



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

Diplomasi Publik Amerika Serikat
terhadap Indonesia melalui @america

Skripsi

Oleh

Theovilia Esterine Siregar

2017330196

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

Diplomasi Publik Amerika Serikat
terhadap Indonesia melalui @america

Skripsi

Oleh

Theovilia Esterine Siregar

2017330196

Pembimbing

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Theovilia Esterine Siregar
Nomor Pokok : 2017330196
Judul : Diplomasi Publik Amerika Serikat terhadap
Indonesia melalui @america

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 13 Juli 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marshell Adi Putra, S.IP., MA.

: 

Sekretaris

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

: 

Anggota

Prof. Sukawarsini Djelantik, MIS., Ph.D :

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Theovilia Esterine Siregar
NPM : 2017330196
Program Studi : Hubungan Internasional
Judul : Diplomasi Publik Amerika Serikat terhadap Indonesia
melalui @america

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 20 Juni 2023



Theovilia Esterine Siregar

ABSTRAK

Nama : Theovilia Esterine Siregar
NPM : 2017330196
Judul : Diplomasi Publik Amerika Serikat terhadap Indonesia melalui
@america

Tragedi 9/11 yang mendorong terbentuknya *War on Terror* memunculkan citra buruk akan AS dari dunia Muslim, termasuk Indonesia. Untuk memperbaiki citra negaranya di mata masyarakat Indonesia, salah satu upaya AS pada pemerintahan Obama adalah dengan mendirikan @america sebagai pusat kebudayaan AS di Jakarta yang berada di bawah naungan Kedutaan Besar AS di Indonesia. Pusat kebudayaan @america hadir sebagai instrumen diplomasi publik AS yang bertujuan tidak hanya membuka ruang untuk mengakses pengetahuan dengan mudah, tetapi juga sekaligus meningkatkan citra baik AS di mata masyarakat Indonesia. Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis membuat pertanyaan penelitian “Bagaimana upaya-upaya pemerintah Amerika Serikat dalam melaksanakan diplomasi publiknya di Indonesia melalui @america?” Guna menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan konsep diplomasi multi-jalur yang meliputi jalur aktor non-negara, masyarakat, dan pendidikan. Selain itu, penulis juga menggunakan konsep tiga dimensi dan tipe diplomasi publik yaitu hubungan jangka panjang dan diplomasi kultural. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengandalkan data teks dan dokumen, serta analisis gambar dan video. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa upaya-upaya pemerintah AS dalam melakukan aktivitas diplomasi publiknya di Indonesia melalui @america terlihat dari keberhasilan pelaksanaan program-program @america. Keberhasilan ini diukur dari respon positif serta jumlah dari pengunjung yang datang ke @america yang bertambah tiap tahunnya sejak hari pertama dibuka. Aktor-aktor non-negara juga turut berperan dalam pelaksanaan diplomasi publik AS melalui @america dengan menjadi narasumber dalam berbagai macam program yang dilaksanakan di @america. Program-program kemudian ini meliputi penyediaan informasi pendidikan tinggi di AS, kegiatan kunjungan sekolah, lokakarya dan seminar, mempromosikan musik AS melalui konser, serta penampilan dan diskusi seni.

Kata kunci: Diplomasi publik, Diplomasi multi-jalur, @america, Amerika Serikat, Indonesia

ABSTRACT

Name : Theovilia Esterine Siregar
NPM : 2017330196
Title : The United States Public Diplomacy to Indonesia through
@america

The 9/11 tragedy that had pushed the establishment of the “War on Terror” policy raised a bad image of the US from the Muslim world, including Indonesia. To improve the country's image in the eyes of the Indonesian people, one of the US attempts under the Obama administration was establishing @america as an American cultural center in Jakarta under the auspices of the US Embassy in Indonesia. The cultural center of @america was built as an instrument of the US public diplomacy which aims not only to create a space for everyone to have easy access to knowledge, but also to enhance the good image of the US in the eyes of the Indonesian people. Based on this statement, the author has created a research question "How are the United States' efforts on doing its public diplomacy in Indonesia through @america?" In order to answer this question, the author uses the concept of multi-track diplomacy which includes non-state actors, society, and education. In addition, the author also uses the three-dimensional concept and types of public diplomacy, namely long-term relations and cultural diplomacy. This study uses qualitative methods by relying on text and document data, as well as image and video analysis. Based on the research that has been done, it could be concluded that the US' efforts on doing its public diplomacy in Indonesia through @america are seen in the success of the @america's programs. The success is measured from the positive responses and the amount of the @america's visitors that have increased every year since its opening day. Non-state actors also play a role in the practice of the US public diplomacy through @america as speakers or resource person in @america's programs. These programs include providing informations on the US higher education, school visits, workshops and seminars, promoting the US music through concerts, along with performing arts and discussions.

Key words: *Public diplomacy, Multi-track Diplomacy, @america, United States, Indonesia*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya, penelitian yang berjudul “Diplomasi Publik Amerika Serikat terhadap Indonesia melalui @america” dapat terselesaikan. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Adapun penelitian ini membahas mengenai diplomasi publik yang AS lakukan pasca tragedi 9/11 melalui program-program @america guna memperbaiki citra negara. Melalui @america, masyarakat Indonesia tidak hanya dapat mengakses edukasi dan menikmati hiburan secara gratis, tetapi juga berkontribusi dalam diplomasi publik AS dan turut berperan dalam mempererat hubungan kedua negara.

Setelah penelitian selesai dilakukan, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam berbagai hal dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis secara terbuka menerima berbagai jenis masukan, kritik, serta saran dari pihak manapun untuk dapat membantu dalam penyempurnaan penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan khususnya akademisi Ilmu Hubungan Internasional. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Bandung, 20 Juni 2023,

Theovilia Esterine Siregar

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat beberapa hambatan yang mungkin tidak dapat dilewati jika tidak adanya dukungan, saran, doa, dan seluruh bentuk bantuan dari banyak pihak. Dengan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua yang turut membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan cukup.

