringan diplomatik. Sejak tahun 2006, peran staf Kementerian Luar Negeri telah didefinisikan ulang sebagai peran yang mendukung "prioritas strategis Inggris melalui komunikasi, advokasi dan keterlibatan mereka dengan tokoh-tokoh kunci, masyarakat sipil dan media". Pengembangan teknik agar semakin terlibat secara persuasif dengan kelompok-kelompok kunci ini dianggap penting untuk menyelesaikan tantangan global. Hal ini didukung dengan pembentukan Dewan Diplomasi Publik (Public Diplomacy Board/PDB) yang diberi mandat untuk menjalankan serangkaian program percontohan yang bertujuan untuk mengubah cara

Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris menjalankan kampanye diplomatiknya. Inggris adalah salah satu negara yang diplomasi digitalnya dianggap terbaik di dunia. Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris memanfaatkan berbagai saluran media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi. Saluran yang digunakan adalah Twitter, Facebook, Instagram, Flickr, Blog, Youtube, LinkedIn dan Snapchat. Hugh Elliot Direktur Komunikasi Foreign and Commonwealth Office menjelaskan bahwa Inggris memiliki jaringan yang sangat luas (meliputi 268 Kedutaan Besar, Komisi Tinggi, Konsulat di 168 negara) yang semuanya aktif dalam diplomasi digital. Media sosial Inggris memiliki lebih dari 7 juta pengikut yang tersebar di berbagai saluran media sosial. Keseriusan Inggris dalam mempergunakan teknologi digital diungkapkan Jack Pearson, Senior Digital Manager. ["Today it's \(digital communications\) absolutely central to the work of the Foreign and Commonwealth Office. It's a key tool in our diplomatic arsenal and skilful digital communications is increasingly non-negotiable for modern diplomacy. Those who do it best will set the agenda and ultimately effect change"](#) (Waterloo Enterprise Social Media. 2018. <https://blogs.fco.gov.uk/guestpost/2017/03/30/digital-diplomacy-are-we-the-champions/>.)

Salah satu tokoh perubahan penting dalam diplomasi digital Inggris, Tom Fletcher -mantan Duta Besar Inggris untuk Lebanon- yang mengenalkan dirinya sebagai "twiplomat", menegaskan betapa media sosial tidak dapat dilepaskan dari tugas seorang diplomat. "Media sosial sekarang sangat diperlukan untuk tugas-tugas inti kami: pengumpulan informasi; analisis; mempengaruhi; promosi bahasa Inggris sebagai kode untuk dunia maya; manajemen krisis; pekerjaan komersial" (Paris, 2013).

VI.2. Strategi Kesuksesan Diplomasi Digital Inggris Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris telah menyusun strategi penggunaan media digital demi meningkatkan kualitas pelayanan dan mewujudkan lembaga yang lebih efektif dan terbuka di era serba internet. Strategi digital ini mencakup upaya untuk lebih banyak memberikan layanan kepada masyarakat secara digital.

Strategi Digital FCO, yang diterbitkan pada bulan Desember 2012, menggemakan banyak poin Fletcher. Ide Fletcher menggambarkan berbagai penggunaan media sosial untuk diplomasi Inggris, antara lain, 1) Mengikuti dan memprediksi perkembangan: misalnya, FCO menggunakan media sosial untuk mendengarkan dan mengidentifikasi suara-suara kunci selama krisis Libya dan musim semi Arab, sehingga berfungsi sebagai sumber terbuka untuk mengumpulkan intelijen, peringatan perkembangan yang akan datang, dan "mengidentifikasi pengaruh utama", 2) Merumuskan kebijakan luar negeri: catatan FCO, misalnya, yang dikonsultasikan secara online untuk White Paper Wilayah Luar Negeri di 2011, 3) Menerapkan kebijakan luar negeri: setelah penutupan kedutaan Inggris di Teheran pada tahun 2011, FCO menggunakan situs web dan media sosial "Inggris untuk Iran" untuk terus mengomunikasikan "pesan utama" dan untuk menghindari sensor media di Iran, 4) Mempengaruhi dan mengidentifikasi siapa yang akan dipengaruhi: sebagai contoh, FCO mengacu pada pertukaran Fletcher dengan "influencer utama" di Lebanon dan di tempat lain, 5) Berkomunikasi dan terlibat dalam kebijakan luar negeri: misalnya, menteri luar negeri Inggris secara teratur menyelenggarakan sesi tanya jawab online tentang masalah kebijakan luar negeri tertentu (Paris, 2013). Strategi disusun dalam rangka menindaklanjuti Strategi Digital Pemerintah Inggris yang diumumkan pada 6 November 2012. [Hal ini menjadi salah satu dari](#) sejumlah program perubahan yang dilakukan Kantor Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris. Lembaga ini menargetkan memiliki layanan diplomatik paling efektif di dunia yang sederhana dalam prosesnya. Kementerian Luar Negeri menyusun Strategi Konsuler 2013-2016. Di dalamnya tercantum strategi yang terkait dengan perubahan penyediaan dan struktur layanan konsuler di era digital sesuai rencana bisnis [Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran \(Foreign and Commonwealth Office](#). Tanpa Tahun). [Inggris](#) juga memiliki rencana transformasi digital dan menyiapkan semakin banyak layanan konsuler secara online. Kantor Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran telah menyusun langkah-langkah dalam rangka implementasi diplomasi digital. Pertama, Kantor Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran mempersiapkan digitalisasi di setiap elemen yang terkait dengan kebijakan luar negeri. Teknologi digital digunakan untuk membantu setiap bagian dalam perumusan Kebijakan Luar Negeri, mulai dari perumusan hingga penerapan kebijakan, termasuk mengidentifikasi siapa yang akan dipengaruhi. Kedua, Kantor Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran menyediakan layanan secara digital, sehingga memberikan layanan yang lebih efektif dan responsif. Namun pelayanan tatap muka juga tetap dilayani sebagai bagian dari layanan individu. Digitalisasi pelayanan membutuhkan upaya berkelanjutan dan untuk mencapainya Kementerian Luar Negeri mempersiapkan kepemimpinan yang efektif, meningkatkan penggunaan digitalisasi, melakukan pengawasan dalam implementasinya dan memastikan kemampuan yang diperlukan untuk menyukseskan agenda digitalisasi. Kementerian Luar Negeri telah membentuk tim ahli yang tergabung dalam unit transformasi digital, menyusun buku panduan dan melakukan pelatihan untuk mendukung digitalisasi layanan diplomatik. Langkah ini membantu para staf memiliki kerangka kerja yang jelas dan relevan yang dapat mereka gunakan sebagai panduan kerja. Kementerian Luar Negeri juga mempersiapkan jaringan digital dan bekerja sama dengan dunia industri dalam menyediakan akses ke media sosial dan peralatan digital. Kantor Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris menunjuk seorang pejabat utama untuk mempromosikan kebijakan yang lebih terbuka dan memeriksa rilis materi secara online. Para staf didorong untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari pendekatan komunikasi terintegrasi. Konten web juga diperbaiki untuk mendukung integrasi program digital. Semua transaksi ditingkatkan pelayanannya secara online. Inggris berusaha mengurangi hambatan internasional, sehingga mengembangkan model internasional untuk digitalisasi, serta meningkatkan informasi manajemen digital. Oleh karenanya Kementerian Luar Negeri dan 160 Persemakmuran dapat mengomunikasikan kebijakan dan memberikan layanan yang efektif bagi warga negara Inggris di luar negeri melalui teknologi digital (Foreign and Commonwealth Office. Tanpa Tahun.)

