



**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*

**Pemanfaatan Sumber *Soft Power* Amerika Serikat dalam  
Serial *Emily in Paris* sebagai Instrumen Diplomasi Publik**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Hubungan Internasional

Oleh

Rania Shafira Adrian

6092001262

Bandung

2024



**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*

**Pemanfaatan Sumber *Soft Power* Amerika Serikat dalam  
Serial *Emily in Paris* sebagai Instrumen Diplomasi Publik**

Skripsi

Oleh

Rania Shafira Adrian

6092001262

Pembimbing

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

Bandung

2024

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



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Rania Shafira Adrian  
Nomor Pokok : 6092001262  
Judul : Pemanfaatan Sumber *Soft Power* Amerika Serikat dalam Serial *Emily in Paris* sebagai Instrumen Diplomasi Publik

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Sabtu, 17 Februari 2024  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Prof. Sukawarsini Djelantik, Dra., M.I.S., Ph.D.

**Sekretaris**

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

**Anggota**

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Orpha Jane

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rania Shafira Adrian  
NPM : 6092001262  
Jurusan/Program Studi : Hubungan Internasional Program Sarjana  
Judul : Pemanfaatan Sumber *Soft Power* Amerika Serikat dalam Serial *Emily in Paris* sebagai Instrumen Diplomasi Publik

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 pihak 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 di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 20 Desember 2023



Rania Shafira Adrian

## ABSTRAK

Nama : Rania Shafira Adrian  
NPM : 6092001262  
Judul : Pemanfaatan Sumber *Soft Power* Amerika Serikat dalam Serial *Emily in Paris* sebagai Instrumen Diplomasi Publik

---

Film dan serial televisi, tidak terkecuali Hollywood dengan rekam jejaknya, merupakan salah satu instrumen diplomasi publik Amerika Serikat (AS) yang mempromosikan *soft power* negara secara efektif. Dalam serial *Emily in Paris* yang diproduksi oleh Netflix sebagai bagian dari Hollywood, karakter Emily diciptakan untuk mendemonstrasikan fenomena perlintasan budaya antara AS dan Prancis. Namun, terlepas dari latarnya yang berlokasi di Prancis, serial tersebut merepresentasikan stereotip AS yang merefleksikan dominasi budaya dan nilai mereka sehingga menuai berbagai kritik. Berdasarkan anomali tersebut, penelitian ini mengangkat pertanyaan, “Bagaimana serial *Emily in Paris season* pertama merefleksikan ketiga sumber *soft power* menurut Joseph Nye sebagai instrumen diplomasi publik Amerika Serikat?” yang dijawab dengan menggunakan konsep *soft power* dan diplomasi publik. Melalui pengaplikasian metode kualitatif yang diperdalam oleh metode analisis wacana kritis, penulis menarik kesimpulan bahwa serial *Emily in Paris* merefleksikan dominasi *soft power* AS, yaitu budaya berupa bahasa Inggris sebagai *lingua franca* dan identitas yang terkandung dalam nilai-nilai yang dianutnya. Penyebaran budaya dan nilai tersebut didukung oleh kebijakan luar negeri AS yang mendukung tindakan “Amerikanisasi” untuk memengaruhi publik asing, dimana perubahan persepsi publik mengindikasikan kesuksesan dari efektivitas diplomasi publik.

Kata Kunci: *Soft Power*, Amerika Serikat, Diplomasi Publik, *Emily in Paris*, Hollywood

## ABSTRACT

Name : Rania Shafira Adrian  
Student ID : 6092001262  
Title : *The United States' Soft Power Sources in the Emily in Paris Series as An Instrument of Public Diplomacy*

---

*Movies and television series, including Hollywood with its track records, are one of the instruments of US public diplomacy which effectively promotes the nation's soft power. The Emily in Paris series which was produced by Netflix as part of Hollywood created the character of Emily to demonstrate the occurrence of cultural crossover between America and France. Nonetheless, that series endured criticism for representing American stereotypes that reflect the dominance of American culture and values, regardless of the setting which takes place in France. In light of the aforementioned anomaly, this research poses the question, "How does the first season of the Emily in Paris series reflect the three sources of soft power according to Joseph Nye as an instrument of the United States' public diplomacy?" which is addressed by the concepts of soft power and public diplomacy. Through the application of qualitative method which is enhanced by critical discourse analysis method, the author of this research concluded that the Emily in Paris series reflects the dominance of American culture and values, referring to the use of English as lingua franca and identity represented by the values it adheres to. The dissemination of cultures and values is encouraged by the US foreign policy which supports "Americanization" initiatives to influence foreign publics, whereas changes in public perception indicates the success of the public diplomacy's effectiveness.*

*Keyword: Soft Power, United States, Public Diplomacy, Emily in Paris, Hollywood*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena, atas kelimpahan rahmat dan anugerah-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Sumber *Soft Power* Amerika Serikat dalam Serial *Emily in Paris* sebagai Instrumen Diplomasi Publik” dengan baik. Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk menamatkan pendidikan dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Program Sarjana di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Secara keseluruhan, skripsi ini merupakan pemaparan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terkait sumber utama *soft power* Amerika Serikat (AS) dalam serial *Emily in Paris* sebagai instrumen diplomasi publik. Mengangkat fenomena perlintasan budaya antarnegara, serial *Emily in Paris* merepresentasikan stereotip AS yang merefleksikan dominasi budaya dan nilai mereka sebagai bagian dari *soft power* negara sehingga menjadi instrumen diplomasi publik. Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat, baik bagi peneliti maupun pihak lain yang membacanya, terutama dalam memberikan gambaran mengenai *soft power* AS dan signifikansi peran aktor non-negara dalam kegiatan diplomasi publik.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya beberapa keterbatasan dan kekurangan yang tidak dapat dihindari, baik secara substantif maupun teknis. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka atas segala saran dan kritik yang membangun terhadap penelitian ini. Akhir kata, penulis juga menyadari bahwa terdapat banyak bimbingan, bantuan, dan dukungan yang diberikan oleh pihak lain kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Maka, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan pedoman-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Hanya kepada Allah, Rania meminta pertolongan dan cukuplah Allah menjadi penolong yang sebaik-baiknya pelindung. *And for His "Kun Faya Kun" (Be and it is), I am grateful.*
2. Mbak Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan kepada penulis melalui bimbingan, arahan, serta sarannya selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Prof. Sukawarsini Djelantik, Dra., M.I.S., Ph.D. dan Bang Dr. Atom Ginting Munthe, M.S. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan saran dan kritik membangun untuk skripsi ini.
4. Mama Chairany Danusaputra selaku ibu dan *role model* penulis yang merupakan wanita terkuat dengan ketulusan hati yang tidak tertandingi. Walaupun jutaan terima kasih tidak akan cukup, terima kasih Mama karena sudah mengusahakan yang terbaik. Terima kasih Mama untuk semua yang telah Mama berikan, termasuk dukungannya yang berlimpah dalam bentuk doa dan kasih sayang. *As I look up to you, I know I'm lucky if I grow up and be half the woman you are. This one's for you, too, Ma.*
5. Mbak dan Mas dosen serta staf akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana atas ilmu dan bantuannya yang berharga bagi penulis.
6. Sahabat sekaligus teman seperjuangan penulis, Anindita dan Nadira, yang telah berjuang bersama dalam menyusun rancangan penelitian serta skripsi selama dua semester berturut-turut. Terima kasih karena telah saling



mendoakan, mendukung, dan menghibur satu sama lain selama proses penyusunan skripsi. *See you on top, girls! Looking forward to having coffee after work together* dan arisan nanti.