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Orang tua penulis, mami dan papi, yang sedari awal tidak berhenti menemani dan memotivasi hingga skripsi ini bisa selesai. Banyak sekali segala bentuk bantuan yang telah diberi, kata terima kasih tidak akan pernah cukup untuk diucapkan.
3. Dosen pembimbing penulis, Jessica Martha, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk membantu membimbing selama proses pengerjaan skripsi.
4. Eyang kung dan eyang uti, terima kasih sudah menjadi salah satu sumber dukungan paling besar selama ini. Sebentar lagi aku pulang ya, kung.
5. Saudari-saudari penulis, Tesa, Rere, Gina, terima kasih sudah mendengar keluh kesah dan terus menemani serta menjadi penyemangat penulis.
6. Sahabat penulis, Tesa, terima kasih sebesar-besarnya karena sudah menjadi *safe space* selama ini. *No words can truly express how grateful I am that you exist.*
7. Sahabat-sahabat kampus, Shania, Shander, Jessica, Tia, Sekar, Mayang, terima kasih sudah menemani selama tahun-tahun kuliah dan menjadi sumber

kebahagiaan. *Thank you for always reminding me that I'm never alone. I don't think I could survive if it's not because of each one of you.*

8. *Internet friends*, terima kasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah dan selalu menemani di dunia maya.
9. Teman-teman, keluarga, dan seluruh pihak lain yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih telah membantu dan mendukung terus penulis selama proses pengerjaan skripsi ini hingga bisa selesai.
10. *Myself. Glad you didn't leave.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.2.1 Pembatasan Masalah	9
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Kajian Pustaka	11
1.5 Kerangka Penelitian	16
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	22
1.6.1 Metode Penelitian Data	22
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	22
1.7 Sistematika Pembahasan	23
BAB II	24
KERJASAMA AMERIKA SERIKAT-INDONESIA DALAM BIDANG PENDIDIKAN DAN BUDAYA	24
2.1 Hubungan Diplomatik AS-Indonesia pada Pemerintahan Obama	25
2.2 Kerjasama AS-Indonesia pada Pemerintahan Obama	30
2.2.1 Terbentuknya Kemitraan Komprehensif	32
2.2.2 Terbentuknya Kemitraan Strategis	34
2.3 Diplomasi Publik AS terhadap Indonesia di Bidang Pendidikan dan Budaya ...	38
2.3.1 Program-program Beasiswa dan Pertukaran Pelajar	39
2.3.2 Mempromosikan Batik	42
2.3.3 <i>American Spaces</i> di Indonesia	44
2.4 @america Sebagai <i>American Center</i> di Indonesia	47

BAB III	51
DIPLOMASI PUBLIK AMERIKA SERIKAT TERHADAP INDONESIA MELALUI @AMERICA	51
3.1 Peran @america sebagai Instrumen Diplomasi Publik AS	52
3.2 Menyediakan Informasi untuk Mempromosikan Pendidikan Tinggi di Amerika Serikat	55
3.3 Menyediakan Ruang untuk kegiatan <i>School Visit</i>	59
3.4 Menghadirkan Lokakarya dan Seminar Melalui iLearn@america	66
3.5 Mempromosikan Musik AS Melalui Tribute@america	68
3.6 Penampilan dan Diskusi Mengenai Seni AS dan Indonesia	73
BAB IV	79
KESIMPULAN	79
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Sembilan Jalur Dalam Diplomasi Multi-jalur.....	19
Gambar 2.1. Tabel Jumlah Pelajar Indonesia yang Belajar di AS	40
Gambar 3.1. Kegiatan <i>School Visit</i> ke @america oleh STAI Nurul Iman	60
Gambar 3.2. Kegiatan <i>School Visit</i> ke @america oleh SMAN 08 Tangerang Selatan ...	62
Gambar 3.3. iLearn@america: Photography Workshop dengan Arbain Rambey	66
Gambar 3.4. Konser Tribute@america: Nirvana	69
Gambar 3.5. Konser Tribute@america: The Carpenters	71
Gambar 3.6. Penampilan Tari oleh Didik Nini Thowok dan Michael Breslin	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang signifikan tentu mempengaruhi adanya perubahan dalam hubungan internasional. Pembahasan dalam hubungan internasional yang semula hanya sebatas isu-isu tradisional seperti keamanan nasional, militer, dan negosiasi antar aktor negara mulai berkembang seiring waktu. Seperti di abad ke-21 saat ini, isu-isu ekonomi, budaya, pendidikan dan isu-isu nontradisional lainnya semakin relevan dan penting dibahas serta digunakan negara-negara untuk berdiplomasi. Selain itu, aktor-aktor non-negara seperti individu maupun organisasi juga memiliki peran penting untuk membangun relasi antarnegara.¹

Dalam membangun dan memelihara suatu hubungan antarnegara yang baik, diplomasi memang menjadi aspek yang paling penting bagi negara-negara terkait untuk saling memenuhi kepentingan nasionalnya masing-masing. Di era yang mana masyarakat dunia sudah semakin terhubung seperti sekarang, praktik diplomasi sendiri tentu mengalami perubahan yang hebat. Praktik diplomasi yang dulu hanya dibatasi diplomasi *government-to-government* yang bersifat formal kemudian bergeser ke praktik diplomasi yang melibatkan masyarakat dan organisasi-organisasi. Diplomasi *government-to-people* maupun *people-to-people* menjadi

¹ Olubukola S. Adesina, "Foreign policy in an era of digital diplomacy," *Cogent Social Sciences* 3, no. 1 (Maret 2017): 2.

semakin umum dipraktikkan negara-negara dalam membangun relasi, diplomasi ini pun disebut juga dengan diplomasi publik. Berbeda diplomasi tradisional yang berporos pada perananan aktor antarnegara, diplomasi publik turut melibatkan masyarakat asing dalam pelaksanaan diplomasinya dengan cara membuka ruang komunikasi.² Selain itu, diplomasi publik juga bertujuan untuk membangun hubungan antarnegara lebih erat dan juga menjadi instrumen bagi suatu negara untuk menyebarkan citra positif dari negara tersebut di mata masyarakat negara tujuan.

Dalam pelaksanaannya, pertukaran budaya maupun pelajar, membangun dan memelihara pusat budaya, serta memperkenalkan bahasa dapat menjadi alat-alat bagi suatu negara untuk melakukan diplomasi publik. Selain untuk membentuk opini masyarakat asing terhadap suatu negara, dilakukannya diplomasi publik juga sekaligus digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan nilai-nilai dari suatu negara, seperti budaya, pariwisata, pendidikan, lingkungan, dan isu-isu non-tradisional lainnya. Oleh sebab itu, diplomasi publik berkaitan dengan konsep *soft power*, yang merupakan suatu kemampuan untuk membujuk pihak lain untuk melakukan apa yang diinginkannya tanpa pemaksaan.³

Adanya *soft power* yang dilakukan juga bertumpu pada kemampuan suatu negara untuk membentuk preferensi atau opini dari masyarakat asing terhadap negara tersebut.⁴ Diplomasi publik yang menjadi instrumen *soft power* merupakan

² 4 Jan Melissen, ed., *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, (New York: Palgrave Macmillan, 2005), 22.

