

@KemluRI :Diplomasi Publik Digital?

Erna Kurniawati¹, Iva Rachmawati², Machya Astuti Dewi³

¹ *International Relations Department, UPN 'Veteran' Yogyakarta, Indonesia*

SUBMISSION TRACK

Received : 24 November 2019
Final Revision : 24 April 2020
Available Online : 30 May 2020

KEYWORD

Digital Diplomacy, Ministry of Foreign Affairs, Facebook, mutual understandings

KATA KUNCI

Diplomasi Digital, Kementerian Luar Negeri, Facebook, Saling Kesepahaman.

CORRESPONDENCE

E-mail : iva.rachma@gmail.com

ABSTRACT

In line with the idea of the importance of using digital technology in the practice of diplomacy, the Indonesia Ministry of Foreign Affairs through the Directorate of Information and Public Diplomacy initiates efforts to carry out practical public diplomacy through a number of social media including Facebook. This article questions the meaning of digital diplomacy by the Indonesian Ministry of Foreign Affairs through Facebook, which has been held since 2010. Through the interpretive method of uploading news on the Ministry of Foreign Affairs facebook between 2018-2019 and the response given to netizen comments, this article proposes the assumption that the Ministry of Foreign Affairs is still interpreting digital diplomacy as disseminating tool only. The purpose of digital diplomacy as part of public diplomacy in order to mutual understanding and sharing values are not yet fully accommodated.

ABSTRAK

Sejalan dengan ide mengenai pentingnya penggunaan teknologi digital pada praktek diplomasi maka Kementerian Luar Negeri melalui Direktorat Informasi dan Diplomasi Publik menginisiasi upaya untuk menyelenggarakan praktis diplomasi publik melalui sejumlah media sosial termasuk facebook. Artikel ini menyoal pemaknaan diplomasi digital oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia melalui Facebook yang sudah mulai diselenggarakan semenjak tahun 2010. Melalui metode interpretif atas berita unggahan pada facebook Kementerian Luar Negeri antara tahun 2018-2019 dan respon yang diberikan atas komentar netizen, maka artikel ini mengajukan asumsi bahwa Kementerian Luar Negeri masih memaknai diplomasi digital sebagai alat diplomasi yang sederhana, yaitu sebagai diseminasi informasi publik. Tujuan diplomasi digital sebagai bagian dari diplomasi publik guna memengaruhi persepsi publik belum sepenuhnya diakomodasi.

Pendahuluan

Ide Habermas mengenai komunikasi dan kesadaran nampaknya memberi pengaruh signifikan dalam perkembangan diplomasi publik. Komunikasi telah merubah paradigma kerja menjadi paradigm komunikasi dimana apa yang menentukan perubahan sosial bukanlah semata-mata perkembangan kekuatan produksi atau teknologi melainkan proses belajar. Teknologi dan atau faktor lain dapat mengubah masyarakat bila masyarakat mengintegrasikannya ke dalam tindakan komunikatif. Tindakan komunikatif adalah interaksi yang diperantarai secara linguistic yang bertujuan untuk mencapai saling pengertian yang ditandai dengan adanya kesepakatan yang didasarkan atas kesadaran. Melalui tindakan komunikatif setiap aktor berusaha mencapai pemahaman bersama dan mengoordinasikan tindakan atas dasar pertimbangan yang rasional, konsensus dan kerjasama dibandingkan tindakan yang semata-mata hanya mengabdikan kepada kepentingan masing-masing¹. Ide tersebut kemudian memberi pondasi bagi diselenggarakannya sebuah dialog terbuka guna ditumbuhkannya saling kesepahaman. Pada situasi dimana setiap negara menyadari konsekuensi atas keberadaannya dalam sistem internasional² maka Mitzen³ menengarai bahwa perlu sebuah dialog dimana setiap negara dimungkinkan berada dalam kondisi yang sejajar sehingga setiap peserta selalu akan berusaha membuat diri mereka sendiri mampu didengar oleh peserta yang lain melalui argumentasi yang dapat diterima oleh yang lain.

¹ Roger Bolton. "Habermas's Theory of Communicative Action And the Theory of Social Capital". (Paper read at Meeting of Association of American Geographers. Colorado. April 2005).

² Robert Jackson dan Georg Sorensen. *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999. Hal. 98

³ Jennifer Mitzen. "Reading Habermas in Anarchy: Multilateral Diplomacy and Global Public Spheres". *The American Political Science Review*. Vol. 99 No. 3. Thn. 2005.

Pengakuan terhadap pentingnya kesadaran dan pemahaman bersama antar aktor internasional yang lebih luas mendorong studi diplomasi publik untuk berkembang. Upaya-upaya untuk menyebarkan nilai dan tujuan nasional sebuah negara diharapkan mampu membentuk opini publik yang positif dan dengan demikian respon yang juga positif dapat diperoleh oleh negara yang bersangkutan. Tidak salah apabila diplomasi public juga disebut sebagai *battle of ideas*, karena diplomasi ini berusaha menjangkau ide yang berada dalam benak setiap aktor yang ada, baik pemerintah maupun individu atau kelompok⁴.

Teknologi komunikasi telah membuat perubahan yang signifikan dalam komunikasi termasuk dalam cara memengaruhi orang lain. Ammon⁵ dan Gilboa⁶ menunjukkan pentingnya media dalam memengaruhi hubungan antar negara. Kesadaran atas pentingnya peran media termasuk new media dalam diplomasi publik mendorong Amerika membentuk DOT atau Digital Outreach Team pada tahun 2006. Melalui DOT, pemerintah Amerika berusaha memberikan gambaran kepada publik betapa merugikannya akibat dari terorisme melalui sejumlah video dan data-data grafik⁷. Hal yang sama juga dilakukan oleh Inggris dengan membentuk UK FCO atau United Kingdom of Foreign and Commonwealth Office pada tahun 1995.

⁴ Iva Rachmawati. *Diplomasi Publik: Meretas Jalan bagi harmony Hubungan antar Negara*. Yogyakarta: Calpulis. Thn. 2016. Hal. 110-111.

⁵ Royce Ammon. *Global Television and the Shaping of World Politics: CNN, Telediplomacy and Foreign Policy*. McFarland: Jefferson NC. Thn. 2001.