7. Dicky Eriyanto yang tidak hanya sabar, tapi juga mengusahakan banyak hal untuk membuat penulis senang. Terima kasih karena telah meluangkan waktu dan memberikan doa, dukungan, serta tentunya bantuan ketika penulis membutuhkan. *Looking forward to achieving more milestones with you by my side.*
8. Teman-teman terdekat penulis selama kuliah yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu, terutama Divisi Pengabdian Masyarakat HMPSIHI angkatan 2020 yang membuat perjalanan kuliah penulis menjadi berkesan.
9. Tidak terkecuali pihak lain yang mungkin belum disebutkan dan tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Identifikasi Masalah</b>	<b>6</b>
1.2.1. Deskripsi Masalah	6
1.2.2. Pembatasan Masalah	9
1.2.3. Rumusan Masalah	10
<b>1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian</b>	<b>10</b>
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian	11
<b>1.4. Kajian Literatur</b>	<b>11</b>
<b>1.5. Kerangka Pemikiran</b>	<b>15</b>
<b>1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data</b>	<b>19</b>
1.6.1. Metode Penelitian	19
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data	20
<b>1.7. Sistematika Pembahasan</b>	<b>21</b>
<b>BAB II HOLLYWOOD SEBAGAI INSTRUMEN <i>SOFT POWER</i> DAN DIPLOMASI PUBLIK AMERIKA SERIKAT</b>	<b>24</b>
<b>2.1. Perkembangan <i>Soft Power</i> Amerika Serikat</b>	<b>25</b>
2.1.1. Budaya Amerika Serikat	29
2.1.2. Nilai Politik Amerika Serikat	31
2.1.3. Kebijakan Luar Negeri Amerika Serikat	37
<b>2.2. Industri Film sebagai Instrumen Diplomasi Publik Amerika Serikat</b>	<b>39</b>
2.2.1. Dominasi Hollywood di Industri Film Global sebagai Aset <i>Soft Power</i> Amerika Serikat	43
<b>2.3. Kerja Sama Pemerintah Amerika Serikat dan Hollywood</b>	<b>45</b>
<b>BAB III REFLEKSI <i>SOFT POWER</i> AMERIKA SERIKAT DALAM SERIAL <i>EMILY IN PARIS</i> SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI PUBLIK</b>	<b>50</b>
<b>3.1. Serial <i>Emily in Paris</i></b>	<b>50</b>
<b>3.2. Budaya sebagai <i>Soft Power</i> Amerika Serikat dalam Serial <i>Emily in Paris</i></b>	<b>52</b>
<b>3.3. Nilai Politik sebagai <i>Soft Power</i> Amerika Serikat dalam Serial <i>Emily in Paris</i></b>	<b>62</b>

3.4. Kebijakan Luar Negeri sebagai <i>Soft Power</i> Amerika Serikat dalam Serial <i>Emily in Paris</i>	72
3.5. Perubahan Persepsi Publik akibat Serial <i>Emily in Paris</i>	73
<b>BAB IV KESIMPULAN</b>	<b>76</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>79</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Sampul Serial <i>Emily in Paris</i> Season Pertama	61
------------	--	----

## DAFTAR SINGKATAN

AS : Amerika Serikat  
CIA : Central Intelligence Agency  
DVD : Digital Video Disc  
MCU : Marvel Cinematic Universe  
MPA : Motion Picture Association  
OWI : Office of War Information  
TV : Televisi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pergeseran paradigma di era teknologi dan informasi berhasil melahirkan sejumlah perubahan, seperti komunikasi antarnegara melalui diplomasi. Seiring dengan berjalannya waktu, diplomasi mengalami perubahan ke era baru yang melibatkan lebih banyak aktor, pendekatan, dan struktur yang bervariasi. Bagi Nicholas Cull, hal tersebut disebabkan oleh pertumbuhan aktor internasional dan perkembangan teknologi sebagai media komunikasi yang efektif.<sup>1</sup> Salah satu jenis diplomasi era baru adalah diplomasi publik, dimana targetnya adalah masyarakat asing. Menurut Joseph Nye, sumber utama dari diplomasi publik adalah *soft power* yang terdiri dari budaya, nilai politik, dan kebijakan luar negeri suatu negara.<sup>2</sup> Pengimplementasian diplomasi publik sendiri bertujuan untuk menyebarkan pemahaman terkait kepentingan, nilai, ide, dan kebijakan suatu negara kepada masyarakat asing.<sup>3</sup>

Sejak masa Perang Dingin, negara-negara gencar melakukan diplomasi publik yang umumnya memanfaatkan pendidikan, seni, dan budaya. Amerika Serikat (AS) dengan status dan pengaruhnya sebagai negara hegemoni turut berupaya untuk mempertahankan kedua hal tersebut melalui pengembangan

---

<sup>1</sup> Nicholas John Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past* (Los Angeles: Figueroa Press, 2009), 1–61.

<sup>2</sup> Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (Maret 2008): 94–109, <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>.

<sup>3</sup> Elena Gurgu dan Aristide Dumitru Cociuban, "The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization," *Annals of "Spiru Haret" Economic Series* 16, no. 2 (7 Juli 2016): 125, <https://doi.org/10.26458/16210>.

sumber dan aset *soft power* negara. Dalam melangsungkan kepentingan dan mencapai tujuan negara, diplomasi publik menjadi instrumen yang berdampak secara signifikan. Meskipun begitu, AS merupakan satu dari sekian negara yang terlambat dalam memanfaatkan sumber-sumber tersebut, khususnya teknologi, informasi, dan budaya. Pada penghujung tahun 1930, AS di bawah pemerintahan Roosevelt yakin bahwa keamanan negara tidak hanya bergantung kepada kekuatan militer, tetapi juga kemampuannya dalam membangun hubungan dan menjalin komunikasi untuk mendapatkan dukungan dari negara lain.<sup>4</sup>

Pada kenyataannya, perkembangan teknologi dan budaya AS lebih dulu unggul dibandingkan dengan negara-negara lain. Berdasarkan data indeks *soft power* global yang dikeluarkan oleh Brand Finance di tahun 2022, AS kembali berada di peringkat pertama dengan skor tertinggi pasca pandemi Covid-19 yang merupakan peningkatan tercepat dari tahun ke tahun.<sup>5</sup> Hal tersebut meningkatkan pengaruh AS dalam kancah internasional, terlebih lagi industri film dan dunia hiburannya yang mendunia. Salah satu kesuksesan terbesar AS dalam bidang tersebut adalah Hollywood yang merupakan industri film tertua dan telah menjalin berbagai kerja sama dengan pemerintah AS. Hollywood membawahi beberapa studio film besar, seperti The Walt Disney, Warner Bros, Paramount Pictures, Universal Studio, dan semua anggota Motion Picture Association (MPA).<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (Maret 2008): 94–109, <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>.