³ Joseph S. Nye, Jr., "Public Diplomacy and Soft Power," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (Maret 2008): hal. 94, <https://doi.org/https://www.jstor.org/stable/i25097989>.

⁴ *Ibid*, hal. 95

salah satu cara suatu negara untuk mencoba menarik perhatian masyarakat asing untuk memiliki opini positif sekaligus memperkenalkan nilai-nilai dari negara tersebut, seperti budaya, pendidikan, politik, ekonomi, dan lain sebagainya. Salah satu negara yang menggunakan strategi ini adalah Amerika Serikat. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan praktik diplomasi, AS melakukan diplomasinya terhadap Indonesia, terkhusus di bidang pendidikan dan budaya, untuk mencapai kepentingan nasional mereka, turut membangun dan memelihara relasi antar kedua negara tersebut, serta menciptakan citra positif dari masyarakat Indonesia.

Pasca serangan gedung *World Trade Center* (WTC) pada 11 September 2001 silam, hubungan Amerika Serikat dengan negara-negara Islam maupun negara-negara yang berdominasi masyarakat Muslim tentu mengalami perubahan. Tragedi yang mengatasnamakan Islam tersebut pun memunculkan *War on Terror* yang diciptakan pemerintah Amerika Serikat setelah kejadian “9/11” yang menargetkan kelompok terorisme bersenjata di negara-negara Islam, salah satunya adalah Al-Qaeda.⁵ Selang beberapa minggu setelah tragedi tersebut terjadi, penyerangan yang Amerika Serikat lakukan terhadap Afghanistan dan Irak yang merupakan negara-negara Islam. Hal ini tentu semakin mempertegang relasi Amerika Serikat dengan negara-negara Islam dan membentuk persepsi buruk terhadap masyarakat global bahwa Amerika Serikat merupakan negara yang tidak cinta damai.

Tragedi 9/11 kemudian juga memunculkan sentimen buruk terhadap

⁵ History.com Editors, “A Timeline of the U.S.-Led War on Terror,” History (A&E Television Networks, 1 Februari, 2019), <https://www.history.com/topics/21st-century/war-on-terror-timeline>.

masyarakat Muslim di Amerika Serikat yang membuat mereka mengalami berbagai macam diskriminasi. Hingga saat ini, Islamofobia di Amerika Serikat tak kunjung juga berhenti dan masih berkembang. Jumlah kejahatan rasial terhadap Muslim di Amerika Serikat terus melonjak setelah serangan 9/11, di mana pada tahun 2000, hanya ada 28 kasus yang tercatat, sedangkan pada tahun 2001, bertambah jauh menjadi 481 kasus.⁶ Bahkan setelah satu dekade setelah tragedi 9/11, para wisatawan Muslim Amerika mengatakan bahwa mereka masih mengalami diskriminasi dan sentimen negatif yang dilakukan atas agama Islam.⁷ Hal ini tentu masih menjadi salah satu kecemasan untuk masyarakat negara asing yang beragama Islam untuk berkunjung ke Amerika Serikat. Ini pun kemudian membuat citra Amerika Serikat sendiri menjadi buruk di mata masyarakat asing.

Telah memelihara hubungan diplomasi yang baik sejak 1949, Amerika Serikat berusaha mempertahankan relasinya dengan Indonesia setelah terjadinya serangan 9/11, mengingat Indonesia merupakan negara dengan 87% populasinya adalah masyarakat Muslim.⁸ Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kunjungan presiden ke-44 Amerika Serikat, Barack Obama, ke Indonesia pada tahun 2010 yang kemudian mendapat perhatian penuh dan respon positif dari masyarakat Indonesia.⁹ Sebagai bentuk untuk mempererat relasi Amerika Serikat dengan

⁶ Elly Belle, "Yes, 9/11 Did Cause An Increase In Islamophobia," How 9/11 Caused An Increase In Islamophobic Hate Crimes (Refinery29, 11 September, 2020), <https://www.refinery29.com/en-us/2020/09/10019797/islamophobia-after-911-september-11-hate-crimes>.

⁷ Kari Huus, "Muslim Travelers Say They're Still Saddled with 9/11 Baggage," NBCNews.com (NBCUniversal News Group, September 13, 2011), <https://www.nbcnews.com/id/wbna44334738>.

⁸ R. Hirschmann, "Indonesia: Religion Breakdown Population," Statista, 29 April, 2020, <https://www.statista.com/statistics/1113891/indonesia-share-of-population-by-religion/>.

⁹ Hendra Pasuhuk, "Obama Returns to Indonesia, His Childhood Home," ed. Arun Chowdhury (Deutsche Welle, 10 November, 2010), <https://www.dw.com/en/obama-returns-to-indonesia-his-childhood-home/a-6205555>.

Indonesia, Duta Besar Amerika Serikat untuk Indonesia, Scot Marciel, dan Wakil Menteri Luar Negeri untuk Diplomasi Publik dan Urusan Publik saat itu, Judith McHale, kemudian juga meresmikan sebuah pusat kebudayaan Amerika Serikat yang dinamakan @america.¹⁰

Amerika Serikat sendiri memiliki sebuah program yang dinamakan *American Spaces*, yang dicetuskan oleh Judith McHale sendiri, yang bertujuan menjadi sebuah media untuk melakukan diplomasi dengan target yaitu masyarakat negara lain.¹¹ Terdapat beberapa bentuk dari program *American Spaces* sendiri, di antaranya, *Binational Centers*, *Libraries and Information Resource Centers*, *American Centers*, dan *American Corners*.¹² Diplomasi publik yang dilakukan Amerika Serikat terhadap Indonesia adalah dengan dibangunnya @america yang merupakan salah satu bentuk dari *American Center*.¹³ Hadirnya @america yang khusus dibangun di Indonesia menjadi bukti pemerintah AS melakukan diplomasi *government-to-people* dan *people-to-people* yang menargetkan masyarakat Indonesia. Melalui @america, publik dapat dengan mudah mengakses berbagai macam informasi tentang AS dan pemerintah AS dapat mempromosikan negaranya untuk mendapatkan opini positif dari masyarakat Indonesia serta menciptakan relasi baik dengan pemerintah Indonesia.