⁶ Eytan Gilboa. "The Global News Networks and US Policymaking in Defense and Foreign Affairs". The Shorestein Center on the Press, Politics and Public Policy. Cambridge: Kennedy School of Government. Thn. 2002.

⁷ Matthew Wallin. "The Challenges of the Internet and Social Media in Public Diplomacy". *American Security Project*. 1100 New York Avenue, NW Suite 710W. Washington, DC. Thn. 2013. Hal. 9.

Digital diplomasi lebih sering dipahami sebagai penggunaan internet dan teknologi komunikasi dan informasi baru untuk membantu penyelenggaraan tujuan-tujuan diplomasi⁸. Namun bagi Holmes⁹ digital diplomasi tidak sekedar penggunaan internet dalam memberikan atau memperoleh informasi melainkan sebuah strategi mengelola perubahan melalui alat digital dan kolaborasi virtual dan juga alat untuk memperbaiki citra dan reputasinya dalam dunia internasional Manor dan Segev¹⁰ dan memperluas jaringan serta pengaruh¹¹.

Kemampuan sebuah platform media sosial Kementerian Luar Negeri dalam memengaruhi persepsi publik dan bahkan memperoleh dukungan positif publik¹² menjadi penting karena media sosial milik kementerian luar negeri merupakan sarana yang paling dekat dan cepat dalam berkomunikasi (berdialog) dengan berbagai

aktor khususnya aktor non negara¹³. Merujuk hal tersebut maka, ukuran untuk dapat menyatakan bahwa kinerja sebuah media sosial sudah cukup baik atau belum, perlu dibuat. Sevin dan Inghoff¹⁴ mencoba membuat ukuran untuk menunjukkan bagaimana diplomasi digital diselenggarakan oleh negara melalui analisis dua langkah yaitu analisa terhadap relasi dan konten informasi. Sevin dan Inghoff mengklaim bahwa ukuran tersebut dapat menjelaskan bagaimana sebuah akun beroperasi (Twitter) dan bagaimana minat audiens terhadap akun tersebut. Sedangkan penilaian terhadap konten menunjukkan bagaimana konten dapat memengaruhi persepsi audien melalui respon mereka yang ditunjukkan dengan dukungan baik melalui kalimat, tanda menyukai atau me-repost. Selain melihat konten media sosial, ukuran perlu dibuat untuk melihat bagaimana pengguna dan pemilik saling berinteraksi¹⁵. Interaksi atau komunikasi dialogis adalah setiap negosiasi yang mempertukarkan ide dan pendapat. Adapun komunikasi dialogis ditentukan oleh kemudahan pertemuan / akses, konservasi pengunjung (artinya bahwa pengguna harus disimpan di situs web dan tidak disesatkan oleh tautan ke halaman lain), terdapat kunjungan kembali, memberikan informasi yang bermanfaat kepada berbagai publik, dan mempertahankan loop dialogis¹⁶. Hal ini merujuk pada kata kunci dari digital diplomasi adalah dialog guna menumbuhkan saling kesepahaman dan

⁸ Dev Lewis. "Digital Diplomacy". <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>. 2014. Diunduh 1 Maret 2019; F. Fanson. "Baked in and Wired: eDiplomacy@State." Paper Series, number 30 of 32 October: 1–41. Brookings Institute Foreign Policy 2012.

⁹ M. Holmes. "The Future of Digital Diplomacy", dalam C. Bjola dan M Holmes (ed) *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. New York: Routledge. Thn 2015. Hal. 15.

¹⁰ I. Manor dan C. Segev. "America's Selfie: How The US Portrays Itself On Its Social Media Accounts", dalam Bjola, C, and Holmes, M. (ed) *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. New York: Routledge. Thn. 2015.

¹¹ Olubukola S. Adesina. 2017. "Foreign Policy In An Era Of Digital Diplomacy". *Cogent Social Sciences* 3: 1297175. Doi 10.1080/23311886.2017.1297175; Brian Hocking. "The End(s) of Diplomacy". *International Journal* Vol. 53, No. 1 (Winter, 1997/1998); E. A. Yepsen. "Practicing Successful Twitter Public Diplomacy: A Model and Case Study of U.S. Efforts in Venezuela." *CPD Perspectives on Public Diplomacy*, Paper 6. Los Angeles, CA: USC Center on Public Diplomacy. Thn 2012.

¹² Wiekke Renken. "Social Media Use in Public Diplomacy A Case Study of the German Missions' Facebook use Thesis MSc in Strategic Public Relations". *Thesis*. Lund University. Thn. 2014.

¹³ Theunissen, P., & Wan Noordien, W. N. "Revisiting The Concept "Dialogue" In Public Relations". *Public Relations Review*, 38(1). Elsevier, Thn. 2012. Hal. 10

¹⁴ Efe Sevin dan Diana Inghoff. "Public Diplomacy on Social Media: Analyzing Networks and Content". *International Journal of Communication* 12. University of Southern California. Thn. 2018.

¹⁵ *Ibid*.

¹⁶ M. L.Kent dan Taylor, M. "Building Dialogic Relationships Through The World Wide Web". *Public Relations Review*, 24(3). Elsevier. Thn. 1998. Hal. 325.

Publik Digital?

pengertian baik antara negara dan publik baik di dalam maupun di luar negeri.

Riset atas praktek digital diplomasi terhadap Kementerian Luar Negeri Indonesia, pernah dilakukan Dwikardana et. al¹⁷. Riset tersebut menelaah mengenai praktek diplomasi digital Kementerian Luar Negeri. Riset tersebut mengklaim bahwa praktek digital diplomasi oleh Kementerian Luar Negeri yang diselenggarakan oleh 10 Akun twitter Direktorat milik Kementerian Luar Negeri 81 Akun Twitter milik KBRI dan KJRI dan dinilai cukup aktif. Hal ini didasarkan atas jumlah unggahan dan follower serta like.