Kesuksesan diplomasi digital Inggris juga didukung oleh komitmen para diplomatnya untuk mendukung program digitalisasi. Setidaknya ada 3 hal yang turut mendukung kesuksesan diplomasi digital Inggris. Pertama, para diplomat dituntut kreativitasnya untuk menyajikan postingan yang menarik di media sosial. Cerita para diplomat tentang pengalaman-pengalaman yang menarik selalu ditunggu oleh netizen. Di sini diperlukan perubahan besar dalam gaya diplomasi. Berita-berita konvensional (misalnya pesan dari Menteri Luar negeri untuk para duta besar) mulai ditinggalkan. Namun demikian Inggris siap untuk meminta maaf kepada publik ketika pihak tertentu tersinggung

oleh postingan para diplomat Inggris. Mereka juga didorong untuk membangun brand nasional melalui hubungan bilateral. Setiap pemerintah saat ini telah membuat laman media sosial sehingga Inggris dapat dipergunakan untuk mempromosikan citra Inggris dan menjalin hubungan bilateral yang kuat. Seluruh kedutaan didorong untuk memiliki strategi untuk memanfaatkan spektrum industri budaya dan kreatif Inggris melalui koneksi yang dimiliki. Kedua, semangat berinovasi. Tim digital di Kementerian Luar Negeri bak wirausahawan yang menjadikan Kementerian Luar Negeri Inggris sebagai kementerian pertama di dunia yang memiliki Snapchat, yang pertama menggunakan Twitter untuk layanan publik, Kedutaan Inggris di Selandia Baru adalah yang pertama menggunakan Periscope dan telah memanfaatkan WhatsApp serta Facebook Live untuk menyiarkan kunjungan kerajaan. Sementara itu, dalam komunikasi internal, FCO memiliki jaringan champion digital: Terdiri dari 100+ staf yang terlibat dalam pertemuan online bulanan. FCO memiliki lebih dari 700+ staf yang terlibat di saluran media sosial internal mereka yang disebut people finder. Guna menjaga hubungan yang lebih dekat dengan pejabat senior, misalnya, Tom Fletcher menggunakan google hangout untuk terlibat dengan rekan-rekan FCO, serta membuat sesi tanya jawab langsung melalui twitter. Ketiga, diplomasi Inggris juga mengembangkan pola pikir yang multi-media. Para diplomat diibaratkan sebagai penyiar yang dituntut untuk terampil menggunakan media sosial karena menjangkau lebih banyak audiens. Konten-konten media sosial juga dibuat menarik. Inovasi dan pola pikir yang multi media dianggap sebagai jantung yang menghidupkan diplomasi. Di sinilah diperlukan tim komunikasi digital sebagai pendukung. Mereka dituntut untuk menjadi juara dalam media sosial. FCO sangat menyadari bahwa orang-orang di belakang layar harus memiliki kemampuan dan cara berpikir yang mampu mendukung tindakan mereka, karena apa yang mereka kerjakan dalam media sosial tentu penuh dengan resiko. Meskipun diplomasi membutuhkan keleluasaan tetapi juga membutuhkan para pejuang yang blak-blakan yang dapat menjelaskan nilainya, menjelaskan cara kerjanya dan terutama untuk membicarakan masalah-masalah yang ingin ditangani. Dari hak asasi manusia, demokrasi, hingga aturan perdagangan. Para duta besar adalah garda terdepan dalam menyusun argumen dan mempertahankannya. Beberapa Duta Besar Inggris yang paling aktif dalam media sosial nampak dalam akun @FCOJohnCasson, @UKAmbRichard, @JonBenjamin19. Mereka masuk dalam daftar 10 besar duta besar dalam @Twiplomacy yang mendapatkan like dan retwit paling banyak tahun 2016. Kisah-kisah menarik banyak diunggah di media sosial. Misalnya di platform Les Voisins dari @UKinFrance menceritakan kisah tentang interaksi personal dan budaya dalam ikatan hubungan antar negara yang unik.

Gambar VI.1. Twitter @UKinFrance Sumber: <https://twitter.com/UKinFrance> Sementara Twitter Duta Besar Inggris untuk Indonesia, Owen Jenkins, yang dibuat pada Juni 2019 hingga saat ini (Juni 2020) telah melakukan twitt sebanyak 201 kali. Namun tidak kalah aktifnya dengan Jenkins, Dr. Rizal Sukma, Duta Besar Indonesia untuk Inggris semenjak tahun 2016 dan bergabung twitter sejak tahun 2017, telah membuat twitt sebanyak 2.042 kali. Twitter yang dibuat secara personal memiliki kedekatan yang lebih baik ketimbang twitter atas nama institusi kedutaan besar itu sendiri. Meskipun twitter2 ini bisa jadi dikelola bukan oleh pemilik nama, namun dampaknya cukup besar bagi orang lain seperti halnya kedekatan personal yang dibangun pada dunia nyata. Gambar VI.2. adalah twitter Dr. Rizal Sukma yang salah satunya mempromosikan hubungan Indonesia Inggris dalam bidang pendidikan dan lingkungan. Gambar VI.2. Twitter @DrRizalSukma Sumber: <https://twitter.com/DrRizalSukma> Elliot (2017), Direktur Komunikasi pada Kementerian Luar Negeri Inggris memposting sebuah tulisan yang menarik dalam lama blog milik Kementerian Luar Negeri Inggris. Tulisan tersebut menyadarkan bahwa pekerjaan diplomast dalam dunia digital tidaklah mudah tetapi harus dilakukan. Ia menyebutnya sebagai sebuah permainan yang penuh ketegangan antara: 1. Kontrol dan kreativitas: pemerintah suka "mengontrol pesan" karena konsistensi dan keselarasan adalah hal uant penting, tetapi dunia digital membutuhkan spontanitas dan inovasi. Tidak mudah bagi mereka yang berada pada puncak hierarki (birokrasi/jabatan) untuk melepaskan kontrol terhadap jaringan baru meskipun mungkin akan lebih efektif. 2. Risiko dan imbalan: mereka yang berada di atas keypad harus mampu mengambil risiko tapi tidak sembrono. Meski hanya sekedar foto dua orang yang saling berjabat tangan yang mungkin terlalu biasa, namun caption yang diimbuhkan atau bahkan tanpa caption dapat mengundang sebuah kontroversi. 3. Peran PNS dan politisi: peran lama pegawai sipil itu bijaksana, impersonal, di belakang layar, pelaksana kebijakan dan tidak berkampanye. Namun, media sosial memungkinkan kehadiran setiap orang untuk menjadi aktor utama. Terutama para politisi yang di satu sisi dibutuhkan kehadiran pribadinya untuk memperoleh pengaruh. 4. Pribadi dan profesional: PNS umumnya ingin menjaga kehidupan pribadi mereka, tetapi diplomasi digital bersifat terbuka dan garis pemisah antara kehidupan pribdai dan profesional sanat tipis bahkan dapat memudar dengan cepat. 5. Aktivitas dan dampak: angka memang menarik dan nampak meyakinkan, tetapi pelaku diplomasi tidak boleh bersembunyi di balik statistik digital. Apa yang nampak dalam dunia digital harus benar-benar terealisasi dalam dunia nyata dan angka-angka tersebut haruslah faktual dan nyata. 6. Fakta dan fiksi: berita-berita yang tidak nyata #fakenews bertebaran dalam dunia digital. Diplomat harus mampu melawan hal tersebut dengan teru menjaga dan membangun reputasi yaitu dengan memelihara kebenaran dalam setiap berita yang disampaikan. Merujuk betapa menantanganya dunia digital tersebut, Elliot (2017) menggarisbawahi bahwa institusi/lembaga menjadi tidak terlalu penting atau nampak dalam persaingan pengaruh dalam dunia digital. Mereka yang benar-benar bersaing adalah pada diplomat secara individu. Statemen ini menjadi cambuk bagi para diplomat Inggris untuk terus membangun diri mereka sendiri dalam dunia digital yang penuh dengan tantangan dan kontroversi. Tugas utama mereka adalah mempromosikan kemakmuran, 165 melindungi keamanan dan memproyeksikan nilai Inggris, menceritakan kisah tentang siapa orang Inggris, apa yang Inggris lakukan dan mengapa Inggris melakukannya (terkadang subjek kesalahpahaman atau bemusement); erta sebaliknya harus mampu mendengarkan dan terlibat dengan orang lain di seluruh dunia. VI.3. Penggunaan Media Sosial pada Diplomasi Inggris Sejak pertama kali memanfaatkan situs web pada tahun 1995, hingga saat ini Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris telah mengembangkannya secara luas sebagai alat komunikasi dan informasi. Masifnya penggunaan teknologi digital di Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran terlihat dari keberadaan lebih dari 250 situs web, termasuk 93 di antaranya berbahasa asing. Di saluran gov.uk terdapat lebih dari 120 saluran twitter; lebih dari 120 halaman Facebook; dan