¹⁰ Norimitsu Onishi, "U.S. Updates the Brand It Promotes in Indonesia," *The New York Times* (*The New York Times*, 5 Maret, 2011), <https://www.nytimes.com/2011/03/06/world/asia/06indonesia.html>.

¹¹ "Our History," *Managing American Spaces* (U.S. Department of State), diakses 20 Maret, 2021, <https://americanspaces.state.gov/about-us/history/>.

¹² *Ibid.*

¹³ "About @America," *Situs Resmi @america*, diakses 23 Maret, 2021, <https://www.atamerica.or.id/en/about>.

1.2 Identifikasi Masalah

Kampanye militer “War on Terror” yang diperkenalkan pada masa pemerintahan presiden Amerika Serikat ke-43, George W. Bush, setelah terjadinya serangan 11 September 2001 atau 9/11 memunculkan berbagai macam dampak terhadap negara-negara Islam dan negara-negara mayoritas Muslim di dunia. Mulai dari perubahan politik domestik di sejumlah negara Muslim, adanya radikalisasi beberapa sektor Muslim, sampai munculnya sentimen negatif terhadap Amerika Serikat di mata negara-negara Muslim.¹⁴ Terjadinya serangan terhadap Afghanistan yang dilakukan beberapa minggu setelah Bush mengumumkan “War on Terror” membuktikan bahwa Amerika Serikat menggunakan *hard power* sebagai respon balasan. Diikuti serangan-serangan lanjutan pada tahun-tahun berikutnya, penggunaan *hard power* oleh Amerika Serikat pada masa pemerintahan Presiden Bush makin terlihat jelas. Hal ini kemudian menimbulkan citra negatif Amerika Serikat di mata internasional sebab tindakan yang dilakukan Amerika Serikat dinilai ofensif. Selain itu, Islamofobia yang sudah ada sejak sebelum tragedi 9/11 di Amerika Serikat terjadi menjadi semakin menjamur dan mengancam kehidupan masyarakat Muslim yang tidak hanya tinggal di Amerika Serikat, tetapi juga di negara-negara Muslim lainnya.

Berbeda dengan Bush, pada masa pemerintahan Obama, adanya niat baik untuk merangkul masyarakat Muslim di Amerika Serikat dan dunia dapat terlihat. Dalam pidatonya di Universitas Kairo pada tahun 2009 silam, Obama

¹⁴ Angel M. Rabasa et al., “The Muslim World after 9/11,” in *The Muslim World after 9/11*, 1st ed. (Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2004), hal. 51, <https://www.jstor.org/stable/10.7249/mg246af>.

menyampaikan bahwa Amerika Serikat ingin membangun permulaan baru dengan negara-negara Islam di seluruh dunia yang didasarkan pada kepentingan bersama dan saling menghormati (*mutual interest and mutual respect*), serta bahwa Amerika Serikat dan negara-negara Islam tidak perlu bertentangan, terlebih lagi bersaing satu dengan yang lain (*exclusive and need not be in competition*).¹⁵ Obama juga turut mengingatkan bahwa Amerika Serikat dan masyarakat Muslim di seluruh dunia dapat berbagi prinsip yang sama, yaitu dengan adanya keadilan, kemajuan, serta toleransi bagi seluruh manusia di dunia.¹⁶ Dalam pidato Obama tersebut, adanya diplomasi publik dilakukan Amerika Serikat sebagai cara untuk mengubah pandangan negatif masyarakat Muslim di seluruh dunia terhadap Amerika Serikat.

Sebagai negara dengan masyarakat yang bermayoritas Muslim dan negara yang telah menjalin hubungan bilateral sejak 1949, Indonesia menjadi target bagi Amerika Serikat untuk lebih mempererat hubungan kedua negara setelah tragedi 9/11, serta mengubah citra negatif menjadi positif mengenai Amerika Serikat di mata masyarakat Indonesia. Setelah kejadian 11 September 2001 dan munculnya “War on Terror,” masyarakat Indonesia cenderung memandang Amerika Serikat secara negatif, yang mana dianggap oleh kelompok-kelompok Islam radikal sebagai perang melawan Islam dan telah mengangkat anti-amerikanisme di Indonesia.¹⁷ Ini pun dibuktikan dengan laporan yang diunggah oleh *Pew Research Center*, yang

¹⁵ “Remarks by the President at Cairo University, 6-04-09,” National Archives and Records Administration (Obama White House), diakses 29 Maret, 2021, <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/remarks-president-cairo-university-6-04-09>.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Merlyana Lim, “Islamic Radicalism and Anti-Americanism in Indonesia: The Role of the Internet,” *Policy Studies*, 2005, hal. 2, <https://www.eastwestcenter.org/publications/islamic-radicalism-and-anti-americanism-indonesia-role-internet>.

mana persentase pandangan baik masyarakat Indonesia terlihat baik dengan 75% pada tahun 1999-2000 akhirnya menurun setelah tragedi 9/11 terjadi.¹⁸ Pandangan baik terhadap AS di Indonesia juga terus turun hingga tahun 2002 mencapai 61% dan semakin buruk pada tahun 2003 dengan persentase menjadi 15% saja.¹⁹

Anti-amerikanisme di Indonesia semakin menjamur setelah diterapkannya kebijakan “War on Terror,” namun perlahan memudar karena Obama menjabat sebagai presiden AS. Pendekatan *soft power* lebih diprioritaskan dalam masa pemerintahan Obama dengan menargetkan masyarakat Muslim di Indonesia untuk melakukan diplomasi publik guna mengubah pandangan negatif tersebut menjadi positif. Kunjungannya ke Indonesia pada tahun 2010 juga semakin memunculkan pandangan baik akan AS pada mata masyarakat Indonesia, mengingat latar belakang Obama yang dekat dengan Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, kehadiran Obama yang menjabat sebagai presiden AS tentu membuat perubahan akan pandangan AS di mata masyarakat Muslim, khususnya di Indonesia. Diplomasi publik yang dilakukan terhadap dunia Muslim kemudian terlihat di Indonesia dengan diresmikannya pusat kebudayaan @america di Indonesia pada Desember 2010. Kehadiran pusat kebudayaan @america bertujuan tidak hanya untuk membangun citra positif Amerika Serikat di mata masyarakat Indonesia, melainkan juga mempererat relasi antara kedua negara yang sudah dibentuk sejak lama.