Riset atas penyelenggaraan media sosial oleh Kementerian Luar Negeri menjadi penting dilakukan untuk melihat apakah perubahan dalam desain media sosial milik Kementerian Luar Negeri tersebut telah berjalan sesuai dengan nafas perubahan yang diinginkan. Artikel ini merupakan hasil riset atas media sosial Facebook milik Kementerian Luar Negeri Indonesia dengan mempertimbangkan selain jumlah unggahan tetapi juga engagement yang dilihat dari repost, likes dan juga balasan yang dilakukan admin. Hal tersebut menjadi pertimbangan karena perubahan diplomasi publik yang tidak lagi sebagai alat informasi publik tetapi sebagai alat strategis diplomasi publik membangun kesepahaman dan ikatan dengan publik.

Metode Penelitian

Dalam kajian ini dipergunakan metode kualitatif untuk menganalisis konten akun facebook Kementerian Luar Negeri @Kemlu_RI dalam kurun waktu dua tahun yaitu tahun 2017-2018 dan 2018-2019. Pada kurun waktu tersebut terdapat 500 unggahan yang akan dianalisis

¹⁷ Sapta Dwikardana., Ph.D. et.al. 2017. "Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia". *Laporan Penelitian Mono Disiplin*. Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

kontennya sekaligus respon yang diberikan baik oleh netizen maupun oleh Kementerian Luar Negeri.

Respon menjadi salah satu tolok ukur yang penting dalam analisis konten pada akun Kementerian Luar Negeri tersebut karena sejalan dengan perubahan tujuan dari diplomasi digital adalah membangun kepercayaan dan kesepahaman. Mengacu pendapat Martin Buber, dialog merupakan kegiatan yang mengikutsertakan didalamnya lebih dari satu partisipan untuk saling menyampaikan ide dan informasi kepada yang lain. Sifat komunikasinya yang resiprokal dan multijalur menjadikannya sebagai akthitas yang sarat dengan kesempatan untuk bertukar ide dan informasi. Meski demikian, semua itu tidak serta merta dapat menumbuhkan ikatan yang lebih baik antara partisipan. Martin Buber membedakan dialog dalam 2 bentuk yaitu *technical dialog* dan *genuine dialog*. *Technical dialog* lebih merujuk pada kerja pertukaran ide dan informasi semata. Sementara yang kedua, lebih merujuk pada upaya-upaya untuk membangun saling kesepahaman dengan menekan dorongan untuk mendominasi yang lain dan tidak selalu berakhir dengan persetujuan¹⁸. Keduanya memberi kontribusi positif pada diplomasi publik tentu saja dengan target yang berbeda-beda

Hasil dan Pembahasan

Di Indonesia, pemanfaatan diplomasi digital (dalam makna penggunaan internet guna membantu pekerjaan diplomasi), telah dimulai segera setelah reformasi Kementerian Luar Negeri dilakukan pada tahun 2002. Dikeluarkannya Keputusan Presiden Nomor 81 Tahun 2010 tentang

¹⁸ Yaro Kalman. "Martin Buber". *The Quarterly Review of Comparative Education*. UNESCO: International Bureau of Education. Vol. XXIII, no. 1/2, 1993; W.J. Morgan dan Guilherme A., "I and Thou: The Educational Lessons of Martin Buber's Dialogue with the Conflicts of His Time". *Education, Philosophy and Theory*, 44 (9). Thn. 2010.

Publik Digital?

Grand Design Reformasi Birokrasi 2010-2025, dan Roadmap Reformasi 13 Birokrasi 2010-2014 melalui Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 20 Tahun 2010, menjadikan upaya benah diri memperoleh momentum baru termasuk dalam penggunaan software dan hardware.

Secara lebih spesifik pengakuan atas pentingnya diplomasi digital dijelaskan melalui Peraturan Menteri Luar Negeri No 2 Tahun 2016. Namun, dalam Peraturan Menteri tersebut diplomasi digital hanya merupakan bagian dari dukungan media dan juru bicara. Artinya, Diplomasi Digital hanya menjadi alat untuk memastikan adanya hubungan baik antara Kementerian Luar Negeri dengan media dan publik. Peraturan Menteri Luar Negeri No 2 tahun 2016 tersebut merujuk pada Keputusan Kementerian Luar Negeri Nomor SK.01/B/RO//IV/2015/01 tentang Rencana Strategis Kementerian Luar Negeri 2015-2019, khususnya pada bagian proses pencapaian sasaran strategis. Di dalamnya, diplomasi digital menjadi salah satu aktifitas diplomasi yang dipergunakan sebagai alat untuk mencapai sasaran strategis.

Hal ini kemudian direvisi melalui Keputusan Menteri Luar Negeri No. 84/B/RO/I/2017/01 tahun 2017 tentang perubahan peta Strategi dan Indikator Kerja Utama Kementerian Luar Negeri Indonesia. Keputusan Menteri Luar Negeri 2017 tersebut menandai bahwa Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia tidak hanya menempatkan diplomasi digital sebagai alat diseminasi informasi saja melainkan menjadikannya sebagai bagian dari fungsi yang lebih strategis.

Sampai pada poin tersebut, nampak bahwa fasilitas digital yang diwujudkan dalam new media/media sosial ditujukan sebagai alat diplomasi publik yaitu untuk membangun kesepahaman dan berbagi nilai yang sama baik dengan publik di dalam negara maupun publik di luar negara. Merujuk pada visi misi yang tertuang pada

Rencana Strategis Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik (Ditjend IDP), bahwa Ditjend IDP merupakan penjuror penguatan citra positif Indonesia, maka diplomasi digital sebagai bagian dari alat strategis harus mampu menjadi pendukung utama kinerja Ditjend IDP.

Merujuk pada perubahan tersebut maka, sudah semestinya media sosial yang dibuat oleh Kementerian Luar Negeri semenjak tahun 2010 tersebut juga mengalami perubahan pada prakteknya. Tidak lagi menjadi alat bagi diseminasi informasi tetapi juga menjadi alat guna membangun kepercayaan dan membangun kesepahaman atas sejumlah isu terkait, khususnya kebijakan luar negeri Indonesia. Hal tersebut semata-mata dilakukan untuk mendukung kebijakan luar negeri pemerintah Republik Indonesia¹⁹.