berbagai saluran digital lokal atau regional. Situs web ini juga menerima lebih dari 10 juta tampilan halaman sepanjang tahun 2012-2013. Sementara itu terdapat lebih dari 100.000 orang mengikuti Sekretaris Luar Negeri di twitter (Foreign and Commonwealth Office 2012:6). Gambar VI.3. Halaman Depan Twitter Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran Inggris Sumber: <https://twitter.com/foreignoffice/> Terlihat pada gambar VI.1, twitter milik Kementerian Luar Negeri Inggris diikuti oleh 970.6 ribu pengikut dan mengikuti twitter milik kementerian luar negeri negara lain, institusi dan duta besar negara lain sebanyak 2.936 semenjak dibuat pada tahun 2008. Sementara twitter PM Inggris diikuti oleh 5.7 juta pengikut dan memiliki 275 akun lainnya (Lihat Gambar VI.2) Gambar VI.4. Halaman Depan Twitter PM Inggris Sumber: <https://twitter.com/10DowningStreet> Sementara itu, pemerintah Inggris sendiri juga memiliki twitter sendiri yang dipergunakannya untuk berhubungan langsung dengan audiens di dalam dan di luar Inggris. Sejatinya, sebagian tugas kementerian luar negeri telah diselenggarakan langsung oleh akun tersebut terutama informasi mengenai kebijakan Inggris dan pelayanan publik. Gambar VI.5. Twitter tentang Informasi dan Pelayanan Publik terkait VirusCorona Sumber: <https://twitter.com/GOVUK> Sementara itu pada media sosial lain seperti instagram, baik kementerian luar negeri maupun Perdana Menteri Inggris juga termasuk pengguna yang aktif. Terlihat pada laman tersebut diikuti oleh 78 ribu pengikut dan sudah mengunggah 1.021 unggahan pada 22 Juni 2020. Gambar VI.6. Instagram Kementerian Luar Negeri Inggris 168 Sumber: <https://www.instagram.com/ukforeignoffice/>

Pemanfaatan media digital sangat beragam mulai dari fungsi komunikasi, informasi, hingga sarana untuk mempengaruhi. Misalnya informasi mengenai kebijakan Brexit yang memberikan dampak besar bagi Inggris. Diskusi mengenai Brexit dapat dilakukan secara online oleh hampir seluruh rakyat Inggris. Di sinilah pentingnya media digital yang awalnya menjadi media komunikasi telah beralih sebagai media yang mempengaruhi kebijakan luar negeri. Gambar VI.7 Dialog mengenai Brexit pada Laman Facebook Kementerian Luar Negeri Inggris Sumber: <https://twitter.com/foreignoffice/> Kedua, penggunaan teknologi digital telah berkembang dari kegiatan tim komunikasi menjadi semakin melibatkan tim kebijakan. Para personil tim kebijakan telah mengambil alih secara langsung penggunaan teknologi digital dalam proses pengambilan kebijakan. Kebijakan luar negeri menjadi semakin efektif. Sebagai contoh Kantor Kementerian Luar Negeri dan Persemakmuran menggunakan media sosial untuk mengetahui dan mengidentifikasi informasi-informasi penting selama berlangsungnya krisis di Libya dan fenomena Arab Spring. Dalam kasus penutupan Kedutaan Besar Inggris di Teheran Kementerian Luar Negeri juga menggunakan situs web dan media sosial "UK for Iranian" untuk terus menyebarkan pesan-pesan penting kepada warga di Iran dan untuk menghindari sensor media lokal. Misalnya melalui web <https://www.gov.uk/world/organisations/uk-for-iranians> dan juga media sosial seperti twitter pada laman <https://twitter.com/ukiniran> dan <https://twitter.com/ukiniran>. Gambar VI.8. Media Sosial sebagai Sarana Informasi Publik Inggris Sumber: <https://twitter.com/ukiniran> Namun, sempat juga web dan media sosial tersebut diblok oleh pemerintah Iran pada tahun 2012. Hal ini membuat Hague geram, dan mengeluarkan pernyataan "I condemn this action by the Iranian government. We have no quarrel with the Iranian people and regret that the Iranian authorities fear their own citizens' interaction and involvement with the outside world," (Reuters, 2012). Saat itu Inggris menentang program nuklir Iran dan mendukung sanksi atas aktifitas Iran yang dinilai membahayakan tersebut. Saat ini twitter tersebut dipergunakan Inggris untuk menggaungkan kebijakan Inggris yang terkait dengan negara-negara Arab, seperti sikap Inggris atas serangan terhadap pemerintah Arab Saudi oleh kelompok Houthi dan kebijakan Inggris terhadap pengungsi, seperti pada Gambar. VI.6. Para Duta Besar Inggris juga menggunakan media sosial untuk mempengaruhi dan mengidentifikasi siapa yang akan dipengaruhi. Salah satunya adalah Duta Besar Tom Fletcher di Lebanon yang menggunakan media sosial untuk mendekati diri dengan khalayak luas dan juga mengatur waktu tweetnya untuk memaksimalkan dampak pada influencer yang 171 mengikutinya. Ia membuat akun twitternya pertama kali ketika menjadi duta besar Inggris untuk Lebanon. Setiap hari sekitar 6-7 tweet dia posting Jumlah follower Fletcher bahkan dua kali lipat lebih banyak dari follower Menteri Luar Negeri Lebanon saat itu. Fletcher juga menulis tidak kurang dari 69 artikel untuk situs Kementerian Luar Negeri (SindoNews.com. 2015. "Dubes Rendah Hati dan Aktif di Media Sosial". <https://nasional.sindonews.com/berita/1037205/149/dubes-rendah-hati-dan-aktif-di-media-sosial>). Meski tidak lagi menjabat sebagai duta besar, twitter tersebut masih aktif menggaungkan kebijakan luar negeri Inggris. VI.4. Tantangan dalam Diplomasi Digital Inggris