¹⁸ “U.S. Image Up Slightly, But Still Negative,” Pew Research Center, 23 Juni, 2005, <https://www.pewresearch.org/global/2005/06/23/us-image-up-slightly-but-still-negative/>

¹⁹ Ibid.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Penelitian ini membahas mengenai diplomasi publik yang dilakukan Amerika Serikat terhadap Indonesia melalui pusat kebudayaan @america. Sebagai negara dengan jumlah penganut agama Islam terbesar di dunia,²⁰ Indonesia menjadi negara yang tepat untuk Amerika Serikat membangun kembali citra baik negaranya sekaligus mempererat hubungan kedua negara setelah peristiwa 9/11 terjadi. Dibangunnya @america di Indonesia bertujuan untuk merangkul masyarakat Indonesia melalui pertukaran budaya dan pendidikan yang ditampilkan dan diperkenalkan melalui program-program di *American Center* tersebut.

Penulis membatasi penelitian ini dengan pemerintah Amerika Serikat sebagai aktor utama yang mendirikan @america sebagai media untuk pelaksanaan diplomasi publiknya di Indonesia. Selain itu, penulis juga memilih periode pemerintahan presiden Obama sebagai batasan waktu dalam penelitian ini. Alasannya, AS dalam masa pemerintahan Obama cenderung melakukan pendekatan *soft power* dalam memperbaiki citranya di mata masyarakat negara Muslim dunia. Obama juga mengedepankan hubungan *people-to-people*, sehingga AS dalam pemerintahan beliau mementingkan aktivitas diplomasi publik. Maka dari itu, penulis membatasi waktu penelitian ini dari tahun 2009, yakni saat Obama menjabat sebagai presiden AS, hingga tahun 2017 saat masa jabatannya berakhir. Data dalam penelitian ini kemudian diambil dari konten-konten sosial media @america yang meliputi YouTube dan Flickr, serta situs web resmi @america.

²⁰ “The countries with the 10 largest Christian populations and the 10 largest Muslim populations,” Paw Research Center, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/01/the-countries-with-the-10-largest-christian-populations-and-the-10-largest-muslim-populations/>

Program-program @america yang dipilih juga merupakan program besar atau program yang sering dilakukan di @america. Dari data-data tersebut, penulis menganalisis apa saja upaya pemerintah AS dalam melaksanakan diplomasi publiknya melalui @america lewat program-program yang dilaksanakan sejak @america resmi dibuka pada tahun 2010 hingga akhir masa jabatan presiden Obama di tahun 2017.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Setelah dijabarkannya permasalahan dan isu ini di latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, penulis kemudian merumuskan penelitian ini dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut: **“Bagaimana upaya-upaya pemerintah Amerika Serikat dalam melaksanakan diplomasi publiknya di Indonesia melalui @america?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya-upaya diplomasi yang dilakukan Amerika Serikat terhadap Indonesia melalui @america dengan tujuan untuk membangun citra positif Amerika Serikat di mata masyarakat Indonesia, mempererat hubungan kedua negara, sekaligus juga mempromosikan budaya dan pendidikan di Amerika Serikat.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan dapat memberikan informasi kepada pembaca dan sesama peneliti Ilmu Hubungan Internasional mengenai peran @america sebagai bentuk diplomasi publik Amerika Serikat terhadap Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk para akademisi terkait informasi mengenai diplomasi publik dan @america.

1.4 Kajian Pustaka

Literatur pertama merupakan sebuah artikel jurnal berjudul “*Searching for a Theory of Public Diplomacy*” karya Eytan Gilboa. Dalam artikel ini, dijelaskan bahwa bagaimana diplomasi publik berdasarkan pada hubungan yang kompleks antara tiga komponen utama, yaitu pemerintah, media, dan opini publik yang saling berhubungan.²¹ Selain itu, dibahas juga mengenai bagaimana diplomasi publik berkaitan dengan hubungan masyarakat (*public relation*) yang mana model hubungan masyarakat dapat diperluas ke diplomasi publik. Terdapat model "komunikasi satu arah" yang mengacu pada penyebaran informasi dari satu sisi ke sisi lain; dan "komunikasi dua arah" yang berarti pertukaran informasi antar sisi. Dalam hubungan asimetris, tujuan hubungan masyarakat adalah mengubah opini, kebijakan, atau perilaku negara lain, sedangkan dalam hubungan simetris, ada juga kemauan dari negara yang menggunakan hubungan masyarakat untuk mengubah kebijakan atau perilakunya sendiri. Diplomasi publik juga berkaitan dengan *nation*

²¹ Eytan Gilboa, “Searching for a Theory of Public Diplomacy,” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (March 2008): pp. 55-77, <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>.

branding atau citra negara. *Branding* atau penjenamaan paling tepat digambarkan sebagai gagasan konsumen tentang suatu produk, dan "citra negara" atau "*brand state*" mengacu pada apa yang dipikirkan dan dirasakan masyarakat asing mengenai suatu negara.

Dalam literatur kedua, terdapat tulisan yang berjudul "*U.S. Public Diplomacy in a Post-9/11 World: From Messaging to Mutuality*" oleh Kathy R. Fitzpatrick yang merupakan tulisan ke-6 dari seri *CPD Perspectives* tahun 2011. Tulisan ini menjelaskan bagaimana diplomasi publik yang dilakukan AS setelah tragedi 9/11 pada masa pemerintahan Obama telah membuat kemajuan yang signifikan jika dibandingkan pada masa pemerintahan Bush.²² Dalam tulisan ini, dipaparkan bahwa AS di bawah pemerintahan Obama telah membuat kemajuan yang signifikan dengan melakukan penerapan pendekatan yang lebih memprioritaskan relasi dengan diplomasi publik berdasarkan prinsip dialog dan kebersamaan. Dalam pendekatan diplomasi publiknya, AS dalam pemerintahan Bush cenderung dianggap oleh sebagian besar masyarakat dunia sebagai terlalu banyak ceramah dan retorika moral, berfokus hanya pada pengendalian pesan dan mempengaruhi pandangan publik, dan sedikit sekali mengenai dialog dan kebersamaan.