@KemluRI

Akun media sosial Facebook milik Kementerian Luar Negeri. @KemluRI, dibuat semenjak tahun 2010 dan telah diikuti oleh 74.739 orang hingga Oktober 2019. Akun ini dibuat sebagai salah satu bentuk implementasi Kementerian Luar Negeri untuk memperluas jangkauan komunikasi dan pelayanan terhadap kebijakan luar negeri Indonesia. Abdurrahman Mohammad Fachir dalam pidato pembukaan pada acara Experts Meeting on Digital Diplomacy in yang diselenggarakan oleh Kementerian Luar Negeri dan Center for Digital Society (CfDS) Fisipol UGM pada Mei 2017, menyatakan bahwa diplomasi harus mampu menjawab tantangan digital. Dunia digital mengubah peserta dan mendorong semangat keterbukaan dan transparansi. Perkembangan digital telah menciptakan sumber paradigma baru, Dengan begitu, diplomasi harus merebut kembali ranah informasi publik dan membeberkan

¹⁹ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/portal/id>. Diunduh 18 Maret 2020.

Publik Digital?

informasi yang akurat, cepat dan benar²⁰. Realisasi dari apa yang disampaikan tersebut dapat ditemukan dalam Laporan Kinerja Kementerian Luar Negeri tahun 2018 pada Bagian Sasaran Strategis: Diplomasi Digital dan Informasi Hubungan Luar Negeri yang Kuat. Pada laporan tersebut disebutkan, Kementerian Luar Negeri mengklaim bahwa “Hubungan Luar Negeri yang Sistematis dan Kuat” adalah sebesar 60,17%. Nilai capaian tersebut diperoleh dari realisasi IKU (Indikator Kinerja Utama) “Persentase pemberitaan positif media massa nasional terhadap kebijakan Hubungan Luar Negeri RI” sebesar 96,31%, “Persentase pemberitaan positif media massa internasional terhadap kebijakan Hubungan Luar Negeri RI” sebesar 83,12%, “Peningkatan impresi dan engagement pada media sosial Kemenlu” sebesar 140,39%, “Persentase peningkatan jumlah pengunjung Portal Situs Kemlu” sebesar 46,29%, dan “Peringkat Keterbukaan Informasi Publik” adalah peringkat 9.

IKU pertama dan kedua merupakan hasil refinement dari IKU tahun 2017 yaitu IKU “Persentase sentimen positif pada media massa online dan media sosial terhadap kebijakan hubungan Polugri RI” dan . IKU ketiga merupakan refinement IKU “Persentase impresi dan interaksi pada media sosial Kemenlu”. Sementara itu, IKU persentase peningkatan jumlah pengunjung portal situs Kemlu merupakan IKU baru di Tahun 2018, sehingga capaiannya tidak dapat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Capaian sasaran strategis Diplomasi Digital dan Persentase Impresi dan Interaksi pada Media Sosial Kemenlu dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Capaian B.4 Tahun 2018

Y33	IKU	Targe 2018 (%)	Bobot 2018 (%)	Rea isasi 2017 (%)	Realisasi 2018 (%)	Capaian 2018 (%)	Realisasi (Realisasi dibagi target dikali bobot) (%)
1	Persentase pemberitaan positif media massa nasional thd kebijakan Hubungan Luar Negeri RI*)	90	20	96,31	96,36	107,07	21,41
2	Persentase pemberitaan positif media massa internasional thd kebijakan Hubungan Luar Negeri RI*)	20	20	88,31	83,12	92,36	30
3	Persentase peningkatan impresi dan engagement pada media sosial Kemenlu	20	20		140,39	701,96	140,39
4	Persentase peningkatan jml pengunjung Portal Situs Kemlu**)	20	20		46,29	462,90	90,58
5	Peringkat keterbukaan informasi publik	15	20		9	140	28
Rata-Rata Capaian B4							60,17

Sumber: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. *Laporan Kinerja Tahun 2018*.

<https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9MS0pfS2VtZW5sdV8yMDE4LnBkZg>. Diunduh November 2019.

Narasi yang dibangun oleh Kementerian Luar Negeri atas diplomasi digital mengacu konsep diplomasi digital

²⁰ Anon. 2017. “Experts Meeting on Digital Diplomacy: Indonesian Public Diplomacy Strategy in the Digital Era”. <http://cfds.fisipol.ugm.ac.id/article/132/experts-meeting-on-digital-diplomacy-indonesian-public-diplomacy-strategy-in-the-digital-era>. Diunduh November 2019.

Publik Digital?

sebagai alat untuk menyebarluaskan informasi dan pembangu-nan citra positif bangsa. Merujuk pada hal tersebut Kementerian Luar Negeri lalu melakukan klaim bahwa sejumlah upaya yang mereka lakukan tersebut telah mampu memperoleh sejumlah capaian yang cukup baik melalui tiga kategori, yaitu impresi dan engagemen pada media sosial Kemlu, jumlah pengunjung dan peningkatan keterbukaan informasi (sebagian dibangun melalui media *mainstream* dan sebagian lain melalui *new media*).

Terlihat di dalam tabel bahwa terdapat peningkatan persentase impresi dan engagement pada media sosial Kemenlu dan persentase peningkatan jumlah pengunjung Portal Situs Kemlu yang cukup signifikan. Kementerian Luar Negeri mengklaim bahwa Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik telah menyelesaikan naskah narasi besar media sosial Kemlu. Narasi besar ini merupakan suatu acuan dalam menjalankan diseminasi informasi di media sosial terkait diplomasi dan kebijakan hubungan luar negeri bagi Kemlu dan Perwakilan RI. Narasi besar berupa tagar #IniDiplomasi yang diturunkan menjadi 4 (empat) tagar lain yang mencerminkan prinsip utama kebijakan hubungan luar negeri RI, yaitu: #NegaraMelindungi (pelindungan WNI dan BHI), #IndonesiaUntukDunia (peran Indonesia di forum internasional), #DemiNKRI (diplomasi terkait kedaulatan NKRI), dan #RintisKemajuan (diplomasi ekonomi). Sementara itu, untuk Perwakilan RI, dibuat tagar #IndonesiaWay untuk mencerminkan upaya diplomasi RI di negara-negara akreditasi. Tagar-tagar tersebut telah rutin digunakan oleh Kemlu maupun perwakilan RI dalam diseminasi informasi di media sosial.