Kementerian Luar Negeri Inggris mengharapkan penggunaan teknologi digital menjadi trend untuk meningkatkan pencapaian tujuan diplomasi. Ada banyak manfaat potensial dengan penggunaan diplomasi digital, yaitu mendapatkan akses jangkauan yang lebih luas dalam rangka mendapatkan input untuk pengambilan kebijakan, membuat kebijakan dengan lebih baik karena berbasis realita, membuat kebijakan lebih cepat dan interaktif dan menghemat biaya, menghasilkan kebijakan yang lebih responsif dan lebih sesuai dengan kebutuhan aktual. Hal ini memerlukan perubahan cara kerja diplomasi sehari-hari yang dilakukan di seksi-seksi kantor Kementerian Luar Negeri. Meskipun perkembangan diplomasi digital di Inggris sangat luar biasa, ada tantangan yang masih dihadapi. Pertama, bagaimana mengembangkan komunikasi digital yang inovatif dan menyebarkan penggunaannya secara luas di seluruh struktur organisasi. Kedua, bagaimana menyebarkan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan tujuan kebijakan luar negeri secara 172 konsisten dan komprehensif di Kantor Kementerian Luar Negeri. Ketiga, bagaimana memanfaatkan teknologi digital secara khusus untuk memberikan formulasi kebijakan yang lebih terbuka dan meningkatkan transparansi. Inggris menyadari bahwa pengembangan diplomasi digital menuntut banyak perubahan dalam aspek-aspek pendukungnya, yaitu: 1) dibutuhkan kepemimpinan yang jelas dan berkelanjutan, 2) pedoman yang jelas bagi staf untuk mengatasi kekhawatiran dan ketakutan "salah" di media sosial, 3) pelatihan dan panduan penggunaan aplikasi digital untuk penyampaian kebijakan yang dapat diakses oleh semua staf, termasuk yang tidak ahli dalam teknologi digital, 4) saling berbagi prestasi pencapaian pemanfaatan digital. Mereka yang sudah mahir membantu pemanfaatan teknologi digital di bagian yang lain, dan 5) meningkatkan ketrampilan staf di Kementerian Luar Negeri untuk mengelola media sosial (Foreign and Commonwealth Office. Tanpa Tahun) Namun benarkah Inggris telah memanfaatkan dengan baik Diplomasi Digital? Penelitian yang dilakukan oleh Uthayasankar Sivrajah dan Vishanth Weerakkody (Tanpa Tahun) menyebutkan

bahwa sebenarnya ada keengganan dari pihak diplomat untuk sepenuhnya terlibat dalam penggunaan teknologi digital dan lebih memilih diplomasi yang tertutup. Memang para diplomat banyak yang menggunakan alat komunikasi digital seperti Twitter, Facebook, Pesan Video, dan Blog. Para staf dan diplomat telah menggunakan E-mail dan media sosial selama bertahun-tahun. Namun seringkali muncul kekhawatiran tentang risiko keamanan dan kerahasiaan. Ketakutan adanya risiko dan penolakan terhadap perubahan dapat menghambat penggunaan diplomasi digital secara luas. Faktor lain yang menghambat diplomasi digital adalah kendala birokrasi, proses pengambilan keputusan yang panjang dan aspek sosiokultural yang melekat dalam peran diplomasi. Seorang staf senior kedutaan Amerika Serikat di London mengeluhkan: "Jika kita ingin mengimplementasikan proyek Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di London, kita harus meminta izin dari Kementerian Dalam Negeri dan birokrasi dapat memperlambat implementasi e-diplomasi". 'Kesenjangan digital' yang diakibatkan oleh sikap yang menolak perubahan juga menjadi penghalang pengembangan diplomasi digital. Seorang pejabat berkomentar: "Diplomat tradisional menentang TIK, misalnya penggunaan media sosial dalam diplomasi karena hal itu mendorong komunikasi dua arah dengan publik yang ini bertentangan dengan norma-norma diplomasi." Ada kekhawatiran terkait aspek keamanan, seperti hilangnya data dan adanya pihak-pihak yang tidak berwenang yang dapat mengakses data. Selain itu juga ada kekhawatiran mengenai bagaimana menjaga kerahasiaan dan privasi, serta menjaga kehormatan dan martabat para diplomat. Bahkan di negara demokrasi Barat sekalipun persoalan ini bisa menjadi hambatan terbesar dalam menerapkan diplomasi digital. Sayangnya, Dalam praktiknya, tidak ada rahasia dalam dunia maya. [Apa pun yang dikirim melalui Internet](#), bahkan terenkripsi, [berpotensi untuk dapat](#) diakses. Ketika informasi dipindahkan dari satu tempat ke tempat lain, bisa jadi informasi telah disadap dan dibagikan ulang. Mereka selalu dapat menemukan cara untuk memperoleh informasi yang diyakini telah dipegang dengan aman. Situasi ini kadang diabaikan karena internet telah membawa kemudahan dalam hubungan internasional. Pertama, informasi pribadi, ketika dipublikasikan, mungkin lebih cepat dan lebih berdampak pada pelaksanaan urusan dunia. Isu penjara Abu Ghraib menjadi bola panas bagi Amerika setelah pada bulan Juni 17 2003, Amnesty International menerbitkan laporan pelanggaran hak asasi manusia oleh militer AS dan mitra koalisi di pusat penahanan dan penjara di penjara Abu Ghraib. Hingga bertahun-tahun berikutnya foto-foto mengenai penyiksaan di Abu Ghraib terus beredar pada media sosial. Efeknya adalah rutenya reputasi AS, melemahnya moralnya otoritas di dunia dan memicu serangan jihadis di Irak. Hal ini mungkin saja tetap terjadi meskipun terjadi tanpa Internet, tetapi Internet memperbesar dan memperluas dampaknya. Hal yang sama berlaku pada terhadap kebocoran kebijakan Pemerintah Inggris dan pendapat hukum tentang perang di Irak, yang merusak reputasi perdana menteri saat itu. Semua hal mengenai hal tersebut tersedia secara bebas di web yang dapat diakses oleh siapapun. Pro dan kontra terjadi karena Tony Blair dianggap melebihi-lebihkan ancaman yang ditimbulkan oleh Saddam Hussein, mengirim pasukan ke dalam pertempuran dan tidak memiliki rencana yang sepenuhnya memadai setelahnya. Hal tersebut harus membuat Tony Blair meminta maaf di depan media, "I feel deeply and sincerely in a way that no words can properly convey the grief and sorrow of those who lost ones they loved in Iraq - whether our armed forces, the armed forces of other nations or Iraqis. The intelligence assessments made at the time of going to war turned out to be wrong, the aftermath turned out to be more hostile, protracted and bloody than ever we imagined.... and a nation whose people we wanted to set free from the evil of Saddam became instead victims of sectarian terrorism. For all of this, I express more sorrow, regret and apology than you may ever know or can believe." (BBC, 2016). Kedua, saingan diplomatik, termasuk aktor negara dan non-negara (seperti organisasi teroris), dapat mencoba untuk meretas ke dalam sistem pemerintah dan mengekstrak informasi untuk diri mereka sendiri. Hal ini membutuhkan sistem yang lebih dari luar biasa untuk menangkap serangan para peretas. Sayangnya tidak semua negara memiliki sumber daya tersebut. Tidak hanya serangan para peretas, sistem komputerisasi juga rawan oleh serangan virus yang dapat dibuat dengan mudah. Pada akhir tahun 2019 Departemen Digital, Budaya, Media dan Olahraga ([Department for Digital, Culture, Media and Sports/DCMS](#)). Inggris mengumumkan bahwa hampir setengah dari bisnis Inggris mengalami pelanggaran keamanan Cyber atau serangan selama 12 bulan terakhir. Serangan cyber tersebut mengenai sebanyak 68% dari perusahaan berukuran sedang dan 75% dari perusahaan besar. Pebisnis saat ini cenderung mencari informasi dan panduan yang berkaitan dengan keamanan cyber—seperti yang disediakan oleh National Cyber Security Centre (NCSC) karena seperti yang dilaporkan oleh DCMS, bahwa satu dari lima perusahaan telah kehilangan uang atau data atau gangguan bisnis lainnya yang disebabkan oleh virus atau peretas (Scroton 2020). Tidak hanya perusahaan bisnis, kantor pemerintah Inggris juga [telah diretas oleh orang yang tidak bertanggung jawab](#). Ahli keamanan AS mengklaim bahwa sebuah kelompok hacker Iran bernama Iranian Revolutionary Guards telah merencanakan serangan cyber pada infrastruktur Inggris yang mencakup serangan DDoS secara acak. Serangan cyber tersebut mungkin didanai oleh pemerintah Iran juga terlibat dalam hacking ke beberapa jaringan pemerintah dan kantor pos. National Cyber Security Center mengklaim serangan tersebut telah mempengaruhi 32 perusahaan Inggris pada akhir 2018. Lebih dari catatan 10,824 anggota staf kantor pos telah diretas dan data internal telah banyak dibobol (Goud, Tanpa Tahun). Namun demikian, serangan pada dunia maya semacam ini tidak mudah dilacak lebih-lebih untuk mengatakannya tindakan agresi dari negara lain meski IP adress berasal dari negara tertentu. Hacker dapat melakukannya dari belahan dunia manapun dengan identitas yang disamarkan. Seperti yang terjadi Indonesia pada beberapa waktu lalu, Kedutaan Besar Inggris dituduh ikut menyebarkan hoaks mengenai adanya serangan siber terhadap server Komisi Pemilihan Umum. Sebelum tuduhan tersebut muncul, twitter resmi Kedutaan Besar Inggris di Indonesia, @UKinIndonesia meretweet cuitan akun yang didalamnya berisi informasi mengenai server KPU sedang diserang oleh peretas asing, Namun, ketika dikonfirmasi kembali oleh media lokal, Kedutaan Besar Inggris menjelaskan bahwa retweet tidak mewakili pandangan Inggris terhadap proses pemilu dan Inggris mengapresiasi proses elektoral yang dilakukan oleh KPU. Kedutaan pun menyampaikan bahwa mereka telah mengganti kata sandi twitter mereka demi menjaga keamanan. Penggantian kata sandi tersebut menumbuhkan kecurigaan bahwa akun mereka berhasil diretas oleh orang yang tidak bertanggung jawab (Jemadu, 2019). Apakah benar-benar diretas atau sebuah strategi politik?. Meski tidak dapat diketahui benar-benar asal usul dan