Jika dibandingkan dengan Obama, terpilihnya beliau sebagai presiden menandakan arah baru dalam diplomasi publik AS. Beliau bersama Menteri Luar Negeri AS, Hillary Clinton, dengan sigap menetapkan pendekatan baru dalam

²² Kathy R. Fitzpatrick, "U.S. Public Diplomacy in a Post-9/11 World: From Messaging to Mutuality," *CPD Perspectives*, 2011, diakses 5 April 2021, <https://uscpublicdiplomacy.org/story/new-cpd-perspectives-%E2%80%9Cus-public-diplomacy-post-911-world%E2%80%9D>.

hubungan internasional dan membuat langkah besar untuk "mengatur ulang" hubungan AS dengan negara dan masyarakat asing. Tulisan ini juga menjelaskan bagaimana pendekatan AS saat pemerintahan Obama dilakukan dengan menggunakan model dua arah "keterlibatan asimetris" (*asymmetric engagement*) yang mana dialog digunakan sebagai instrumen untuk memajukan kepentingan AS.²³ Namun, model pendekatan seperti itu tidak dapat memenuhi persyaratan dialog yang sebenarnya seperti "keterlibatan simetris" (*symmetric engagement*) yang mana negara dan masyarakat asing tunduk pada persuasi dan dialog digunakan untuk mencapai saling pengertian dan manfaat.

Literatur ketiga adalah sebuah artikel jurnal berjudul "*The Power of Culture in Diplomacy: The Case of U.S. Cultural Diplomacy in France and Germany*" yang disusun oleh Sofia Kitsou. Artikel tersebut menjelaskan mengenai bagaimana Amerika Serikat melakukan diplomasi publik dengan budaya sebagai instrumen untuk mengubah perspektif masyarakat Perancis dan Jerman yang anti-Amerika setelah Amerika Serikat melakukan serangan ke Irak setelah tragedi 9/11.²⁴ Amerika Serikat melakukan diplomasi publik dan budaya dengan menggunakan bahasa yang merupakan bagian dari budaya dengan mendirikan sebuah "*bi-national center*" atau pusat bahasa yang menargetkan masyarakat asing untuk mempelajari bahasa Inggris. *Bi-national center* sendiri merupakan bagian dari *American Spaces* yang di mana institusi tersebut menyediakan pelajaran bahasa Inggris. Adanya *Franco-American Institute* sebagai *bi-national center* di Rennes,

²³ Ibid., hal. 36

²⁴ Sofia Kitsou, "The Power of Culture in Diplomacy: The Case of U.S. Cultural Diplomacy in France and Germany," *Exchange: The Journal of Public Diplomacy* 2, no. 1 (2011), <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/3/>.

Perancis yang dibangun tahun 1961 menjadi alat untuk Amerika Serikat mengubah perspektif negatif masyarakat Perancis menjadi positif melalui seni dan buku. Berbeda dengan di Perancis yang cenderung melakukan diplomasi publik melalui bahasa, beberapa pusat kebudayaan Amerika Serikat di Jerman menyelenggarakan banyak program yang mencakup diskusi, presentasi buku, seminar, dan lainnya yang berfokus pada perang Irak, anti-Amerikanisme, hubungan transatlantik, dan lain sebagainya.

Namun, artikel ini juga menjelaskan bagaimana pendekatan diplomasi publik yang dilakukan Amerika Serikat di Perancis dan Jerman tidak terlalu efektif. Hal ini disebabkan karena kedua negara tersebut (dan Eropa) memiliki identitas budaya yang lekat dan kuat. Di kedua negara, produk dan layanan budaya (film, program TV, buku, musik, dan lain sebagainya) selain menawarkan hiburan, dianggap sebagai produk ideologis yang mewujudkan nilai dan pesan sosial, dan akibatnya mempengaruhi pengaturan seluruh sistem sosial. Dengan begitu, informasi tanpa batas dan media hiburan semakin dipandang bukan sebagai kekuatan positif untuk integrasi, melainkan sebagai mekanisme pemecah belah yang mengancam kedaulatan nasional dan budaya. Hal ini merujuk dengan kata lain, Amerika Serikat tampaknya tidak berhasil menggunakan pengaruhnya melalui budaya di Perancis dan Jerman, sebab tampaknya memang kedua negara tersebut melawan dengan melindungi budaya dan jati diri bangsa sendiri, yang ternyata tidak bisa ditempa sama sekali.

Berdasarkan literatur-literatur yang telah disebutkan, ditunjukkan bahwa ketiganya membahas mengenai diplomasi publik yang penulis anggap dapat

membantu dalam pelaksanaan penelitian ini. Literatur pertama memaparkan mengenai diplomasi publik yang mana berkaitan dengan hubungan masyarakat, adanya komunikasi dua arah, serta *nation branding*. Sesuai dengan penelitian oleh penulis, @america menjadi instrumen diplomasi publik yang secara erat terkait dengan hubungan masyarakat, melakukan pertukaran informasi dan pengetahuan yang menerapkan komunikasi dua arah, dan juga *nation branding* melalui program-program yang terkait dengan informasi AS yang ada di @america. Untuk literatur kedua, pembahasan mengenai diplomasi publik AS di bawah pemerintahan Obama tentu dapat membantu penulis memahami lebih lagi mengenai pendekatan yang dilakukan AS untuk memperbaiki citra negaranya di mata masyarakat asing sekaligus memperbaiki hubungan AS dengan negara lain. Literatur ketiga menjelaskan bagaimana budaya AS dapat memberi pengaruh yang berbeda di negara-negara, dalam kasus ini Perancis dan Jerman. Walaupun dapat dikatakan bahwa diplomasi budaya AS tidak efektif dilaksanakan di kedua negara, literatur tersebut tentu dapat membantu penulis untuk dapat mengerti lebih dalam lagi mengenai diplomasi publik yang berkaitan dengan hubungan masyarakat atau *public relation*, yang mana seberapa besar pengaruhnya budaya AS di negara-negara tergantung bagaimana masyarakat negara itu sendiri.

Namun, ketiga tulisan tersebut belum membahas secara spesifik mengenai bagaimana AS melakukan diplomasi publiknya ke Indonesia melalui pusat kebudayaan @america. Penulis juga melihat relevansi ketiga tulisan tersebut sebagai panduan untuk melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, literatur-literatur tersebut dapat membantu penulis untuk lebih memahami lebih dalam lagi mengenai

diplomasi publik secara umum, diplomasi publik sebagai instrumen pembentuk citra negara, dan diplomasi publik AS pasca tragedi 9/11 yang kemudian dihubungkan dengan diplomasi publik yang Amerika Serikat lakukan terhadap Indonesia melalui @america.