Kementerian Luar Negeri juga mengklaim telah memperoleh peningkatan persentase impresi dan *engagement* pada Media Sosial Kemenlu sebesar 20%, tercatat realisasi jumlah impresi dan *engagement* sebanyak 70,28 juta selama

tahun 2018. Dalam mendukung pencapaian IKU tersebut, Kementerian Luar Negeri menyelenggarakan 2 (dua) kegiatan sebagaimana target pada IKU dimaksud, yaitu Pengelolaan Media Digital dan *Digital Diplomacy Gathering* (DDG).

Pada bulan Mei 2018, Kemlu telah melaksanakan *workshop* pengelolaan media digital dan *audio visual*. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi para pengelola informasi di Kementerian Luar Negeri guna mendukung proses diseminasi informasi. *Workshop* dimaksud menghadirkan para narasumber yang memberikan materi seputar pengelolaan media sosial, penyusunan agenda *setting* media sosial, teknik penyusunan press release yang baik, dan teknik pengambilan foto berita.

Sepanjang tahun 2018, kegiatan *Digital Diplomacy Gathering* (DDG) telah dilaksanakan sebanyak 6 (enam) kali. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan sinergi antar satuan kerja di Kemlu dalam pengelolaan dan diseminasi informasi di Portal Situs dan media sosial Kemlu. Dalam pertemuan dibahas mengenai agenda *setting* diseminasi informasi, pemutakhiran konten statis dan kebijakan Portal Situs Kemlu, finalisasi buku putih strategi diplomasi digital, finalisasi Permenlu tentang pengelolaan media digital Kemlu dan Perwakilan RI, serta koordinasi antaranggota Tim SIMAN Kemlu²¹.

@KemluRI sebagai Komunikasi Dialogis

Perkembangan konsep diplomasi digital tidak lagi menempatkannya sebagai alat bagi diseminasi informasi dan membangun persepsi positif semata. Digital diplomasi telah sampai pada konsep dimana ia merupakan upaya untuk menjalin komunikasi intersubjektif guna menumbuhkan saling kesepahaman. Hal ini menjadi kata kunci dari diplomasi digital karena saling kesepahaman diyakini mampu mendorong dukungan positif bagi

²¹ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, *Loc.Cit.*

Publik Digital?

kebijakan luar negeri Indonesia baik yang berasal dari publik domestik maupun publik di luar negara. Konsep diplomasi digital bergerak ke arah tersebut karena ia berkembang dari diplomasi publik. Diplomasi publik adalah sebuah bentuk praktek diplomasi yang telah didefinisikan sebagai instrumen yang digunakan oleh negara untuk memahami budaya, sikap dan perilaku, membangun dan mengelola hubungan dan memengaruhi pikiran dan memobilisasi tindakan untuk memajukan kepentingan dan nilai-nilai mereka²². Tujuan-tujuan tersebut mendapati jalan yang jauh lebih luas melalui diplomasi digital karena fasilitas digital memberi kesempatan untuk menjangkau lebih banyak publik secara *real time*. Platform sosial media juga menyediakan kesempatan untuk menyelenggarakan interaksi, meningkatkan kerikatan dan memperoleh tujuan dari diplomasi itu sendiri²³.

Dengan demikian dapat dipahami secara sederhana bahwa, diplomasi digital tidak lagi hanya dapat dilihat sebagai upaya diseminasi informasi semata. Ia juga tidak dapat hanya diukur dari jumlah kedatangan netizen ke situs media sosial terkait dan lalu membagikan atau memberi 'like'. Bukan berarti poin-poin tersebut merupakan kekeliruan dalam pengukuran, melainkan karena tujuan diplomasi digital yang seharusnya menghasilkan sebuah kesepahaman. Dan oleh karena tujuan yang jauh lebih dalam tersebut, maka ukuran yang semestinya dipergunakan adalah jumlah dialog dan kedalaman dialog yang terjadi dalam setiap unggahan Kemenlu di

dalam media sosialnya tersebut. Hal ini menunjukkan seberapa responsif Kemenlu terhadap netizen dan seberapa dalam pihak Kemenlu berusaha untuk membangun kesepahaman melalui dialog.

Pada riset yang dilakukan atas unggahan Kementerian Luar Negeri selama dua tahun yaitu tahun 2017-2018 dan 2018-2019, pada @KemluRI tercatat ada 500 unggahan. Ke- 500 unggahan tersebut terdiri atas 1. Informasi mengenai institusi Kementerian Luar Negeri, 2. Informasi mengenai kegiatan diplomasi dan kegiatan Kementerian Luar Negeri RI, 3. Informasi mengenai kegiatan kementrain lain, 4. Informasi mengenai kegiatan menteri luar negeri, 5. Informasi mengenai isu internasional dan 6. Informasi mengenai isu internasional yang melibatkan Indonesia.

Klasifikasi tersebut dibuat untuk menelaah tidak saja jenis-jenis unggahan Kemlu untuk mengetahui informasi apa saja yang dibagikan tetapi juga ingin melihat nilai/persepsi apa saja yang ingin dibagikan dan disepahamkan.

Pada isu pertama, informasi mengenai institusi Kementerian Luar Negeri, terdapat 89 kali unggahan. Unggahan tersebut seperti yang terlihat pada Gambar 1, unggahan mengenai institusi merupakan unggahan berupa informasi mengenai kegiatan yang terkait dengan institusi dan pengembangan institusi Kemenlu sendiri. Informasi tersebut penting karena informasi tersebut terkait dengan upaya Kemenlu untuk meningkatkan kapasitas dirinya sebagai pelayan publik.

²² J. Melissen. "Public Diplomacy." dalam A. Cooper, J. Heine, R. Thakur (ed.), *The oxford handbook of modern. diplomacy* (pp. 436–452). (Oxford: Oxford University. Press. Thn . 2013. Hal. 436.

²³ A. Fisher. *The Use Of Social Media In Public Diplomacy: Scanning E-Diplomacy By Embassies In Washington, DC*. <https://takefiveblog.org/2013/02/19/the-use-of-social-media-in-public-diplomacy-scanning-e-diplomacy-by-embassies-in-washington-dc/>



Gambar. 1. Unggahan @Kemlu RI #capaian

Sumber: <https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Unggahan kedua adalah informasi terkait kegiatan diplomasi dan kegiatan Kementerian Luar Negeri RI. Unggahan ini sebanyak 247 dalam 2 tahun, yang meliputi upaya diplomasi Indonesia yang biasanya diikuti tagar #IniDiplomasi atau #IndonesiaUntuk Dunia, seperti pada Gambar 2.



