

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi dalam komunikasi internasional yang ditandai dengan munculnya Diplomasi Digital (*E-Diplomacy*).¹ Diplomasi digital merupakan salah satu strategi pemerintah yang memanfaatkan perangkat media sosial sebagai alat utama untuk membangun citra negara.² Pada tahun 2018 saja, lebih dari 97% dari 193 negara anggota PBB memiliki kehadiran resmi di media sosial.³ Hal tersebut menunjukkan tren baru negara dalam pelaksanaan diplomasi konvensional yang beralih ke arah yang lebih modern.

Amerika Serikat (AS) adalah negara yang menjadi pionir utama dalam mengimplementasikan diplomasi digital melalui politik luar negerinya.⁴ Pada tahun 2002, AS mendirikan Divisi Elektronik yang bernama Office of E-Diplomacy.⁵ Tujuan dari diplomasi digital AS adalah untuk memperbaiki persepsi publik di beberapa negara Islam di dunia, termasuk Indonesia.⁶ Demi mencapai tujuan tersebut, AS mendirikan American Spaces yang merupakan pusat budaya dan informasi pertama di dunia. American Spaces merupakan realisasi dari upaya

¹ Ahmad Saudi, 'Analisa Peran Diplomasi Digital Dalam Komunikasi Internasional', Jurnal Komunikasi Dan Media 5, no. 2 (2020).

² Diplomacy And and Global Security, 'Peran Media Sosial Instagram dalam Diplomasi Publik Indonesia terhadap Negara Palestina', JOURNAL Jurnal Mahasiswa Magister Hubungan Internasional 1, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.36859/dgsj.v1i1.2863>.

³ Matthias Lüfkens, 'Twiplomacy Study 2018', Belgrade Initiative, 10 July 2018, https://www.bidd.org.rs/twiplomacy-study-2018/?utm_.

⁴ Era Kartikasari and Tundjung Linggarwati, 'Penggunaan Twitter dalam Diplomasi Digital China di Masa Pandemi Covid-19 (The Use of Twitter in China's Digital Diplomacy during The Covid-19 Pandemic)', in Jurnal Hubungan Internasional Peradaban, vol. 1.

⁵ Saudi, 'Analisa Peran Diplomasi Digital Dalam Komunikasi Internasional'.

⁶ Andis Samiaji, Muh Bahruddin, and Endik Hidayat, Konstruksi Citra Negara dan Diplomasi Publik Melalui @america di Kalangan Masyarakat Muslim Indonesia.

diplomasi publik AS yang sangat besar, mencakup 650 lokasi yang telah didirikan di 150 negara.⁷ American Spaces tersebar di dunia, termasuk di Indonesia, yang terbagi menjadi 12 American Corner, Voice of Istiqlal dan @america di Jakarta.⁸ Salah satu yang terbesar di Indonesia adalah @america, yang merupakan Pusat Kebudayaan Amerika yang dioperasikan di bawah Kedutaan Besar AS di Jakarta dan memiliki mandat untuk menjadi ruang interaksi bagi kaum muda Indonesia.⁹

Hadirnya @america memiliki tujuan untuk mengubah persepsi masyarakat Indonesia terhadap AS.¹⁰ Indonesia menjadi perhatian khusus bagi pemerintah AS karena Indonesia memiliki populasi muslim terbesar di dunia, dengan total 271 juta jiwa atau 87% dari penduduk Indonesia beragama Islam.¹¹ Pada tahun 2023, pemerintah AS yang di bawah Presiden Joe Biden mengadakan agenda *joint statement* resmi yang meningkatkan hubungan kedua negara menjadi *Comprehensive Strategic Partnership* yang menandakan bahwa Indonesia menjadi mitra prioritas dalam kebijakan luar negeri AS.¹² Hal tersebut terlihat dari penyaluran anggaran pelaksanaan diplomasi AS di Indonesia sebesar 143,5 triliun rupiah pada tahun 2023.¹³

⁷ U.S. Embassy & Consulates in Indonesia, 'American Spaces', accessed 10 December 2025, <https://id.usembassy.gov/id/education-id/american-spaces-id/>.

⁸ Savero Aristia Wienanto, 'Kedubes AS Buka American Corner Dan EducationUSA Center Yang Baru Untuk Dorong Kerja Sama Pendidikan', *Tempo* (Jakarta), 20 November 2024, <https://bit.ly/48ZSmj1>.

⁹ EducationUSA, 'Tentang @america', accessed 10 December 2025, <https://atamerica.or.id/id/tentang-kami/>.