modusny, namun uapay untuk melacak serangan siber penting dilakukan demi mencegah hal-hal buruk terjadi, seperti serangan terorisme. Pada bulan Maret 2007, Scotland Yard melaporkan bukti bahwa para tersangka Al Qaeda telah merencanakan serangan dunia maya untuk menjatuhkan Internet di Inggris. Sejak 2001, Pentagon bahkan telah mengembangkan Komando Cyberspace untuk mengelola risiko serangan seperti itu diluncurkan, dan pada tahun 2006 menerbitkan Militer Strategi untuk Operasi Cyberspace. Baik Amerika dan Inggris mencurahkan sumber daya untuk memantau Internet dalam upaya untuk menemukan ancaman dari teroris atau lainnya (Westcott, 2008). Tantangan penggunaan teknologi ini tetap harus dilampaui karena dunia terus bergerak ke depan. Dengan demikian, Inggris memilih untuk terus mengembangkan dunia digital dan kemampuan sumber daya manusianya untuk menghadapi perubahan dunia dengan sehal kemungkinan dan risikonya. Referensi BBC. 2016. "Chilcot Report: Tony Blair's Iraq War Case Not Justified". <https://www.bbc.com/news/uk-politics-36712735> Jemadu, Liberty. 2019. "Dituding Sebar Hoaks Server KPU, Kedubes Inggris: Kami Sudah Ganti Sandi". Suara.com. <https://www.suara.com/teknologi/2019/04/18/174550/dituding-sebar-hoaks-server-kpu-kedubes-inggris-kami-sudah-ganti-sandi> Elliot. Hugh. 2017. "Digital Diplomacy: are we the champions?". <https://blogs.fco.gov.uk/guestpost/2017/03/30/digital-diplomacy-are-we-the-champions/> Fisher, Ali. 2009. "Four Seasons in One Day: The Crowded House of Public Diplomacy in the UK" dalam Nancy Snow & Phillip M. Taylor (eds.), Routledge Handbook of Public Diplomacy. Routledge. New York. Foreign and Commonwealth Office. Tanpa Tahun. Digital Strategy. <https://www.gov.uk/government/publications/the-fco-digital-strategy> Goud, Naveen. Tanpa Tahun. "Iran Cyber Attacks the UK". Cybersecurity INSIDER. <https://www.cybersecurity-insiders.com/iran-cyber-attacks-the-uk/> Pamment, James. 2016. British Public Diplomacy and Soft Power: Diplomatic Influence and The Digital Revolution. Palgrave Macmillan. Switzerland. Paris, Roland. 2013. "The Digital Diplomacy Revolution". OPENCANADA.ORG. <https://www.opencanada.org/features/the-digital-diplomacy-revolution/> Reuters. 2012. "Uk Says Iran Blocking Website In Censorship Battle". <https://gadgets.ndtv.com/internet/news/uk-says-iran-blocking-website-in-censorship-battle-224179> Scroton, Alex. 2020. "Almost half of UK businesses suffered a cyber attack in past year." ComputerWeekly.com. <https://www.computerweekly.com/news/252480582/Almost-half-of-UK-businesses-suffered-a-cyber-attack-in-past-year> Sivarajah, Uthayasankar & Vishanth Weerakkody. Barriers to Digital Diplomacy: Why Are Governments Slow in Adopting Technology? <https://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/barriers-to-digital-diplomacy/> Uthayasankar Sivarajah and Vishanth Weerakkody. (tanpa Tahun). "Barriers to digital diplomacy: why are governments slow in adopting technology?". LSE. London School of Economics and Political Science. <https://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/barriers-to-digital-diplomacy/> Waterloo Enterprise Social Media. 2018. "Digital Diplomacy-The British Way". <https://blogs.fco.gov.uk/guestpost/2017/03/30/digital-diplomacy-are-we-the-champions/>. Westcott, Nicholas. 2008. "Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations". Oxford Internet Institute, Research Report 16, July 2008. DAFTAR PUSTAKA Acar, A. and Murakami, Y. 2011. "Twitter for Crisis Communication: Lessons Learnt from Japan's Tsunami Disaster". International Journal of Web Based Communities. Adesina, Olubukola S. 2017. "Foreign Policy In An Era Of Digital Diplomacy". Cogent Social Sciences 3: 1297175. Doi: 10.1080/23311886.2017.1297175 Alec., J. Ross. 2012. "How Connective Tech Boosts Political Change". CNN News. <http://edition.cnn.com/2012/06/20/opinion/opinion-alec-ross-techpolitics/index.html> Al-Rawi, A. 2019. "US public diplomacy in the Middle East and the Digital Outreach Team". Place Branding and Public Diplomacy. doi:10.1057/s41254-019-00122-w. Al-Rawi, Ahmed Dan Jacob Groshek. 2018. "Jihadist Propaganda On Social Media: An Examination Of Isis Related Content On Twitter". International Journal Of Cyber Warfare And Terroris 8 (15). Doi: 10.4018/Ijcw.2018100101. Arsenault, A. 2009. "Public Diplomacy 2.0", 135-155 in Seib, P., (ed.) Toward a New Public Diplomacy: Redirecting U.S. Foreign Policy, New York: Palgrave Macmillan. Amr, Hady. 2016. The Need To Communicate: How To Improve U.S. Public Diplomacy With The Islamic World. The Saban Center For Middle East Policy At The Brookings Institution. BBC. 2016. "Chilcot Report: Tony Blair's Iraq War Case Not Justified". <https://www.bbc.com/news/uk-politics-36712735> Benamara, Farah, Diana Inkpen dan Maite Taboada. 2018. "Introduction to the Special Issue on Language in Social Media: Exploiting Discourse and Other Contextual Information". Computational Linguistics Volume 44, Number 4. doi:10.1162/colina.00333. Biro Perencanaan Dan Organisasi Sekretariat Jenderal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2013. Bjola, Cornelius dan Holmes, Marcus. 2015. Digital Diplomacy: Theory And Practice. London And New York: Routledge. Bradshaw, Samantha. 2015. "Digital Diplomacy - #Notdiplomacy". Center For International Governance Innovation. <https://www.cigionline.org/articles/digital-diplomacy-notdiplomacy> Diunduh 10 Oktober 2019. Chakraborty, K., Ed. (2013). Cultural Diplomacy Dictionary. Berlin: Academy For Cultural Diplomacy. Correa, Denzil, Leandro Araújo Silva, Mainack Mondal, Fabrício Benevenuto, Krishna P. Gummadi. 2015. "The Many Shades of Anonymity: Characterizing Anonymous Social Media Content". International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM). Cornelius Bjola dan Lu Jiang. 2015. "Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, U.S. and Japan in China". Dalam Cornelius Bjola dan Marcus Holmes (ed). Digital Diplomacy: Theory and Practice. London and New York: Routledge. Comfort, Louise K., 2000. "Disaster: Agent Of Diplomacy Or Change In International Affairs?". Journal Cambridge Review of International Affairs Vol. 14 2000. Craig Hayden. 2018. "Digital Diplomacy". Gordon Martel Ed. The Encyclopedia Of Diplomacy. John Wiley & Sons, Ltd. Published 2018 By John Wiley & Sons, Ltd. doi: 10.1002/9781118885154. Dpl0068. Cull, Nicholas J. 2013. "The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy." International Studies Review, Vol. 15, No. 1, March 2013, pp. 123-139. Dumčiuviene, Aušra. 2017. "Diplomacy: The Meaning Of Social Media To Public Diplomacy And Foreign Policy Of Lithuania". Lithuanian Foreign Policy Review Vol. 35 (2016). DOI: 10.1515/lfpr-2016-0025 Dwikardana, Sapta Ph.D. 2017. "Transformasi Strategi Diplomas di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomas Digital di Indonesia". Laporan Penelitian Mono Disiplin. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Elliot. Hugh. 2017. "Digital Diplomacy: are we the champions?". <https://blogs.fco.gov.uk/guestpost/2017/03/30/digital-diplomacy-are-we-the-champions/> Fisher,