Gambar. 2. Unggahan @Kemlu RI #kontribusi

Sumber:

<https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Unggahan ketiga adalah segala informasi mengenai kegiatan Kementerian lain dan terdapat 42 unggahan dalam 2 tahun. Aktifitas kementerian lain tersebut antara lain kerjasama perdagangan, prestasi olahraga dan juga pagelaran kesenian Indonesia di dalam maupun luar negeri, seperti pada Gambar 3, berikut ini:



Gambar. 3. Unggahan @Kemlu RI #expo
 Sumber:
<https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Pada isu keempat, unggahan @Kemlu RI merupakan unggahan mengenai kegiatan Menteri Luar Negeri yang terdapat 58 unggahan dalam 2 tahun. Kegiatan tersebut antara lain memberikan kuliah umum, menghadiri kegiatan internasional seperti pameran foto Investing in Peace di Markas Besar PBB, menerima perwakilan negara lain / kunjungan Menteri Luar Negeri negara lain dan lain sebagainya, seperti pada Gambar 4, berikut ini.



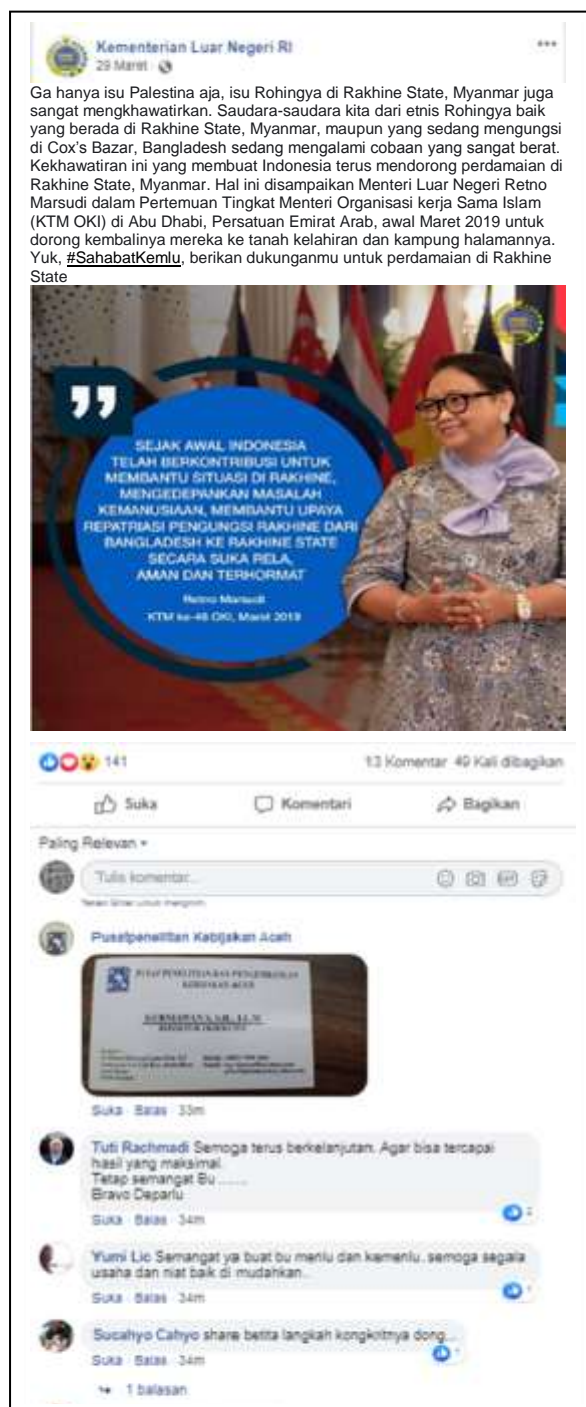
Gambar. 4. Unggahan @Kemlu RI #menlu
 Sumber:
<https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Isu kelima adalah mengenai isu internasional yang menjadi perhatian dunia. Dalam kurun waktu dua tahun terdapat 23 unggahan yang dilakukan oleh @KemluRI. Seruan terhadap penghentian pembangunan pemukiman ilegal di Isreal, pernyataan Indonesia terhadap bom di Srilanka, dan lain sebagainya, seperti pada Gambar 5



Gambar. 5. Unggahan @Kemlu RI #israel
Sumber: <https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Hal terakhir yang ditemukan dalam @KemluRI adalah isu mengenai isu Internasional dimana Indonesia terlibat langsung didalamnya.



Gambar. 6. Unggahan @Kemlu RI #rohingya
Sumber: <https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Pada isu ini terdapat 41 unggahan yang dilakukan Kemenlu dalam 2 tahun. Unggahan tersebut antara lain informasi mengenai upaya Kemenlu dalam menyelenggarakan Program pelatihan Bina Damai untuk mendukung Perdamaian di

Afganistan dan isu Rohingya dimana Indonesia berpartisipasi secara aktif sebagai mediator, seperti pada unggahan pada Gambar 6.

Terkait dengan informasi yang disediakan, maka portal @KemluRI tersebut cukup aktif dan informatif. Namun demikian, jika dilihat dari respon yang diberikan oleh @KemluRI sangat sedikit komentar netizen yang dibalas atau dijawab oleh admin @KemluRI. Artinya, pada setiap unggahan tersebut nyaris tidak terjadi dialog yang mampu memengaruhi persepsi publik. Persepsi publik dibiarkan terbentuk dari satu unggahan @KemluRI saja. Dengan demikian, fasilitas dialogis yang disediakan oleh sebuah media sosial tidak dipergunakan oleh admin @KemluRI untuk berinteraksi dengan netizen. Seakan-akan yang terbentuk masih berupa komunikasi monolog yang hanya berasal dari satu pihak saja.

Interaksi dialogis antara netizen dan KemluRI sesungguhnya dapat menjadi jembatan untuk membangun nilai yang sama atas sebuah fenomena tertentu. Merujuk pada pendapat Berger dan Luckmann²⁴, proses intersubjektif dapat membantu individu untuk memperoleh pengetahuan bersama. Melalui media (termasuk didalamnya media sosial) individu berbagi biografi atau pengalaman yang sama dan kemudian saling mengidentifikasi diri mereka dalam kelompok dengan sistem nilai yang sama juga. Ketika telah terhubung dalam pengetahuan yang sama, individu dalam kelompok akan mudah saling mengimitasi pemikiran dan perilaku kelompok.