¹⁰ Samiaji, Bahrudin, and Hidayat, 'Konstruksi Citra Negara dan Diplomasi Publik Melalui @america di Kalangan Masyarakat Muslim Indonesia'.

¹¹ Michael Lipka, 'Muslims and Islam: Key Findings in the U.S. and around the World', *Pew Research Center* (Washington, DC 20004 USA), 9 August 2017, <https://bit.ly/4shWKRv>.

¹² U.S. Embassy Jakarta, 'Pernyataan Bersama Pemimpin Amerika Serikat Dan Republik Indonesia: Meningkatkan Hubungan Menjadi Kemitraan Strategis Komprehensif', Kedutaan Besar Dan Konsulat AS Di Indonesia, 15 November 2023, <https://bit.ly/4qBBey9>.

¹³ United States Advisory Commission on Public Diplomacy, *2024 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy & International Broadcasting Focus on FY 2023 Budget Data* (2023).

Pelaksanaan diplomasi digital AS didasarkan pada persepsi publik Indonesia terhadap citra negara AS yang fluktuatif, sering naik turun dan tidak stabil. Ini disebabkan oleh invasi Israel ke Palestina yang semakin memanas, tapi AS memilih memberikan dukungan terhadap Israel.¹⁴ Dukungan AS terhadap Israel sangat kontras dengan kebijakan luar negeri Indonesia yang mendukung kemerdekaan Palestina.¹⁵ Hal tersebut membuat persepsi negatif masyarakat Indonesia terhadap AS memanas, terlihat dari aksi unjuk rasa yang diikuti oleh lebih dari 700 orang di depan Kedutaan Besar AS di Jakarta tahun 2023. Aksi demonstrasi disertai dengan tindakan protes besar-besaran terhadap sikap AS yang selalu membela Israel dan pembakaran terhadap bendera AS.¹⁶ Berdasarkan survei, AS berada pada urutan kedua sebagai negara yang tidak disukai oleh warga Indonesia.¹⁷

Kemudian, konflik Palestina dan Israel juga menyebabkan terjadinya pemboikotan terhadap produk AS yang berafiliasi dengan negara Israel sehingga berdampak pada penurunan drastis pembelian produk makanan dan minuman merek AS sebesar 53% pada tahun 2024.¹⁸ Akibatnya, merek global seperti McDonald's, Unilever, dan Starbucks menjadi produk utama sasaran boikot karena berafiliasi dengan entitas pro-Israel.¹⁹ Merek KFC menjadi korban dengan kerugian terbesar dari aksi boikot ini, di mana pada tahun 2024 KFC resmi menutup 47 gerai

¹⁴ CNN Indonesia, 'Beda Indonesia & Amerika Hadapi Konflik Israel-Hamas', You Tube, 30 August 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=Jr5te3Y2BLk>.

¹⁵ CNN Indonesia, 'Beda Indonesia & Amerika Hadapi Konflik Israel-Hamas'.

¹⁶ Indra Yoga, 'Protes Dukungan AS Pada Israel, Ratusan Massa Datangi Kedubes AS Dan Bakar Bendera', *VOA Indonesia*, 11 October 2023, <https://bit.ly/49knSao>.

¹⁷ Anggota Aropi, *PERS RILIS MEDIAN Solusi Dua Negara Palestina-Israel, Kinerja Pemerintah & Isu-Isu Nasional Teraktual* (Jakarta, 2025).

¹⁸ Nabila Suci Andini, 'Dampak Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Kategori Makanan Dan Minuman Di E-Commerce Indonesia', *Compas.Co.Id*, 2024, <https://bit.ly/4q7o3gw>.

¹⁹ Mayvi Aisyah, 'Dampak Ekonomi Gerakan Boikot Produk Pro-Israel Pada Negara: Studi Kasus Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 3 (June 2025).

dan memecat 2.274 pegawai, yang membuat kerugian mencapai 557 miliar rupiah. Aksi boikot ini didukung oleh mayoritas masyarakat Indonesia, terutama setelah rilisnya fatwa oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengimbau umat Islam untuk tidak membeli produk pro-Israel.²⁰ Dampak dari boikot ini menyebabkan ketidakstabilan ekonomi AS dan penurunan pendapatan negara.