<sup>5</sup> "Global Soft Power Index 2022: USA Bounces Back Better to Top of Nation Brand Ranking," *Brand Finance*, 15 Maret 2022, <https://brandfinance.com/press-releases/global-soft-power-index-2022-usa-bounces-back-better-to-top-of-nation-brand-ranking>.

<sup>6</sup> Uliana Z. Artamonova, "Popcorn Diplomacy: American Blockbusters and World Order," *Russia in Global Affairs* 20, no. 2 (2022): 105–28, <https://doi.org/10.31278/1810-6374-2022-20-2-105-128>.

Kehadiran Hollywood membuat AS mendominasi sebagian besar pasar industri film di dunia yang digunakan untuk mempromosikan budaya dan nilai AS sebagai bentuk imperialisme budaya. Film dan serial yang diproduksi oleh Hollywood diekspor secara besar-besaran ke seluruh dunia dan menghasilkan miliaran dolar AS setiap tahunnya. Tidak hanya meningkatkan perekonomian negara, tetapi film dan serial Hollywood juga berhasil membentuk persepsi publik terhadap AS sehingga kekuasaan dan pengaruhnya pun turut meningkat. Salah satu pengaruh dari film-film tersebut dapat dilihat melalui popularitas restoran cepat saji asal AS, seperti McDonald's dan KFC, yang diakibatkan oleh peningkatan sikap konsumerisme setelah menonton film.<sup>7</sup> Dalam menciptakan film-film yang kemudian diekspor ke seluruh dunia, Hollywood memastikan bahwa budaya dan ideologi AS terselip di dalamnya.

Popularitas film dan serial produksi Hollywood, yang sebagian besarnya mengandung unsur budaya dan nilai AS, juga berpengaruh terhadap peningkatan persepsi positif dari publik mengenai AS. Tom Gunning berpendapat bahwa setiap negara memiliki perbedaan ideologi dan nilai, dimana film merupakan media yang tepat untuk mempromosikannya karena gambar merepresentasikan realitas visual dibandingkan dengan cerita narasi.<sup>8</sup> Film dan serial Hollywood sendiri merupakan media komunikasi massal sebagai sebuah produk dari budaya massal yang dirancang untuk menghibur sehingga lebih mudah diterima.<sup>9</sup> Oleh karena itu, film

---

<sup>7</sup> Wanwarang Maisuwong, "The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World," *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)* 1, no. 4 (14 Juni 2012).

<sup>8</sup> Tom Gunning, *An Aesthetic of Astonishment: Early Film and the (In)Credulous Spectator* (New Brunswick: Rutgers University Press, 1995), 114–33.

<sup>9</sup> Garth S. Jowett dan James M. Linton, *Movies as Mass Communication* (London: SAGE Publications Inc., 1980).



dan serial Hollywood umumnya menggambarkan gaya hidup orang AS yang dilebih-lebihkan dan membangun persepsi tertentu terhadap negara AS dengan menampilkan nilai-nilai AS, yaitu kesetaraan, kemakmuran, kebebasan, patriotisme, dan sebagainya.

Kesuksesan industri film AS tidak berhenti di titik tersebut dan mulai melebarkan sayapnya melalui layanan *streaming*, salah satunya adalah Netflix. Layanan tersebut berangkat dari konsep lama yang dikenal dengan *Digital Video Disc* (DVD), dimana Reed Hastings dan Marc Randolph menyewa DVD melalui pos. Mulanya, Netflix merupakan tempat penyewaan DVD tanpa batas sebelum layanan *streaming* diperkenalkan.<sup>10</sup> Inovasi tersebut memungkinkan para pelanggan untuk menonton film atau serial secara langsung tanpa menunggu kaset dikirimkan ke tempat mereka. Meskipun bukan layanan *streaming* pertama di dunia, Netflix menjadi salah satu layanan terbaik di masa kini. Sesuai dengan konsepnya, Netflix menyewakan DVD dan menayangkan ulang film atau serial yang sebagian besarnya adalah produksi Hollywood sebagai dominan di pasar industri film.

Keberadaan Hollywood di pasar industri film global telah sukses mencapai miliaran penonton, yang mana hal tersebut dimanfaatkan oleh negara sebagai peluang bisnis yang lebih luas lagi. Selain berada di industri hiburan, Hollywood mulai merambah ke dunia bisnis dengan memproduksi film dan serial dalam bahasa asing. Tujuan dari dilakukannya hal tersebut adalah menciptakan diversifikasi pasar internasional sehingga AS melalui Hollywood dapat memperluas dominasinya,

---

<sup>10</sup> "About Netflix," Netflix, 2023, <https://about.netflix.com/en>.

tetapi dikemas dengan baik sebagai hiburan.<sup>11</sup> Kemunculan layanan *streaming* juga membuka kesempatan lebih besar bagi industri film, khususnya Hollywood, yang segera terjun ke dalam kerja sama dengan Netflix. Menurut data dari Zippia, layanan *streaming* AS bernilai 24 miliar dolar AS di tahun 2020 yang berarti 91 persen lebih besar dibandingkan dengan *box office* atau film dengan pendapatan yang melebihi biaya produksi.<sup>12</sup>

Pada awal tahun 2019 lalu, Netflix kemudian mengembangkan potensinya dengan bergabung ke dalam MPA.<sup>13</sup> Hal tersebut mengindikasikan bahwa Netflix kini merupakan bagian dari industri film Hollywood dan menjadi salah satu pemain utama di dalamnya. Dengan begitu, Netflix kerap berkontribusi dalam agenda politik AS yang secara khusus membantu di bidang finansial. Setelah menggapai banyak pelanggan dan memperoleh keuntungan yang cukup besar, Netflix mulai menciptakan dan merilis film serta serial orisinal mereka yang tidak kalah sukses. Terhitung sejak bulan Agustus tahun 2022, terdapat sekiranya 6.000 judul yang termasuk film, serial, dan dokumenter sehingga 50 persen dari Netflix AS kini merupakan karya orisinal mereka.<sup>14</sup>

Salah satu serial produksi Netflix yang tengah menjadi pusat perhatian adalah *Emily in Paris*, dimana daya tariknya adalah percampuran budaya antara AS dan Prancis yang ditekankan di dalamnya. Secara singkat, serial tersebut

---

<sup>11</sup> Wanwarang Maisuwong, "The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World," *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)* 1, no. 4 (14 Juni 2012).