Pentingnya dialog juga ditekankan oleh Zaharna²⁵ karena tujuan diplomasi publik

tidak hanya memberi informasi kepada publik tentang kebijakan negara atau mempengaruhi mereka namun menumbuhkan kesadaran. Sehingga Zaharna mendorong dialog sebagai upaya untuk melibatkan para pemangku kepentingan agar terlibat lebih dalam pada proyek diplomasi publik.

Pada Gambar 7 terlihat komentar sejumlah netizen yang tidak direspon oleh @KemluRI padahal hal tersebut terkait dengan kiprah Indonesia di dalam DK PBB yang diyakini oleh Kementerian Luar Negeri sebagai sebuah diplomasi yang strategis.

²⁴ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. *Tafsir Sosial atas Kenyataan. Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: Penerbit LP3ES. Thn. 2012. Hal. 92.

²⁵ RS. Zaharna. "The Public Diplomacy Challenges of Strategic Stakeholder Engagement". International Studies Association Conference, Montreal, March 15-19. Thn. 2011. SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2194113> or

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2194113> Diunduh November 2019.



Gambar. 7. Unggahan @Kemlu RI #DKPBB1
 Sumber: <https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Sejumlah pertanyaan mengenai hal-hal teknis seperti paspor, akta cerai dan persoalan tenaga kerja Indonesia di luar negeri sama sekali tidak memperoleh respon pada laman tersebut. Demikian pula dengan pertanyaan dan atau komentar terkait dengan isu-is strategis yang terkait

langsung dengan persoalan penting seperti sawit. Pada Gambar 8 terdapat kutipan isu sawit yang diunggah oleh @KemluRI tetapi tidak terjadi dialog yang cukup berarti terkait dengan isu strategis tersebut. Isu sawit merupakan isu yang cukup krusial di Indonesia yang sudah sepatutnya dikaji lebih baik melalui dialog.



Gambar. 8. Unggahan @Kemlu RI #sawit
 Sumber: <https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Terlebih lagi jika Kementerian Luar Negeri berencana melakukan diplomasi sawit tentu dibutuhkan dukungan publik yang berasal dari kesamaan persepsi mengenai pengelolaan sawit di Indonesia. Selama ini isu sawit sarat dengan isu pelanggaran HAM dan lingkungan.

Isu lain yang juga sangat strategis bagi Indonesia adalah isu Papua. Dari 500 unggahan, unggahan pada Gambar 9 adalah unggahan dengan komentar terbanyak yaitu 35 komentar. Meskipun demikian, sama dengan unggahan yang lain tidak ada respon apapun dari @KemluRI.



Gambar. 9. Unggahan @Kemlu RI #papua
Sumber: <https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Isu yang juga tidak kalah pentingnya adalah peran Indonesia dalam DK PBB. Hal ini tentu merupakan isu yang strategis bagi kiprah Indonesia di dunia yang membutuhkan dukungan penuh dari warga negara Indonesia sendiri. Dialog yang mendalam atas hal ini tentu sangat dibutuhkan guna membentuk persepsi yang sama mengenai pentingnya peranan Indonesia dalam DK PBB. Respon terhadap netizen kembali tidak diberikan oleh admin @KemluRI seperti pada Gambar 10.



Gambar 10. Unggahan @Kemlu RI #DKPBB2
Sumber: <https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>

Publik Digital?

Ketiadaan dialog atau respon admin @KemluRI terhadap komentar dan atau pertanyaan netizen menutup ruang bagi dialog dan pada akhirnya menutup jembatan bagi pemahaman yang sama mengenai sebuah isu politik dalam dan luar negeri. Ketidadaan netizen asing yang singgah dalam laman @KemluRI ini juga membatasi pengaruh yang ingin disebarkan Kemenlu pada publik di luar negara.

Satu hal positif yang dapat dilihat dari unggahan-unggahan tersebut adalah, unggahan tersebut dibagikan kembali oleh sejumlah netizen. Bagi Sevin dan Ingehoff²⁶ tentu hal ini merupakan ukuran yang positif atas respon netizen. Artinya, sejumlah netizen menganggapnya positif dan perlu dibagikan ulang melalui akun mereka masing-masing. Penyebarluasan informasi semacam ini dapat menjadi dukungan positif bagi diplomasi digital Kementerian Luar Negeri.

Kesimpulan dan Saran

Merujuk pada konsepsi diplomasi digital yang bertujuan untuk membangun saling kesepahaman dan nilai yang sama, dapat disimpulkan bahwa dari sampel 500 unggahan kementerian Luar Negeri pada @KemluRI sepanjang tahun 2017-2018 dan 2018-2019 belum dapat memenuhi tujuan tersebut. Tidak ada satupun komentar dan atau pertanyaan netizen yang terlihat direspon oleh admin @KemluRI pada laman <https://www.facebook.com/Kemlu.RI/>.

Pdahal respon sangat penting guna menumbuhkan kepercayaan publik.

Dengan demikian, tidak pernah terjadi dialog yang menjadi kata kunci dari pembangunan kesepahaman dan pembangunan persamaan persepsi dan nilai. Jika tidak ditemukan dialog sebagai bentuk obyektivasi sebuah ide maka sulit untuk dapat mengatakan bahwa upaya diplomasi melalui @KemluRI sebagai sebuah upaya diplomasi digital selain

hanya merupakan diseminasi informasi saja. @KemluRI juga belum mampu menjadi wadah bagi diplomasi strategis sejumlah isu penting Indonesia. Seperti yang ditemukan dalam lama tersebut isu penting seperti sawit, Papua dan peran internasional Indonesia tidak dibangun sebagai sebuah wacana publik. Kementerian Luar Negeri Indonesia sudah semestinya mampu menjadikan @Kemlu RI sebagai sebuah alat diplomasi yang jitu dalam membingkai sejumlah isu penting guna memperoleh dukungan baik publik domestik maupun publik internasional.