1.5 Kerangka Pemikiran

Untuk membangun dan mempererat relasi serta memenuhi kepentingan nasionalnya, suatu negara pasti melakukan diplomasi dengan negara-negara lain. Adapun definisi diplomasi menurut G. R. Berridge yang merupakan sebuah cara agar suatu negara dapat mengamankan tujuan kebijakan luar negerinya tanpa menggunakan kekuatan, propaganda, ataupun hukum.²⁵ Dengan kata lain, diplomasi dilakukan tanpa adanya paksaan, atau dapat juga disebut dengan *soft power*. Adanya diplomasi yang dilakukan suatu negara dengan negara lain bertujuan untuk menciptakan relasi yang baik antar negara tersebut untuk memajukan kepentingan nasionalnya masing-masing. Diplomasi juga berarti sebuah bentuk komunikasi suatu negara yang dirancang untuk mempromosikan kebijakan luar negeri, baik dalam bentuk perjanjian formal atau perjanjian tertentu.²⁶ Maka dari itu, diplomasi memiliki keterkaitan dekat dalam terbentuknya kebijakan luar negeri suatu negara.

Diplomasi tidak hanya dilakukan pada tingkat negara atau *state-to-state level*, namun juga dilakukan pada masyarakat sebagai target, atau disebut dengan

²⁵ Geoff R. Berridge, *Diplomacy: Theory and Practice* (New York: Palgrave Macmillan, 2010), hal. 1, diakses 13 April, 2021.

²⁶ Ibid.

diplomasi publik. Menurut Eytan Gilboa, diplomasi publik didasarkan pada hubungan yang kompleks antara tiga komponen utama, yaitu pemerintah, media, dan opini publik yang saling berhubungan satu dengan yang lain.²⁷ Diplomasi publik juga berkaitan dengan *nation branding* atau citra negara. *Branding* atau penjenamaan paling tepat digambarkan sebagai gagasan konsumen tentang suatu produk, dan "citra negara" atau "*brand state*" mengacu pada apa yang dipikirkan dan dirasakan masyarakat asing mengenai suatu negara.

Konsep *soft power* oleh Joseph S. Nye, Jr. menjelaskan mengenai bagaimana diplomasi publik berhubungan dengan kekuatan lunak atau *soft power*.²⁸ Kekuatan lunak bertumpu pada kemampuan untuk membentuk preferensi orang lain tanpa paksaan dengan sumber daya seperti budaya dan nilai-nilai dan diplomasi publik merupakan suatu instrumen yang digunakan suatu pemerintah negara untuk memobilisasi sumber daya tersebut untuk berkomunikasi dan menarik masyarakat negara lain. Dengan diplomasi publik, negara berupaya menarik perhatian masyarakat lain untuk mempromosikan sumber daya tersebut melalui penyiaran, subsidi ekspor budaya, pertukaran atau *exchange*, dan lain sebagainya. Akan tetapi, jika konten budaya, nilai-nilai, dan kebijakan suatu negara tidak menarik, diplomasi publik yang "menyiarkan" hal-hal tersebut tidak bisa menghasilkan kekuatan lunak *soft power* dan malah memberi citra buruk.

Nye juga berpendapat bahwa diplomasi publik melibatkan pembangunan hubungan jangka panjang suatu negara dengan negara lain yang kemudian

²⁷ Eytan Gilboa, loc. cit.

²⁸ Joseph S. Nye, Jr., "Public Diplomacy and Soft Power," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (Maret 2008), <https://www.jstor.org/stable/25097996>.

menciptakan kebijakan pemerintah. Untuk itu, terdapat tiga dimensi diplomasi publik yang penting untuk dilakukan suatu negara, yang dikutip dari Mark Leonard,²⁹ yaitu komunikasi sehari-hari (*daily communication*), yang melibatkan penjelasan konteks keputusan kebijakan dalam dan luar negeri; komunikasi strategis (*strategic communication*), yang mengembangkan serangkaian tema sederhana seperti yang dilakukan oleh kampanye politik atau iklan; dan pengembangan hubungan yang lama atau secara jangka panjang (*long-lasting relationships*) dengan menargetkan individu, yang mana tiap individu secara langsung menjalankan diplomasi publik melalui beasiswa, pertukaran pelajar, pelatihan, seminar, konferensi, dan akses ke saluran media. Ketiga dimensi diplomasi publik ini sama-sama memainkan peran penting dalam membantu menciptakan citra baik suatu negara yang dapat meningkatkan prospeknya untuk mencapai hasil yang diinginkan.

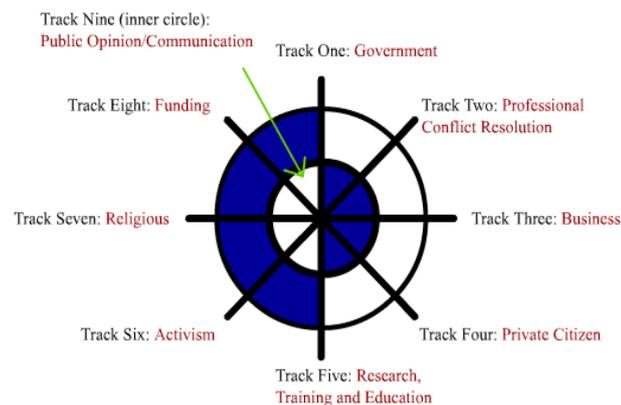
Di era sekarang, terdapat beberapa jalur diplomasi dalam hubungan internasional, yaitu diplomasi jalur pertama (*one track*), diplomasi jalur kedua (*two track*), dan diplomasi multi-jalur (*multi-track*).³⁰ Diplomasi jalur pertama biasa disebut dengan diplomasi resmi, yang mana bentuk diplomasi berada di tingkat negara atau *state-to-state level* dan dilakukan oleh sesama diplomat, pejabat tinggi pemerintah, dan kepala negara. Diplomasi jalur pertama biasanya dianggap sebagai alat pembawa perdamaian utama dari kebijakan luar negeri suatu negara. Diplomasi jalur kedua, sebaliknya, bersifat tidak resmi, berinteraksi informal antara anggota

²⁹ Ibid.

³⁰ Jeffrey Mapendere, "Track One and a Half Diplomacy and the Complementarity of Tracks," *Culture of Peace Online Journal* 2, no. 1 (n.d.): hal. 67-68.

negara yang bertujuan untuk mengembangkan strategi, mempengaruhi opini publik, dan dapat mengatur sumber daya manusia dan material dengan cara yang dapat membantu menyelesaikan konflik yang ada.