Menyadari persepsi negatif yang timbul pada masyarakat dapat menjadi ancaman bagi kepentingan strategis AS.²¹ Kepentingan AS adalah mengubah persepsi publik di negara-negara mayoritas muslim, dengan menampilkan diri sebagai negara yang moderat, menjunjung tinggi hak asasi manusia, dan tidak memusuhi Islam. AS menggunakan Instagram @america sebagai alat diplomasi digitalnya guna mengubah persepsi negatif masyarakat Indonesia terhadap AS. Instagram @america tercatat memposting sebanyak 60 lebih postingan setiap bulannya dengan rata-rata 2-3 postingan setiap harinya pada tahun 2024. Dan pada tahun yang sama terjadi peningkatan jumlah warga negara Indonesia yang melakukan pertukaran pelajar singkat ke AS sebesar 28,6% dan 10% pelajar Indonesia yang melanjutkan studinya.²² Hal tersebut disebabkan oleh karena selain @america sebagai pusat kebudayaan, instansi ini juga menyediakan konsultasi pendidikan ke AS.²³

Keberhasilan @america terlihat dari pelaksanaan 10.000 program, didatangi lebih dari 2 juta pengunjung, dan keanggotaan komunitas yang berjumlah 70.000

²⁰ Mayvi Aisyah, 'Dampak Ekonomi Gerakan Boikot Produk Pro-Israel Pada Negara: Studi Kasus Indonesia'.

²¹ Andis Samiaji, Muh Bahruddin, and Endik Hidayat, Konstruksi Citra Negara dan Diplomasi Publik Melalui @america di Kalangan Masyarakat Muslim Indonesia.

²² U.S. Embassy Jakarta, 'Siaran Pers: Semakin Banyak Pelajar Indonesia Memilih Program Pascasarjana Dan Pendidikan Jangka Pendek Di AS', Kedutaan Besar Dan Konsulat AS Di Indonesia, 18 November 2024.

²³ U.S. Embassy & Consulates in Indonesia, 'American Spaces'.

orang.²⁴ Keberhasilan itu tidak lepas dari digitalisasi @america dengan memanfaatkan Instagram sebagai salah satu alat diplomasi digital AS. Pemilihan Instagram @america dikarenakan memiliki jumlah pengikut sebesar 88,3 ribu. Hal tersebut lebih tinggi daripada jumlah pengikut dari pusat budaya asing lainnya seperti King Sejong Institute, Confucius Institute, British Council serta Institut Francis Indonesia. Alasan pemilihan media sosial Instagram daripada media sosial lainnya adalah karena memiliki 1,35 miliar pengguna aktif pada 2023.²⁵ Jumlah tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan Twitter dengan pengguna aktif 557 juta pada tahun yang sama.²⁶ Dengan jumlah penggunanya yang masif, Instagram dapat menjangkau publik yang lebih luas walaupun *followers* di suatu akun memiliki batasan. Hal ini membuat Instagram menjadi media penting bagi diplomasi digital AS untuk tujuan membentuk citra positif pada masyarakat Indonesia.

Lalu, setelah melakukan kajian literatur pada artikel terdahulu, terlihat bahwa penelitian yang mengkaji diplomasi digital AS melalui Instagram @america di Indonesia masih terbatas. Hal ini terlihat dari mayoritas penelitian yang berfokus pada pelaksanaan diplomasi publik AS secara umum tanpa mengupas secara mendalam pelaksanaan diplomasi digital melalui media sosial tertentu, seperti Instagram dalam memengaruhi publik luar negeri. Hasil kajian literatur menunjukkan adanya gap penelitian yang menarik untuk diteliti mengenai diplomasi digital.

²⁴ U.S. Embassy Jakarta, 'HUT Ke-15 @america Bertema "Igniting Inspiration and Innovation"', Id.Usembassy.Gov, 6 December 2025, <https://bit.ly/3LjfxM5>.

²⁵ Statista, 'Number of Instagram Users Worldwide from 2020 to 2025', 25 November 2025, <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>.

²⁶ Statista, 'Jaringan Sosial Paling Populer Di Seluruh Dunia Pada Februari 2025, Berdasarkan Jumlah Pengguna Aktif Bulanan', 19 November 2025, <https://bit.ly/4si3H5z>.

1.2 Rumusan Masalah

AS sebagai aktor utama diplomasi publik memanfaatkan Instagram @america untuk membangun kembali citra positifnya di kalangan masyarakat Indonesia pasca dukungannya terhadap Israel dalam konflik Palestina dan Israel. Respons negatif masyarakat Indonesia terlihat dari aksi unjuk rasa di Kedutaan Besar AS pada 2023 yang memicu boikot produk AS. Boikot ini menyebabkan penurunan pembelian produk makanan dan minuman merek AS sebesar 53% pada 2024, dengan KFC mengalami kerugian terbesar mencapai 557 miliar rupiah. Di tengah penurunan citra tersebut, AS memanfaatkan Instagram @america sebagai alat diplomasi digital untuk mengubah persepsi publik. Hal ini menunjukkan komitmen AS dalam memperbaiki citranya melalui diplomasi digital. Di tengah intensnya penggunaan media digital dalam diplomasi publik AS, kajian akademik yang secara spesifik membahas diplomasi digital AS melalui Instagram masih sangat minim. Melihat kekurangan tersebut, penelitian ini tertarik untuk mengetahui diplomasi digital yang dilakukan oleh AS dengan mempelajari Instagram @america.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian yang hendak dijawab dari penelitian ini adalah “Bagaimana diplomasi digital Amerika Serikat melalui Instagram @america di Indonesia?”