<sup>12</sup> Mel-Leo Rosal, "U.S. Film Industry Statistics [2021]: Facts about the U.S. Film Industry," Zippia: The Career Expert, 2023, <https://www.zippia.com/advice/us-film-industry-statistics/>

<sup>13</sup> Ted Johnson, "Netflix Joins the Motion Picture Association of America," *Variety*, 22 Januari 2019, <https://variety.com/2019/biz/news/netflix-mpaa-1203114133/>.

<sup>14</sup> Kasey Moore, "Netflix Originals Now Make up 50% of Overall US Library," *What's on Netflix*, 24 Agustus 2022, <https://www.whats-on-netflix.com/news/50-of-netflixs-library-is-now-made-of-netflix-originals/>.

mengisahkan seorang perempuan AS bernama Emily yang dipindahkan ke sebuah perusahaan di Kota Paris, Prancis. Serial *Emily in Paris* sendiri ditulis oleh Darren Star yang merupakan seorang penulis, sutradara, dan produser film asal AS yang sengaja menciptakan karakter Emily untuk memberikan gambaran mengenai orang AS yang pindah ke luar negeri.<sup>15</sup> Dalam kisahnya, Emily dipindahkan ke perusahaan Prancis untuk membawakan sudut pandang baru versi AS atau “*American perspective*” kepada orang-orang Prancis. Maka, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pemanfaatan sumber *soft power* AS yang terefleksikan dalam serial *Emily in Paris season* pertama sebagai media diplomasi publiknya.

## 1.2. Identifikasi Masalah

### 1.2.1. Deskripsi Masalah

Sebagai bentuk kekuatan, AS terus berupaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan aset *soft power*-nya yang berpotensi menjadi sumber diplomasi publik dalam menciptakan serta meningkatkan persepsi positif dari publik terhadap negaranya. Upaya dalam mempertahankan posisi dan kekuasaannya sebagai negara hegemoni tersebut terefleksikan melalui industri filmnya yang berkembang pesat. Terlepas dari lamanya budaya dan seni telah diperkenalkan sebagai aset *soft power* serta sumber diplomasi publik, AS termasuk negara yang mampu beradaptasi dan berkembang secara pesat. Kehadiran Hollywood berhasil mendatangkan banyak keuntungan bagi negara sehingga AS kini berkontribusi sedikit lebih banyak dalam

---

<sup>15</sup> Dana Feldman, ““Emily in Paris’ Creator Darren Star Has Written Some of the Best Female Characters on TV,” *Forbes*, 9 Oktober 2020, <https://www.forbes.com/sites/danafeldman/2020/10/09/emily-in-paris-creator-darren-star-has-written-some-of-the-best-female-characters-on-tv/?sh=6dea59966d4f>.

industri film untuk melangsungkan kepentingan negara, seperti menyebarkan budaya dan nilai yang dianutnya.

Perjalanan panjang dari kerja sama antara pemerintah AS dan Hollywood telah dimulai sejak masa perang terjadi. Saat Roosevelt masih menjabat sebagai presiden AS, terbentuk sebuah badan pemerintah bernama Office of War Information (OWI) atau Kantor Informasi Masa Perang yang berfungsi untuk mengatur segala keperluan administrasi, seperti penyebaran informasi dan disinformasi.<sup>16</sup> Pada masanya, OWI membangun kerja sama dengan Hollywood untuk dijadikan sebagai alat propaganda yang efektif. Upayanya diteruskan dengan melakukan penambahan dan penghapusan film, serta menolak lisensi film lain untuk berkolaborasi. Sejak itu, bahkan sebelum Perang Dingin terjadi, Hollywood memasarkan produk mereka bersamaan dengan budaya dan nilai AS yang merupakan kunci kesuksesannya.<sup>17</sup> Terhitung hingga kini, Hollywood masih mendominasi industri film dunia dan terus berkembang sehingga membawahi beberapa studio film besar lainnya, seperti Netflix.

Netflix yang merupakan salah satu layanan *streaming* tersukses mempertahankan posisinya sebagai pemain utama di industri film dengan memproduksi film beserta serial orisinal. Setiap produksinya selalu berusaha menunjukkan keunikan dan kreativitasnya, seperti serial *Emily in Paris* yang kembali membuat industri film AS disorot. Dengan menyelipkan unsur perlintasan budaya antara AS dan Prancis, serial tersebut sengaja dibawakan melalui sudut

---

<sup>16</sup> Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (Maret 2008): 94–109, <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>.

<sup>17</sup> *Ibid*, 98.

pandang orang AS yang baru pindah ke Kota Paris, Prancis. Akan tetapi, serial *Emily in Paris* menuai kritik yang umumnya berasal dari orang-orang Prancis karena dinilai memberikan kesan buruk terhadap mereka secara umum. Orang Prancis dalam serial tersebut direpresentasikan sebagai pemalas, hedonis, dan arogan, yang merupakan stereotip lama. Dominasi AS pun secara tidak langsung ditunjukkan dalam serial *Emily in Paris*, dimana tokoh Emily selalu ditampilkan sebagai pahlawan dengan menyebarkan “*American perspective*” yang sangat merefleksikan stereotip “*American saviorism*”.

Serial tersebut mengandung unsur kesenjangan budaya yang lagi-lagi menampilkan dominasi AS. Alih-alih beradaptasi dengan cara hidup dan budaya Prancis, tokoh Emily terus membawakan sudut pandang AS yang terkadang tidak dibutuhkan. Perilaku tersebut mengindikasikan bahwa tokoh Emily menunjukkan sikap *cultural ignorance* terhadap Prancis dan salah satu rekan kerjanya berkata, “*You would like to destroy our French soul!*” karena sikap Emily. Tokoh yang berperan sebagai bos Emily juga sempat mengatakan, “*You come to Paris. You walk into my office and you don’t even bother to learn the language. You treat the city like it’s your amusement park,*” karena sikapnya yang tidak hormat terhadap budaya asing.

Tidak diragukan bahwa AS berupaya untuk meningkatkan strategi diplomasi publiknya dalam mempromosikan budaya dan nilai yang dianutnya. Oleh karena itulah AS memperkenalkan istilah “*American dream*” dengan menyebarkan gambar, teknologi, seni, dan ilmu pengetahuan.<sup>18</sup> Berdasarkan sejarahnya, salah

---

<sup>18</sup> Claudio González Chiamonte, “The Evolution of U.S. Cultural Diplomacy in the Cold War,” *México y la Cuenca del Pacífico* 10, no. 28 (2007).

satu strategi diplomasi publik AS adalah membangun kerja sama dengan berbagai pihak, seperti perusahaan, universitas negeri dan swasta, serta industri film Hollywood.<sup>19</sup> Hal tersebut rupanya tetap digunakan hingga saat ini, bahkan ketika dunia telah semakin terintegrasi dan menjadi global, dimana film atau serial tidak terbatas hanya pada satu negara atau tempat. Maka, berangkat dari masalah tersebut, penelitian ini memiliki anomali bahwa serial yang mengisahkan negara Prancis malah didominasi dengan budaya dan nilai AS melalui sumber-sumber *soft power* yang direfleksikan di dalam serial tersebut.