Ali. 2009. "Four Seasons in One Day: The Crowded House of Public Diplomacy in the UK" dalam Nancy Snow & Phillip M. Taylor (eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. Routledge. New York. Foreign and Commonwealth Office. Tanpa Tahun. Digital Strategy. <https://www.gov.uk/government/publications/the-fco-digital-strategy>

Fitzpatrick, Kathy R. 2010. "US Public Diplomacy's Neglected Domestic Mandate". CPD Perspective on Public Diplomacy Paper 3. USC Center on Public Diplomacy: the Annenberg School. Futori, Hideshi. Tanp"Japan's Disaster Relief Diplomacy: Fostering Military Cooperation in Asia". *Asia Pasific Bulletin*. EastWestCenter.Org. Gazeta, Rossiyskaya, Kira Latukhina, dan Maxim Makarychev. 2013. "Russia Updates its Foreign Policy Concept". *Russia Beyond*. https://www.rbth.com/international/2013/02/25/russia_updates_its_foreign_policy_concept_23211.html

Gong, Chenzhuo, 2014. "Social Media and China's Public Diplomacy: A Path to the Future". Conference Paper: The 5th ECPR Graduate Students Conference, At Innsbruck, Austria. DOI: 10.13140/2.1.4384.1926

Glassman, James K. . 2008. "Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement". US Department of State Archive. <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm>

Gloria. 2017. "Diplomasi Harus Menjawab Tantangan Era Digital". <https://ugm.ac.id/id/berita/13925-diplomasi-harus-menjawab-tantangan-eradigital>

Grant, R. 2004. "The Democratization Of Diplomacy. Negotiating With The Internet". Oii Research Report. No. 5. Oxford: Oxford Internet Institute.

Grech, Olesya M . "Virtual Diplomacy : Diplomacy Of The Digital Age" . A Dissertation Presented To The Faculty Of Arts In The University Of Malta For The Degree Of Master Of Arts In Contemporary Diplomacy August 2006.

Government of Japan. " Abenomics Strives For Boosting Japan's Economy". <https://www.japan.go.jp/abenomics/about/>

Goud, Naveen. Tanpa Tahun. "Iran Cyber Attacks the UK". *Cybersecurity INSIDER*. <https://www.cybersecurity-insiders.com/iran-cyber-attacks-the-uk/>

Gurskas, Marius. 2016. "Diplomacy – New Form Of Contemporary Public Diplomacy?". *Politikos Mokslų Almanachas*. Vol 19. DOI: 10.7220/2335-7185.19.8

Ha, L, and E, James,. 1998. "Interactivity Reexamined; A Baseline Analysis Of Early Business Websites". *Journal of Broadcasting Electronic Media* .

Hanson, F. 2012. *Baked In And Wired: Ediplomacy@State*, Foreign Policy Paper Series No 30 (Pp. 1–41), Washington, Dc: Brookings Institution.

Hanson, Fergus. 2011. "The New Public Diplomacy". *Lowy Institute*. <http://www.LowyInstitute.Org/Publications/Digital-Dfat-Joining-21st-Century> .

Hartig, Falk. 2016. *Chinese public diplomacy: The rise of the Confucius Institute*. New York: Routledge.

Hashimoto, Yasuaki dan Akihiro Ohama. 2014. "The Role of Social Media in Emergency Response: The Case of the Great East Japan Earthquake". *NIDS Journal of Defense and Security*.

Hocking, Brian. 1998. "The End(s) of Diplomacy". *International Journal* Vol. 53, No. 1 (Winter, 1997/1998)

Hocking, Brian dan Jan Melissen 2015. "Diplomacy in the Digital Age". *Clingendael*. Netherland Institute for International Relations.

Holmes, Marcus, Ph.D. 2013." What Is e-Diplomacy?". Paper Prepared For The 2013 7theuropean Consortium For Political Research General Conference In Bordeaux.

Huang, Zhao Alexandre dan Rui Wang. 2019. "Building a Network to "Tell China Stories Well": Chinese Diplomatic Communication Strategies onTwitter". *International Journal of Communication* 13. (2019), 2984–3007

Idahosa, Stephen. 2017. "International Terrorism: The Influence Of Social Media In Perspective". *World Wide Journal Of Multidisciplinary Research And Development* 3 (10). Pp. 86-91.