Gambar 1.1. Sembilan Jalur Dalam Diplomasi Multi-jalur



Sumber: <https://imtdsite.wordpress.com/about/what-is-multi-track-diplomacy/>

Berkembangnya teknologi mempengaruhi praktik diplomasi yang semula hanya melibatkan aktor-aktor negara yang kemudian merangkul organisasi, kelompok, hingga individual untuk dapat ikut berpartisipasi dalam pemeliharaan relasi antarnegara. Berbeda dengan diplomasi jalur pertama dan kedua, diplomasi multi-jalur merupakan perluasan dari gabungan kedua jalur diplomasi tersebut.³¹ Konsep diplomasi multi-jalur yang dicetuskan oleh John W. McDonald dan Dr. Louise Diamond ini menjelaskan bahwa demi mencapai perdamaian antarnegara, aktor-aktor non-negara juga berperan penting dalam pemeliharaan hubungan internasional. Diplomasi multi-jalur sendiri memiliki 9 jalur,³² yaitu pemerintah,

³¹ John W. McDonald, "The Institute for Multi-Track Diplomacy," *Journal of Conflictology* 3, no. 2 (2012), <http://journal-of-conflictology.uoc.edu/joc/en/index.php/journal-of-conflictology/issue/view/vol3iss2.html>.

³² Ibid.

non-negara atau para profesional, bisnis, individu atau masyarakat, penelitian atau pembelajaran, aktivisme, agama, pendaan, dan yang terakhir komunikasi serta media.

Di dalam penelitian ini, penulis mencakup penggunaan diplomasi jalur kedua, keempat, kelima, dan kesembilan. Diplomasi jalur kedua adalah melalui aktor-aktor non-negara atau para profesional. Berbeda dengan diplomasi jalur pertama yang bersifat formal, untuk melakukan pencegahan, analisis, pengelolaan, serta penyelesaian konflik, diplomasi jalur kedua menggunakan aktor non-negara untuk melakukannya dengan cara informal, membuka ruang untuk berkomunikasi serta mengembangkan rasa saling memahami.³³ Kemudian ada diplomasi jalur keempat, yaitu melalui individu atau masyarakat yang terlibat dalam kegiatan perdamaian dan pembangunan melalui diplomasi warga, program pertukaran, organisasi sukarela swasta, organisasi non-pemerintah, dan kelompok kepentingan khusus. Lalu diplomasi jalur kelima yang mana diplomasi ini dilakukan melalui penelitian, pelatihan, dan pendidikan, atau penciptaan perdamaian melalui pembelajaran. Yang terakhir adalah diplomasi jalur kesembilan yang melalui komunikasi dan media yang mengacu pada bagaimana opini publik dibentuk dan diekspresikan oleh media-cetak, film, video, radio, sistem elektronik, seni.

Selain itu, penulis juga menarik tipe-tipe diplomasi publik yang diperkenalkan oleh Nicholas J. Cull, yang mana aktivitas diplomasi publik dibagi menjadi lima kategori. Aktivitas-aktivitas tersebut adalah *listening*, *advocacy*,

³³ Ibid.

cultural diplomacy, *exchange diplomacy*, dan *international broadcasting*.³⁴ Penulis menggarisbawahi aktivitas *cultural diplomacy* (diplomasi budaya) dan *exchange diplomacy* (diplomasi pertukaran) sebab keduanya berkaitan dengan penelitian ini. Diplomasi kebudayaan sendiri dapat didefinisikan sebagai upaya suatu negara untuk mempengaruhi dunia internasional melalui penyebaran sumber-sumber kebudayaannya agar dikenal di seluruh dunia, termasuk juga pencapaian-pencapaiannya dalam bidang apapun.³⁵ Bentuk diplomasi publik ini merupakan bentuk diplomasi publik jangka panjang dan dilakukan dengan membuka perpustakaan serta pusat-pusat kebudayaannya di negara lain. Cull juga menyebutkan biasanya pembukaan pusat-pusat kebudayaan dan perpustakaan tersebut juga menyertakan pertukaran pelajar sebagai program dari pusat-pusat kebudayaan tersebut. Selanjutnya ada *exchange diplomacy* yang mana ini kerap dilaksanakan bersamaan dengan diplomasi kebudayaan, di mana pusat-pusat kebudayaan tersebut juga memiliki program pertukaran pelajar yang disampaikan kepada pengunjungnya. Diplomasi pertukaran diartikan sebagai upaya suatu negara untuk membangun relasinya dengan negara lain dengan cara mengirimkan warga negaranya ke luar negeri dan secara timbal balik menerima warga negara dari luar negeri untuk masa belajar secara rutin atau berkala.³⁶

³⁴ Nicholas J. Cull, "CPD Perspective on Public Diplomacy: Lessons From The Past", (Los Angeles: Figueroa Press, 2013): 25.

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian Data

Metodologi penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian secara kualitatif mengandalkan data teks, gambar, hasil wawancara, serta observasi, memiliki langkah-langkah unik dalam analisis data, dan menggunakan beragam desain.³⁷ Menurut John W. Creswell, metode kualitatif juga melibatkan pembahasan sampel untuk studi dan pengumpulan data secara keseluruhan dan prosedur pencatatan.³⁸ Lebih lanjut, metode ini menekankan untuk memperluas langkah-langkah analisis data dan metode yang digunakan untuk menyajikan data, menafsirkannya, memvalidasinya, dan menunjukkan hasil potensial dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif jenis studi teks dan dokumen digunakan, yang kemudian data-data tersebut diinterpretasikan secara deskriptif.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dari sumber sekunder. Data sekunder diambil dari studi literatur melalui seperti jurnal, buku, berita, dokumen teks tertulis dari internet, artikel-artikel berita mengenai @america, konten-konten media sosial @america seperti dari YouTube, serta web resmi @america sendiri.

³⁷John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 4th edition (California: SAGE Publications. Inc., 2014).

³⁸ Ibid.

1.7 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi menjadi empat bab yang mencakup sistematika pembahasan dalam penelitian sebagai berikut; **Bab I** sebagai pendahuluan berisi penjelasan latar belakang penelitian, identifikasi masalah yang berisi pembatasan dan rumusan masalah, dilanjutkan dengan tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan diakhiri dengan sistematika pembahasan. **Bab II** membahas hubungan diplomatik Amerika Serikat-Indonesia pada masa pemerintahan Obama, kegiatan diplomasi publik yang AS lakukan terhadap Indonesia yang mencakup bidang pendidikan dan budaya, serta pembahasan umum mengenai @america. Selanjutnya dalam **Bab III**, penulis membahas mengenai program-program yang @america telah dilakukan yang menjadi instrumen AS dalam menjalankan diplomasi publiknya di Indonesia. Sebagai penutup, **Bab IV** berisi tentang kesimpulan yang mana pertanyaan penelitian dijawab dan dijelaskan secara terstruktur.