### 1.2.2. Pembatasan Masalah

Dalam melangsungkan penelitian terkait upaya pemanfaatan sumber *soft power* AS melalui serial *Emily in Paris* sebagai instrumen diplomasi publik, terdapat sejumlah batasan untuk menjaga relevansi isi dan analisis. Penelitian ini hanya berfokus pada *season* pertama dari serial *Emily in Paris* yang terdiri dari 10 episode sebagai aset *soft power* dan instrumen diplomasi publik milik AS. Batasan ini sengaja diaplikasikan karena serial tersebut kini memiliki 3 *season* yang secara keseluruhan terdapat 30 episode. Selain itu, serial *Emily in Paris season* pertama masih menunjukkan kemurnian sikap dan tujuan dari diciptakannya serial tersebut yang akhirnya memunculkan kritik. Maka, penelitian ini memiliki batasan waktu di tahun 2020 ketika serial ini pertama dirilis.

Penelitian ini juga hanya berfokus pada negara AS sebagai produsen dari serial *Emily in Paris* sehingga budaya atau stereotip Prancis tidak akan dibahas lebih lanjut. Berfokus pada nilai-nilai AS yang diselipkan dalam serial tersebut,

---

<sup>19</sup> *Ibid.*, 21.

penelitian ini bertitik berat pada pembahasan terkait refleksi ketiga sumber *soft power* menurut Nye yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian, penelitian ini bersifat satu arah dengan fokus hanya pada AS dan mengaplikasikan analisis penjelasan (*explanatory analysis*).

### **1.2.3. Rumusan Masalah**

Mengingat bahwa AS merupakan ahli dalam memengaruhi publik melalui film dan serial Hollywood, sedangkan salah satu serial terbarunya menuai kritik karena pengaruh AS yang terlalu transparan dan mendominasi, pertanyaan penelitian yang diangkat adalah, **“Bagaimana serial *Emily in Paris* season pertama merefleksikan ketiga sumber *soft power* menurut Joseph Nye sebagai instrumen diplomasi publik Amerika Serikat?”** Maka, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan tersebut dengan menjelaskan budaya, nilai, dan kebijakan luar negeri AS yang terefleksikan dalam serial *Emily in Paris*.

## **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sumber-sumber *soft power* AS dalam serial *Emily in Paris* yang menjadikannya sebuah instrumen diplomasi publik untuk menyebarkan budaya dan nilai yang dianutnya. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah memberikan penjelasan dan penekanan bahwa aktor non-pemerintah memiliki peran yang sama besarnya dalam melangsungkan diplomasi publik. Dengan mengaplikasikan teori *soft power* Joseph Nye, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui unsur suatu film atau serial dapat dikatakan sebagai instrumen diplomasi publik melalui sumber *soft power* yang terefleksikan di dalamnya.

### 1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru terkait program diplomasi publik melalui film atau serial sebagai upaya untuk menyebarkan budaya dan nilai yang dianut suatu negara. Tidak hanya itu, penelitian ini juga diharapkan dapat melengkapi pemahaman mengenai kepentingan diplomasi publik melalui industri film dan signifikansi aktor non-pemerintah dalam menjalankan agenda politik suatu negara, serta mengisi kekosongan dari artikel jurnal terdahulu. Dalam jangka panjang, penelitian ini diharapkan mampu menjadi rekomendasi bagi negara untuk memaksimalkan industri film dalam pemanfaatan sumber *soft power*-nya dan referensi bagi peneliti lain dengan niat untuk melakukan penelitian dengan topik dalam ranah yang serupa.

### 1.4. Kajian Literatur

Film dan serial televisi (TV) sebagai salah satu sumber utama *soft power* merupakan pemanfaatan sumber daya budaya menjadi instrumen diplomasi publik. Hollywood yang kini membawahi Netflix telah memproduksi berbagai film dan serial TV sebagai upaya penyebaran budaya serta nilai-nilai AS. Penelitian terkait sumber *soft power* AS dalam serial *Emily in Paris season* pertama sebagai instrumen diplomasi publik didukung oleh sejumlah artikel jurnal terdahulu. Melalui artikel-artikel tersebut, terdapat berbagai argumen mengenai film dan serial TV sebagai aset *soft power* untuk mengimplementasikan diplomasi publik serta agenda politik AS yang terselip di dalamnya. Untuk memahami pemanfaatan film dan serial TV dalam diplomasi publik, khususnya dengan menggunakan indikator *soft power* menurut Nye, artikel-artikel jurnal berikut akan digunakan sebagai acuan.



Artikel jurnal pertama ditulis oleh Lalita Suwankaewmanee yang membahas mengenai keterkaitan film trilogi *Captain America* dengan sumber utama *soft power* menurut Nye.<sup>20</sup> Meskipun tidak berfokus pada serial TV, artikel tersebut mampu menjadi dasar sekaligus referensi dalam melangsungkan penelitian untuk memahami indikator-indikator *soft power* yang terkandung dalam film produksi Hollywood. Suwankaewmanee berpendapat bahwa film *Captain America* merefleksikan cita-cita AS, seperti demokrasi, kebebasan, dan patriotisme, melalui tokoh protagonisnya bernama Steve Rogers. Film tersebut menyelipkan nilai-nilai dan gaya hidup AS melalui adegan dan dialog dari karakter Captain America yang ditampilkan sebagai sosok yang kuat sehingga menjadi penyelamat ketika terjadi bahaya. Secara keseluruhan, film trilogi *Captain America* menonjolkan *soft power* AS melalui tiga aspek, yaitu budaya, nilai politik, dan kebijakan.

Artikel berikutnya yang mendukung pandangan tersebut adalah tulisan milik Uliana Artamonova mengenai *popcorn diplomacy*, dimana sebagian film Hollywood sejalan dengan kepentingan nasional dan diplomasi publik AS berdasarkan tren demokratisasi kebijakan luar negeri.<sup>21</sup> Artamonova berargumen bahwa AS memiliki tiga cara utama untuk melibatkan industri filmnya dalam pencapaian kepentingan nasional melalui diplomasi publik. Cara tersebut, antara lain, kerja sama yang saling menguntungkan antara lembaga pemerintah dan perusahaan film, mobilisasi industri film untuk mengangkat masalah kebijakan luar negeri, serta pemberlakuan sensor yang sesuai dengan agenda politik. Dalam

---

<sup>20</sup> Lalita Suwankaewmanee, "American Soft Power through Hollywood Superhero Movies: The Case of the Trilogy of Captain America," *English Language and Literature Studies* 11, no. 3 (23 Juni 2021): 1, <https://doi.org/10.5539/ells.v11n3p1>.