Jemadu, Liberty. 2019. "Dituding Sebar Hoaks Server KPU, Kedubes Inggris: Kami Sudah Ganti Sandi". *Suara.com*. <https://www.suara.com/tekno/2019/04/18/174550/dituding-sebar-hoaks-server-kpu-kedubes-inggris-kami-sudah-ganti-sandi>

Kaigo, Muneo dan Leslie Tkach-Kawasaki. 2015. "Social Media for Enhancing Civil Society and Disaster Relief: Facebook Usage by Local Municipalities in Japan". *JeDEM* 7(1): 1-22, 2015 ISSN 2075-9517

Keputusan Menteri Luar Negeri Republik Indonesia No. 48/B/RO/I/2019/01 Tahun 2019 Tentang Peta Strategis dan Indikator Kinerja Utama Kementerian Luar Negeri Tahun 2019. Khatib, Lina, William Dutton dan Michael Thelwall . 2011. *Public Diplomacy 2.0: An Exploratory Case Study of the US Digital Outreach Team*. CDDRL WORKING PAPERS Number 120. Center on Democracy, Development, and The Rule of Law. Freeman Spogli Institute for International Studies.

Krishnan, A., Kurtzberg, T. R., & Naquin, C. E. 2014. *The Curse of the Smartphone: Electronic Multitasking in Negotiations*. *Negotiation Journal*, 30(2), 191–208. doi:10.1111/nej.12055 .

Kurniawati, Erna et.al. 2020. *Diplomasi Digital Kementerian Luar Negeri Indonesia melalui Facebook dan Twitter*. Laporan Penelitian Terapan LPPM UPN 'Veteran' Yogyakarta. Lewis, Dev. 2014. "Digital Diplomacy". <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>.

Lokibe, Makoto. Tanpa Tahun. "Fifty Years of Japanese Diplomacy. Japan's Diplomacy Series, Japan Digital Library, http://www2.jiia.or.jp/en/digital_library/japan_s_diplomacy.php

Loomis, Andrew (ed). 2018. *2018 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting*. United States Advisory Commission on Public Diplomacy.

Manor, I. and C. Segev. 2015."America's Selfie:How The US Portrays Itself On Its Social Media Accounts". dalam Bjola, C, and Holmes, M. (eds) *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. New York: Routledge.

Manor, Ilan. 2017. "The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology". Working Paper. *Exploring Digital Diplomacy* 1 .

Manor Ilan. 2018. "An Optimistic Research Agenda for Digital Public Diplomacy". USC Center on Public Diplomacy. <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/optimistic-research-agenda-digital-public-diplomacy>

Melissen, Jan ed. 2005. *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relation*. Palgrave MacMillan. Memorandum on Transparency and Open Government. 2009. <https://www.archives.gov/files/cui/documents/2009-WH-memo-on-transparency-and-open-government.pdf>

Ministry of Foreign Affairs Japan. 2020. "Drastically strengthening border measures related to novel coronavirus (COVID-19): Visa restriction"s. https://www.mofa.go.jp/ca/fna/page4e_001051.html

Ministry of Foreign Affairs Japan. 2020. "Strengthening border measures to prevent the spread of novel coronavirus (COVID-19): Suspension of visa exemption measures". https://www.mofa.go.jp/ca/fna/page4e_001052.html

Ministry of Health, Labour and Welfare. 2020. *About Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/newpage_00032.html

Mubah, A. Safril. 2019. "Japanese Public Diplomacy in Indonesia: The Role of Japanese Agencies in Academic Exchange Programs between Japan and Indonesia". *Global & Strategis*, Th. 13, No. 1 39. <http://dx.doi.org/10.20473/jgs.13.1.2019.37-50>

Nurmi, Maria . 2012. *Social Media In Public Diplomacy – Survey On The Social Media Communication of the Finnish Missions Abroad*. Master's

Thesis September 2012 Organizational Communication & Public Relations. Department Of Communication. University Of Jyväskylä. Pamment, James. 2013. *New Public Diplomacy In The 21st Century : a Comparative Study of Policy And Practice*. Routledge New Diplomacy Studies. London ; New York: Routledge. Pamment, James. 2016. *British Public Diplomacy and Soft Power: Diplomatic Influence and The Digital Revolution*. Palgrave Macmillan. Switzerland. Paris, Roland . 2013. "The Digital Diplomacy Revolution". OPENCANADA.ORG. <https://www.opencanada.org/features/the-digital-diplomacy-revolution/> Presidential Executive Office. 2012. "Meeting With Russian Ambassadors And Permanent Representatives In International Organisations". <http://en.kremlin.ru/events/president/news/15902> Rashica, Viona . 2018. "The Benefits And Risks Of Digital Diplomacy". SEEU Review Volume 13 Issue 1 . Renken, Wiekke. 2014. "Social Media Use in Public Diplomacy A Case Study of the German Missions' Facebook use Thesis MSc in Strategic Public Relations". Thesis. Lund University. Reuters. 2012. "Uk Says Iran Blocking Website In Censorship Battle". <https://gadgets.ndtv.com/internet/news/uk-says-iran-blocking-website-in-censorship-battle-224179> Rybalko, S., & Seltzer, T. 2010. "Dialogic Communication in 140 Characters or less: How Fortune 500 Companies Engage Stakeholders Using Twitter". *Public Relations Review*. 36 (4), 336-341. Sa'diyah, Halimatus. 2016. "Jokowi Dorong Kebijakan Ekonomi Negara G-20 tak Merugikan". *Republika.co.id*. <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/09/05/od0ykm382-jokowi-dorong-kebijakan-ekonomi-negara-g20-tak-merugika> n. Salenius, Sophia. 2014. "The UN Must Radically Alter Strategy in Fight Against Ebola". *HuffPost*. https://www.huffingtonpost.co.uk/sophia-salenius/ebola-un_b_5835504.html Sandre, Andreas. 2013. *Twitter For Diplomats*. Jenewa and Roma: Diplofoundation And Istituto Diplomatico. Scroxtton, Alex . 2020. "Almost half of UK businesses suffered a cyber attack in past year." *ComputerWeekly.com*. <https://www.computerweekly.com/news/252480582/Almost-half-of-UK-businesses-suffered-a-cyber-attack-in-past-year> Sevin, Efe dan Usadiana Ingenhoff. 2018. "Public Diplomacy On Social Media: Analyzing Networks And Content". *International Journal Of Communication*. 12(2018), 3663-3685. Shakirov, Oleg. 2013. "Russian Soft Power Under Construction". *E International Relations*. <https://www.e-ir.info/2013/02/14/russian-soft-power-under-construction/> Shoman, Haitham ,Emilie Karafillakis dan Salman Rawaf. 2017. "The Link Between The West African Ebola Outbreak And Health Systems In Guinea, Liberia And Sierra Leone: a Systematic Review". *Global Health*. 2017; 13: 1. Published online 2017 Jan 4. doi: 10.1186/s12992-016-0224-2 Simons, G.2014. "Russian Public Diplomacy In The 21st Century: Structure, Means And Message". *Public Relations Review*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.03.002> Simunjak, Maja dan Alessandro Caliandro. 2019. "Twiplomacy in the age of Donald Trump: Is the diplomatic code changing?". *The Information Society An International Journal*. Volume 35, 2019 - Issue 1. Sivrajah, Uthayasankar & Vishanth Weerakkody. *Barriers to Digital Diplomacy: Why Are Governments Slow in Adopting Technology?* <https://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/barriers-to-digital-diplomacy/> Soeya Y. 2015. "The Evolution of Japan's Public Diplomacy: Haunted by Its Past History", dalam Melissen J., Sohn Y. (eds) *Understanding Public Diplomacy in East Asia*. Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy. Palgrave Macmillan, New York. DOI https://doi.org/10.1057/9781137532299_5. Solomon, Richard H. (1997). *The Information Revolution And International Conflict Management* [Online]. United States Institute Of Peace. Available From: http://www.usip.org/Pubs/Peaceworks/Virtual18/Inforev_18.html Diunduh 12 Desember 2019. Smith, Gordon S. 1999. *Reinventing Diplomacy: A Virtual Necessity* [Online]. United States Institute Of Peace. Available From: <http://www.usip.org/Virtualdiplomacy/Publications/Reports/Gsmithisa99.html#Note1>. Stanislaus, Warren A. 2017. "Japan House: Tokyo's New Public Diplomacy Push." *The Diplomat*. <https://thediplomat.com/2017/07/japan-house-tokyos-new-public-diplomacy-push>. United States Institute Of Peace. 2006. "Virtual Diplomacy". <http://www.usip.org/Prg/Virtualdiplomacy/About.html>. Diunduh 12 Desember 2019. Uthayasankar Sivrajah and Vishanth Weerakkody. (tanpa Tahun). "Barriers to digital diplomacy: why are governments slow in adopting technology?". LSE. London School of Economics and Political Science. <https://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/barriers-to-digital-diplomacy/> Verrekia, Bridget, "Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations" (2017). Independent Study Project (ISP) Collection. 2596. https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2596 Wang, Weijin. Tanpa Tahun. "Analysis on China's Cyber Diplomacy". http://dspace.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/12507/10-14_3_159-Wang.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Waterloo Enterprise Social Media. 2018. "Digital Diplomacy-The British Way". <https://blogs.fco.gov.uk/guestpost/2017/03/30/digital-diplomacy-are-we-the-champions/>. Weimann, Gabriel. 2014. "New Terrorism And New Media". Wilson Center. https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/Stip_140501_New_Terrorism_F_0.Pdf . Weizhun, M. and Q. Tianshu. 2005. "Disaster Diplomacy: A New Diplomatic Approach?". *Shanghai Institute For International Studies International Review*, Spring 2005, pp. 111-124. Westcott, Nicholas. 2008. "Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations". Oxford Internet Institute, Research Report 16, July 2008. Westcott, Nicholas. 2018. "Digital Diplomacy: The Impact Of The Internet On International Relations". Oxford Internet Institute, Research Report 16, July 2008. Yamada, Yoshiko dan Daniel Clausen, 2014. "Japan's Disaster Diplomacy: Pragmatism, Peace and Activism". *Diplomatic Courier*. Zaharna, R. S. . 2015. "From Pinstripes to Tweets". *The Cairo Review of Global Affairs*. <https://www.thecaireview.com/essays/from-pinstripes-to-tweets/> Glosarium Abu Ghraib adalah penjara yang terletak di Abu Ghraib, Irak. [Penjara ini menjadi terkenal di dunia internasional sebagai tempat pemerintah Saddam Hussein menyiksa dan menghukum mati para pembangkang](#). Abu Ghraib kemudian menjadi sebuah skandal penyiksaan terhadap para tahanan oleh Amerika setelah mengambil alih Abu Ghraib pasca tertangkapnya Saddam Hussein. [Kasus penyiksaan oleh militer Amerika Serikat terhadap para pembangkang Irak ini terungkap dalam serangkaian foto yang disebar di media massa di seluruh dunia](#). Arab Spring [adalah gelombang revolusi unjuk rasa dan protes yang terjadi di dunia Arab. Protes ini menggunakan teknik pemberontakan sipil dalam kampanye yang melibatkan serangan, demonstrasi, pawai, dan pemanfaatan media sosial, seperti Facebook, Twitter, YouTube, dan Skype, untuk mengorganisir, berkomunikasi, dan meningkatkan kesadaran terhadap usaha-usaha penekanan dan penyensoran Internet oleh pemerintah](#) Check Book Diplomacy adalah diplomasi dengan menggunakan bantuan ekonomi dan investasi antar negara sebagai alat diplomatik Disaster diplomacy atau diplomasi