²⁶ Sevin dan Ingehoff. *Op. Cit.*

DAFTAR PUSTAKA

- Adesina, Olubukola S. 2017. "Foreign Policy In An Era Of Digital Diplomacy". *Cogent Social Sciences* 3: 1297175. Doi 10.1080/23311886.2017.1297175
- Ammon, Royce. *Global Television and the Shaping of World Politics: CNN, Telediplomacy and Foreign Policy*. McFarland: Jefferson NC. Thn. 2001.
- Anon. 2017. "Experts Meeting on Digital Diplomacy: Indonesian Public Diplomacy Strategy in the Digital Era". <http://cfd.s.fisipol.ugm.ac.id/article/132/experts-meeting-on-digital-diplomacy-indonesian-public-diplomacy-strategy-in-the-digital-era>. Diunduh November 2019.
- Berger, Peter L. dan Thomas Luckmann. *Tafsir Sosial atas Kenyataan. Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: Penerbit LP3ES. Thn. 2012.
- Biro Perencanaan Dan Organisasi Sekretariat Jenderal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. . "Reformasi Birokrasi Kementerian Luar Negeri Hasil-Hasil Yang Ingin Dicapai Babak Baru Sebuah Perubahan Menuju Kementerian Luar Negeri Yang Lebih Baik". (Jakarta: Kemntrian Luar Negeri, 2013)
<https://www.kemlu.go.id/Other%20Documents/Reformasi%20Birokrasi/Reformasi%20Birokrasi%20Kementrian%20Luar%20Negeri%20Hasil-Hasil%20yang%20Dicapai.pdf>. Diunduh 1 Maret 2019.
- Bolton, Roger. "Habermas's Theory of Communicative Action And the Theory of Social Capital". (Paper read at Meeting of Association of American Geographers. Colorado. April 2005).
- Dwikardana, Sapta Ph.D. "Transformasi Strategi Diplomasi di Era Digital: Identifikasi Postur Diplomasi Digital di Indonesia". Laporan Penelitian Mono Disiplin. Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan . Thn 2017.
- Fisher, A. *The Use Of Social Media In Public Diplomacy: Scanning E-Diplomacy By Embassies In Washington, DC*. <https://takefiveblog.org/2013/02/19/the-use-of-social-media-in-public-diplomacy-scanning-e-diplomacy-by-embassies-in-washington-dc/>
- Gilboa, Eytan. "The Global News Networks and US Policymaking in Defense and Foreign Affairs". The Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy. Cambridge: Kennedy School of Government. Thn. 2002.
- Hanson, F. "Baked in and Wired: eDiplomacy@State." Paper Series, number 30 of 32 October: 1–41. Brookings Institute Foreign Policy. Thn. 2012.
- Hocking, Brian. "The End(s) of Diplomacy". *International Journal* Vol. 53, No. 1 (Winter, 1997/1998)
- Holmes, M. "The Future Of Digital Diplomac", dalam Bjola, C, and Holmes, M. (eds) *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. New York: Routledge. Thn. 2015.
- Kent, M. L., & Taylor, M. "Building Dialogic Relationships Through The World Wide Web". *Public Relations Review*, 24(3). Elsevier. Thn. 1998.
- Lewis, Dev. "Digital Diplomacy". <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>. 2014. Diunduh 1 Maret 2019.
- Kemntrian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/portal/id>. Diunduh 18 Maret 2020.
- Manor, I. and C. Segev. "America's Selfie: How The US Portrays Itself On Its Social Media Accounts". dalam Bjola, C, and Holmes, M. (eds) *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. New York: Routledge. Thn. 2015.

Erna Kurniawati, Iva Rachmawati, Machya Astuti Dewi | @KemluRI :Diplomasi Publik Digital?

- Melissen, J. Public diplomacy. In A. Cooper, J. Heine, R. Thakur (Eds.), *The Oxford handbook of modern diplomacy* (pp. 436–452). Oxford: Oxford University Press. Thn. 2013.
- Mitzen, Jennifer.. “Reading Habermas in Anarchy: Multilateral Diplomacy and Global Public Spheres”. *The American Political Science Review*. Vol. 99 No. 3. August 2005.
- Morgan, W.J dan Guilherme A., “I and Thou: The Educational Lessons of Martin Buber’s Dialogue with the Conflicts of His Time”. *Education, Philosophy and Theory*, 44 (9). Thn. 2010.
- Rachmawati, Iva. *Diplomasi Publik: Meretas Jalan bagi harmony Hubungan antar Negara*. Yogyakarta: Calpulis. Thn. 2016.
- Renken, Wiekke.. “Social Media Use in Public Diplomacy A Case Study of the German Missions’ Facebook use Thesis MSc in Strategic Public Relations”. Thesis. Lund University. Thn. 2014.
- Sevin, Efe dan Diana Ingenhoff. “Public Diplomacy on Social Media: Analyzing Networks and Content”. *International Journal of Communication* 12. University of Southern California. Thn. 2018.
- Shakirov, Oleg. “Russian Digital Diplomacy in 2016”. *The State of Digital Diplomacy*. <http://www.sodd16.com/russian-digital-diplomacy-in-2016-oleg-shakirov/>. Diunduh 1 Maret 2019.
- Theunissen, P., & Wan Noordin, W. N. “Revisiting The Concept “Dialogue” In Public Relations”. *Public Relations Review*, 38(1). Elsevier. Thn. 2012.
- Wallin, Matthew. “The Challenges of the Internet and Social Media in Public Diplomacy”. American Security Project. 1100 New York Avenue, NW Suite 710W. Washington, DC. Thn. 2013.
- Yaron, Kalman. “Martin Buber”. *The Quarterly Review of Comparative Education*. UNESCO: International Bureau of Education. Vol. XXIII, no. 1/2, 1993.
- Yepsen, E. A. “Practicing Successful Twitter Public Diplomacy: A Model and Case Study of U.S. Efforts in Venezuela.” *CPD Perspectives on Public Diplomacy*, Paper 6. Los Angeles, CA: USC Center on Public Diplomacy. Thn. 2012.
- Zaharna,RS. “The Public Diplomacy Challenges of Strategic Stakeholder Engagement”. *International Studies Association Conference*, Montreal, March 15-19. Thn. 2011. SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2194113> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2194113> Diunduh November 2019.