<sup>21</sup> Uliana Z. Artamonova, "'Popcorn Diplomacy': American Blockbusters and World Order," *Russia in Global Affairs* 20, no. 2 (2022): 113–14, <https://doi.org/10.31278/1810-6374-2022-20-2-105-128>.

artikelnya, Artamonova juga memberikan contoh film-film yang berpusat pada agenda politik AS, khususnya film dengan tema pahlawan super dan mata-mata. Artikel tersebut juga menjelaskan bahwa pemerintah terkadang memiliki peran dalam pembuatan film Hollywood.

Masih membahas upaya diplomasi publik berdasarkan sumber daya *soft power*, Emrah Aydemir menulis artikel terkait kebijakan luar negeri AS dalam membentuk *soft power* melalui Hollywood.<sup>22</sup> Dalam melangsungkan agenda politik atau target dalam kebijakan luar negerinya, AS menguasai kemampuan *soft power* dan mulai memanfaatkannya dalam bentuk film. Aydemir dalam artikel tersebut memaparkan penjelasan lebih lanjut mengenai indikator *soft power*, selain yang ditetapkan oleh Nye, dan kontribusinya dalam pemberdayaan kebijakan luar negeri suatu negara. Menurutnya, pembuatan film Hollywood telah disesuaikan dengan kebijakan luar negeri AS dengan memasukkan nilai-nilai, keinginan, dan harapan nasional. Dengan menciptakan karakter protagonis, seperti pahlawan super dan anggota militer, film-film Hollywood mampu memengaruhi persepsi publik sehingga merasakan sifat kepahlawanan AS.

Budaya memainkan peran penting dalam menjalankan agenda diplomasi publik sehingga artikel jurnal selanjutnya ditulis oleh Seow Ting Lee yang memberikan penjelasan mengenai aspek budaya sebagai instrumen diplomasi.<sup>23</sup> Lee menggunakan film *Parasite* untuk menganalisis sumber daya nasional Korea Selatan dengan pendekatan *soft power*. Dari ketiga sumber utama *soft power* yang

---

<sup>22</sup> Emrah Aydemir, "Use of Hollywood as a Soft Power Tool in Foreign Policy Strategy of the United States of America," *International Journal of Humanities and Social Science Invention* 6, no. 11 (November 2017): 79–83.

<sup>23</sup> Seow Ting Lee, "Film as Cultural Diplomacy: South Korea's Nation Branding through *Parasite* (2019)," *Place Branding and Public Diplomacy* 18, no. 2 (6 Januari 2021): 93–104, <https://doi.org/10.1057/s41254-020-00192-1>.

dipaparkan oleh Nye, film tersebut berfokus pada penyebaran budaya dengan memanipulasi citra Korea Selatan sebagai daya tarik. Diplomasi melalui film *Parasite* juga termasuk bagian dari kebijakan Korea Selatan yang mulai mengembangkan diplomasi publik dan *nation branding* berdasarkan pembangunan nasional. Bertujuan untuk mencapai kepentingan bersama, film tersebut menyorot beberapa isu nyata yang terjadi di Korea Selatan, terutama ketimpangan sosial. Dengan begitu, film *Parasite* secara tidak langsung menunjukkan nilai negara yang menjunjung tinggi kesetaraan.

Artikel jurnal terakhir yang akan mendukung penelitian ini ditulis oleh Adrian Athique yang membahas mengenai *soft power* India melalui film Bollywood, terutama dalam aspek budaya.<sup>24</sup> Athique mencantumkan argumen Nye yang menyatakan bahwa film Bollywood India merupakan bentuk nyata dari *soft power* dalam skala global. Dengan menggunakan strategi Hollywood, kini Bollywood dinilai sebagai representasi dari budaya India. Melalui film-filmnya, Bollywood berhasil menciptakan citra baru bagi India dalam ranah internasional sebagai masyarakat yang modern dan dinamis. Menurut Athique, Bollywood juga berhasil menentang persepsi lama publik yang menganggap bahwa India merupakan masyarakat terbelakang. Berdasarkan pendekatan dari Nye, film Bollywood berhasil memanfaatkan sumber daya *soft power*.

Seluruh artikel jurnal tersebut berkontribusi sebagai referensi dalam penelitian ini untuk membantu menghubungkan film atau serial TV dengan indikator *soft power* menurut Nye sehingga menjadi instrumen diplomasi publik.

---

<sup>24</sup> Adrian Athique, "Soft Power, Culture and Modernity: Responses to Bollywood Films in Thailand and the Philippines," *International Communication Gazette* 81, no. 5 (24 September 2018): 1–20, <https://doi.org/10.1177/1748048518802234>.

Berdasarkan sumber dan tujuannya, film dan serial TV mampu membentuk persepsi publik dan menjalankan agenda politik suatu negara. Film dan serial TV pun harus meliputi ketiga sumber *soft power* yang ditetapkan oleh Nye agar dapat digunakan sebagai instrumen diplomasi publik. Namun, seluruh artikel terdahulu belum membahas sumber *soft power* AS dalam serial *Emily in Paris* sebagai instrumen diplomasi publik. Maka, demi menciptakan kebaruan dan mengisi kekosongan, penelitian ini menggunakan serial *Emily in Paris season* pertama sebagai upaya diplomasi publik AS berdasarkan ketiga sumber utama *soft power* menurut Nye.

### 1.5. Kerangka Pemikiran

Akibat perkembangan zaman, kekuatan negara tidak lagi didefinisikan oleh kekerasan dan paksaan, tetapi kemampuannya untuk memberikan pengaruh tanpa cara yang koersif. Kenneth Boulding berpendapat bahwa kekuatan memerlukan unsur ancaman yang melibatkan kemampuan untuk menghancurkan, kekuatan ekonomi untuk memproduksi, dan kekuatan integratif untuk menciptakan hubungan.<sup>25</sup> Oleh karena itu, kekuatan terbagi menjadi *hard power* yang menggunakan kekerasan dan *soft power* atau wajah kedua dari kekuatan. *Soft power* bertumpu pada kemampuan untuk memengaruhi pihak lain melalui kerja sama, nilai-nilai politik dan budaya, kebijakan, serta aset-aset yang tidak substansial lainnya.<sup>26</sup> Indikator tersebut dapat meningkatkan ketertarikan atau preferensi dari negara lain sehingga negara yang mengimplementasikan pendekatan *soft power* dapat mencapai agenda politiknya tanpa melakukan paksaan.

---

<sup>25</sup> Kenneth E. Boulding, *Three Faces of Power* (London: Sage Publications, Inc., 1989).