bencana adalah kegiatan diplomasi yang terkait dengan bencana yang tidak hanya dalam urusan internasional dan hubungan internasional, tetapi juga konflik politik yang tidak melibatkan lebih dari satu negara. Diplomasi bencana juga mencakup definisi luas tentang 'bencana', tidak hanya peristiwa yang timbul dengan cepat seperti gempa bumi dan kecelakaan industrial, tetapi juga peristiwa yang lebih tersebar dalam ruang dan waktu yang seperti kekeringan, epidemi dan perubahan global. Jianghao zhongguo gushi adalah Diplomasi publik yang ditujukan untuk menceritakan hal-hal yang baik mengenai negara (Cina) Gastro Diplomacy adalah [diplomasi budaya yang menggunakan makanan sebagai sarana untuk meningkatkan brand awareness bangsa.](#) [Gastrodiplomasi adalah instrumen untuk menciptakan pemahaman lintas budaya dengan harapan meningkatkan interaksi dan kerja sama internasional](#) Protokol Gopher adalah sebuah program komputer yang dikembangkan pada akhir 1980-an untuk menyediakan mekanisme agar mahasiswa dan staf pengajar di Universitas Minnesota pada waktu itu mudah mengakses dokumen. Protokol ini menggunakan model operasi klien / server, di mana server memberikan tautan ke sumber terkait seperti file atau program yang diakses pengguna dengan perangkat lunak yang menampilkan opsi bagi pengguna / klien untuk memilih. Timid Polyphonic adalah ekspresi yang menunjukkan praktek komunikasi institusi Cina yang ketat oleh sensor Partai Komunis Cina. Ia juga dapat dipahami sebagai upaya proaktif Cina untuk menunjukkan, mempromosikan dan mendukung event tertentu tanpa mengabaikan batasan-batasan yang telah ditetapkan oleh pemerintah Cina (sensor). Twidiplomacy adalah diplomasi dengan mempergunakan Twitter Dr. Iva Rachmawati adalah [staf pengajar](#) pada [Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UPN 'Veteran' Yogyakarta.](#) Menulis buku mengenai Diplomasi Publik, Perkembangan Teori HI dan Politik Luar Negeri Jepang serta sejumlah artikel dalam jurnal ilmiah dengan topik diplomasi publik, diplomasi perbatasan, diplomasi budaya dan turisme perbatasan. Menerima hibah riset dari KemenristekDikti untuk bidang Diplomasi, Studi Perbatasan dan Pengembangan Kawasan Perbatasan. Dr. Machya Astuti Dewi adalah [staf pengajar](#) pada [Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UPN 'Veteran' Yogyakarta.](#) Menulis buku dan sejumlah artikel ilmiah mengenai diplomasi, nation branding, studi perbatasan dan turisme perbatasan. Menerima hibah dari KemenristekDikti untuk bidang kajian terkait perbatasan dan pengelolaan kawasan perbatasan, nation branding serta studi gender. Erna Kurniwati, M.Si adalah [staf pengajar](#) pada [Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UPN 'Veteran' Yogyakarta.](#) Menulis sejumlah artikel ilmiah mengenai diplomasi dan keamanan. 1 2 4 5 6 9 10 11 12 13 14 16 17 18 19 20 21 22 23 25 27 28 29 30 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 44 45 46 47 49 50 51 52 53 54 56 58 59 60 61 62 63 64 65 66 70 72 74 75 76 77 78 79 82 83 84 85 86 88 89 90 91 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 111 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 125 126 127 128 129 130 131 133 135 136 137 138 139 141 142 145 146 147 149 150 151 153 156 157 158 159 161 162 163 164 166 167 169 170 173 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 x x x x