<sup>26</sup> *Ibid.*

Menurut Joseph Nye, *soft power* bukan hanya kemampuan untuk menggerakkan pihak lain melalui argumen, melainkan juga untuk memikat dan menarik. Dengan kata lain, *soft power* mengandalkan kemampuan dalam membentuk persepsi dan preferensi pihak lain, yang dalam hal ini adalah negara. Hal tersebut menjadi pembeda antara *hard power* dan *soft power*, dimana *hard power* cenderung berbentuk perintah, sedangkan *soft power* berbentuk spektrum perilaku.<sup>27</sup> Kemampuan tersebut umumnya berkaitan dengan aset yang imaterial atau tidak berwujud. Berdasarkan sumber dayanya, *soft power* adalah aset yang menghasilkan daya tarik. Nye sendiri telah menetapkan tiga sumber utama dari *soft power*, yaitu budaya yang merefleksikan keindahan suatu negara, nilai politik yang dianut oleh negara tersebut secara domestik dan internasional, serta kebijakan luar negeri yang menunjukkan legitimasi dan otoritas moralnya.<sup>28</sup>

Budaya sebagai salah satu sumber utama merupakan nilai dan praktik yang mengandung makna sehingga, untuk memanfaatkannya dalam pendekatan *soft power*, harus mencakup nilai universal dengan kepentingan bersama.<sup>29</sup> Budaya terbagi lagi menjadi beberapa jenis, seperti seni, pendidikan, dan bahkan budaya populer yang meliputi hiburan massal. Suatu negara dengan budaya yang memiliki nilai universal dan berfokus pada kepentingan bersama berpotensi untuk mencapai tujuannya dengan mudah karena terdapat hubungan daya tarik. Salah satunya adalah AS sebagai negara hegemoni yang diuntungkan oleh budaya

---

<sup>27</sup> Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: PublicAffairs, 2004), 7.

<sup>28</sup> Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (Maret 2008): 94–109, <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>.

<sup>29</sup> Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: PublicAffairs, 2004), 11.

universalismenya.<sup>30</sup> Namun, indikator budaya dalam pendekatan *soft power* memiliki titik lemah terkait penggunaannya. Aset *soft power* terkadang dianggap sama dengan sumber daya budaya yang, meskipun membantu menghasilkan, nyatanya penggunaan sumber daya budaya sebagai aset *soft power* harus tergantung pada konteks.<sup>31</sup>

Nilai politik suatu negara umumnya terkandung dalam budaya populer, seperti film dan serial TV. Sebagai cerminan dari identitas negara, baik secara domestik maupun internasional, nilai-nilai politik sering beriringan dengan kebijakan luar negeri. Contoh dari nilai yang dianut dan diberlakukan secara domestik adalah ideologi, seperti demokrasi atau liberalisme. Sementara itu, bentuk lain dari nilai yang ditonjolkan oleh negara di ranah internasional adalah partisipasi aktifnya dalam berbagai kegiatan dan kerja sama antarnegara. Terkait kebijakan luar negeri, suatu negara umumnya mempromosikan nilai yang mendukung kepentingan bersama, seperti hak asasi manusia, keadilan, dan kesetaraan.<sup>32</sup>

Ketiga sumber utama *soft power* tersebut dapat dimobilisasikan melalui kegiatan internasional, seperti diplomasi sebagai bagian dari *soft power* itu sendiri. Berkaitan dengan teori sebelumnya, diplomasi merupakan salah satu alat komunikasi antarnegara yang tidak jarang memanfaatkan aset *soft power* negaranya. Seiring dengan berjalannya waktu, diplomasi mengalami pergeseran ke era baru yang melibatkan lebih banyak aktor, pendekatan, dan struktur yang bervariasi. Bagi Cull, hal tersebut terjadi karena pertumbuhan aktor internasional

---

<sup>30</sup> *Ibid.*

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> *Ibid.*

dan perkembangan teknologi sebagai media komunikasi yang efektif.<sup>33</sup> Salah satu jenis diplomasi yang termasuk ke dalam kategori era baru adalah diplomasi publik, yang mana targetnya merupakan masyarakat asing. Dalam pengimplementasiannya, diplomasi publik dilakukan dari pemerintah dengan tujuan untuk memberikan atau menyebarkan pemahaman terkait kepentingan, nilai, ide, dan kebijakan suatu negara kepada masyarakat asing.<sup>34</sup>

Diplomasi publik dapat dipahami sebagai instrumen politik yang memengaruhi psikologi publik dengan membentuk persepsi tertentu, dimana tujuan dari implementasinya adalah mempromosikan kepentingan nasional dan kebijakan luar negerinya. Oleh sebab itu, diplomasi publik tidak bergantung sepenuhnya pada kekuatan, tetapi kemampuan berdiplomasi untuk melakukan negosiasi, menjalin hubungan baik, dan memengaruhi pihak lain. Implementasi diplomasi publik sendiri dapat dijalankan oleh aktor non-negara karena fokusnya adalah tindakan yang dilakukan oleh negara, baik secara langsung maupun tidak. Menurut Bruce Gregory, tindakan apapun dan siapapun aktor yang melaksanakannya dapat dianggap sebagai diplomasi publik selama kemampuan tersebut dikuasai. Kemudian, Nye berargumen bahwa tolak ukur kesuksesan dari efektivitas diplomasi publik adalah perubahan pikiran yang datanya dapat diperoleh melalui wawancara atau jajak pendapat (survei).<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past* (Los Angeles: Figueroa Press, 2009), 1–61.

<sup>34</sup> Elena Gurgu dan Aristide Dumitru Cociuban, “The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization,” *Annals of “Spiru Haret” Economic Series* 16, no. 2 (7 Juli 2016): 125, <https://doi.org/10.26458/16210>.

<sup>35</sup> Joseph S. Nye, “Public Diplomacy and Soft Power,” *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1 (Maret 2008): 94–109, <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>.

Menurut Mark Leonard, diplomasi publik memiliki tiga dimensi yang sama pentingnya.<sup>36</sup> Dimensi pertama adalah komunikasi sehari-hari dengan menjadikan masyarakat asing sebagai target. Tujuan dari dimensi pertama adalah menyampaikan nilai yang terkandung dalam kebijakan dalam dan luar negeri.<sup>37</sup> Dimensi kedua adalah komunikasi yang dilakukan secara strategis dalam bentuk kampanye politik atau periklanan. Hal tersebut ditujukan untuk mempromosikan, lagi-lagi, nilai dan kebijakan suatu negara.<sup>38</sup> Terakhir, dimensi ketiga adalah perluasan hubungan antarnegara melalui program-program, seperti beasiswa, pertukaran pelajar, pelatihan, seminar, dan konferensi, serta akses terhadap saluran media.<sup>39</sup> Selain itu, diplomasi publik juga memiliki fokus utama yang meliputi diplomasi budaya, pertukaran, dan penyiaran internasional.

## **1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1.6.1. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu studi mendalam mengenai fenomena atau peristiwa tertentu. Menurut John Creswell, metode kualitatif dalam penelitian adalah alat atau sarana yang digunakan untuk memahami makna dari suatu kelompok atau individu terhadap isu sosial atau kemanusiaan.<sup>40</sup> Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini diperdalam dengan metode analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*). Sue Thomas berpendapat bahwa metode analisis wacana kritis dapat diaplikasikan untuk

---

<sup>36</sup> Mark Leonard, "The Three Dimensions of Public Diplomacy," dalam *Public Diplomacy* (London: The Foreign Policy Centre, 2002), 8–21.

<sup>37</sup> *Ibid.*, 12.

<sup>38</sup> *Ibid.*, 14.

<sup>39</sup> *Ibid.*, 18.

<sup>40</sup> John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches.*, 3rd ed. (Sage Publications, Inc., 2009).



memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kehidupan sosial.<sup>41</sup> Menurut Norman Fairclough dan Ruth Wodak, dalam metode ini, bahasa dianggap sebagai praktik sosial sehingga konteks penggunaan bahasa menjadi penting karena berkaitan dengan hubungan antara bahasa dan kekuasaan.<sup>42</sup> Dalam konteks ini, bahasa digunakan untuk mengkomunikasikan aturan dan nilai.

Berkaitan dengan analisis sumber *soft power* AS dalam serial *Emily in Paris season* pertama yang terdiri dari 10 episode secara keseluruhan, terdapat beberapa indikator dalam metode analisis wacana kritis yang digunakan. Merujuk pada konsep Fairclough, terdapat tiga tingkatan atau dimensi dalam mengaplikasikan metode ini, yaitu tingkat situasi sosial dimana wacana terjadi, tingkat institusi sosial yang membentuk wacana tersebut, dan tingkat masyarakat secara keseluruhan. Ketiga dimensi tersebut membentuk persepsi mengenai apa yang dibawa seseorang ke dalam produksi dan interpretasi, serta membantu memberikan pemahaman terkait apa yang terjadi, diproduksi, dan ditafsirkan.<sup>43</sup>

### 1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang dilakukan di dalam penelitian berbasis metode kualitatif terbagi menjadi tiga kategori, yaitu primer, sekunder, dan tersier. Berdasarkan ketiga kategori tersebut, penulis menggunakan data sekunder dan tersier dalam proses pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini. Data sekunder berasal dari informasi-informasi berbasis dokumen (*document-based research*) yang telah dilakukan atau dikumpulkan oleh pihak selain penulis, seperti

---

<sup>41</sup> Bronwyn Ewing, "Theorizing Critical Discourse Theory and Analysis for Investigating Mathematics Classrooms," *Creative Education* 8, no. 13 (2017): 2076, <https://doi.org/10.4236/ce.2017.813140>.

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> *Ibid.*, 2077.

artikel jurnal, buku, situs web, laporan resmi, dan publikasi pemerintah.<sup>44</sup> Sementara itu, data tersier merupakan data berbasis internet (*internet-based research*) yang data-data pendukungnya diperoleh melalui media. Metode kualitatif yang diaplikasikan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dalam proses pengumpulan datanya untuk memastikan validitas data, dimana untuk mencari data diperlukan beberapa sumber terpercaya.

Dengan melakukan pengumpulan data melalui sumber data sekunder, interpretasi data yang dilakukan oleh penulis adalah studi literatur berbentuk eksplanasi. Pengaplikasian teknik analisis data eksplanatif mengartikan bahwa data yang disajikan oleh penulis akan melalui pemilihan dan pengolahan sebelum ditulis dalam bentuk narasi. Setelah proses pengumpulan dan pengolahan data dilakukan, penulis menganalisis indikator-indikator *soft power* menurut Nye yang terdapat di dalam serial *Emily in Paris season* pertama sebagai instrumen diplomasi publik. Selanjutnya, penulis mengaitkan hasil analisis dengan fenomena yang diteliti sehingga mampu menjawab pertanyaan penelitian yang diangkat.

### 1.7. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi menjadi beberapa bagian, dimana **Bab 1** merupakan bagian pendahuluan. Bab ini berisi gambaran umum terkait penelitian dan informasi dasar yang dapat mendukung penelitian. Gambaran umum berangkat dari penjelasan terkait *soft power* dan diplomasi publik yang kemudian mengantarkan kepada posisi AS sebagai negara peringkat pertama dalam daftar indeks *soft power* global. Selanjutnya, pembahasan terkait AS dijelaskan lebih mendalam, seperti

---

<sup>44</sup> Joop J. Hox dan Hennie R. Boeije, "Data Collection, Primary vs. Secondary," *Encyclopedia of Social Measurement* 1 (2005): 593–99, [http://www.joophox.net/publist/ESM\\_DCOL05.pdf](http://www.joophox.net/publist/ESM_DCOL05.pdf).

pengelolaan sumber *soft power* dan pemanfaatannya untuk mencapai kepentingan nasional. Secara keseluruhan, bab ini menjelaskan variabel yang akan dibahas dalam bab berikutnya agar alur penelitian ini tersusun dengan jelas. Bab ini juga memaparkan fokus dari penelitian yang memunculkan masalah dan pertanyaan penelitian untuk dijawab dalam bagian selanjutnya.

**Bab 2** membahas mengenai ketiga sumber utama *soft power* menurut Nye yang dimiliki oleh AS. Dalam bagian ini, penulis menjelaskan perkembangan instrumen budaya, nilai politik, dan kebijakan luar negeri AS yang kemudian dikaitkan dengan potensi dan pemanfaatannya. Bagian ini juga menyinggung mengenai Hollywood sebagai salah satu aset *soft power* terbesar milik AS, seperti sejarah singkat dan kerjasamanya dengan pemerintah. Kemudian, penjelasan dilanjutkan dengan memaparkan sumber-sumber *soft power* yang umumnya terkandung dalam film-film Hollywood dan kontribusinya kepada negara.

**Bab 3** membahas mengenai ketiga sumber utama *soft power* menurut Nye yang terdapat dalam serial *Emily in Paris season* pertama. Bagian ini mengungkapkan budaya, nilai, dan kebijakan luar negeri AS sebagai identitas nasional yang terefleksikan dalam serial tersebut. Dalam bagian ini, penulis juga memberikan penjelasan mengenai keterkaitan antara indikator *soft power* dan serial *Emily in Paris* sebagai instrumen diplomasi publik yang berhasil membentuk persepsi publik akan AS.

**Bab 4** berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi, dan saran yang ditemukan oleh penulis dalam prosesnya. Dalam membuat kesimpulan, penulis memberikan penjelasan terkait serial *Emily in Paris* yang memiliki indikator *soft*

*power* sehingga menjadi instrumen diplomasi publik untuk mencapai agenda politik, yaitu menyebarkan budaya dan nilai suatu negara.