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk s diplomasi digital Amerika Serikat melalui Instagram @america di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Secara akademis, hasil penelitian ini berpotensi memperkaya wawasan mahasiswa Hubungan Internasional dan berfungsi sebagai rujukan untuk studi lanjutan, terutama yang berfokus pada analisis upaya diplomasi digital melalui platform Instagram. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengambilan kebijakan luar negeri yang berkaitan dengan diplomasi digital terutama melalui Instagram dan diharapkan dapat memberikan gambaran kepada Kedutaan Besar Amerika Serikat mengenai sejauh mana strategi diplomasi digitalnya melalui Instagram @america di Indonesia.

1.6 Studi Pustaka

Melalui penelaahan literatur yang komprehensif, bagian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis temuan-temuan dari studi sebelumnya. Sumber-sumber ini mencakup informasi penting terkait penelitian dalam bentuk artikel jurnal dan tulisan lainnya. Peneliti memulai studi ini dengan sumber-sumber sebagai fondasi dan sumber inspirasi utama.

Sumber pertama yakni artikel jurnal yang berjudul “*21st Century Statecraft: Diplomasi Digital Amerika Serikat Era Presiden Obama*” yang ditulis oleh Putri Athifah Fitriah dan Agus Haryanto.²⁷ Tulisan ini membahas mengenai *21st Century Statecraft* sebagai bentuk diplomasi digital AS yang diinisiasi oleh Departemen Luar Negeri AS pada masa Presiden Obama untuk mengaktualisasikan komitmennya dalam menciptakan pemerintahan yang lebih transparan dan terbuka kepada publik internasional. Inisiatif ini muncul sebagai upaya pemulihan citra AS,

²⁷ Fitriah and Haryanto, ‘21 St Century Statecraft: Diplomasi Digital Amerika Serikat Era Presiden Obama’.

terutama di mata publik Arab dan muslim, yang sempat menurun drastis di era Presiden George W. Bush. Diplomasi digital ini menggunakan pemanfaatan teknologi, termasuk media sosial, untuk mempermudah konektivitas dan interaksi diplomat dengan praktisi kebijakan luar negeri di arena internasional, serta untuk menjangkau masyarakat, perusahaan, dan aktor non-negara lainnya.

Departemen Luar Negeri AS, di bawah kepemimpinan Hillary Clinton, mengembangkan *21st Century Statecraft* untuk melengkapi kebijakan luar negeri tradisional dengan instrumen yang telah diadaptasi dan diinovasi agar mampu memberikan pengaruh bagi jaringan, teknologi, dan demografi di dunia yang saling berhubungan. Studi ini menjadi landasan teori yang kuat mengenai bagaimana AS memulai dan memandang diplomasi digital, yang relevan untuk menganalisis penggunaan Instagram sebagai salah satu saluran diplomasi digitalnya di Indonesia.

Kedua, artikel berjudul “Konstruksi Citra Negara dan Diplomasi Publik melalui @america di Kalangan Masyarakat muslim Indonesia” yang ditulis oleh Andis Samiaji, Muh. Bahruddin, Harry, dan Endik Hidayat.²⁸ Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi diplomasi publik yang dilakukan oleh AS dalam membangun kembali citra negaranya di Indonesia, khususnya di kalangan masyarakat muslim, pasca kebijakan *War on Terrorism*. Penelitian ini berfokus pada peran pusat kebudayaan @america sebagai instrumen diplomasi publik yang mengedepankan komunikasi dua arah melalui kegiatan dialog, seminar, serta pemanfaatan media digital. Pendirian @america dipandang sebagai upaya strategis AS untuk meredam sentimen negatif dan membentuk persepsi positif dengan

²⁸ Samiaji, Bahruddin, and Hidayat, *Konstruksi Citra Negara dan Diplomasi Publik Melalui @america di Kalangan Masyarakat Muslim Indonesia*.

menampilkan nilai toleransi, kebebasan beragama, dan keberagaman budaya kepada masyarakat Indonesia.

Dalam artikel ini, pendekatan yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan metode studi kasus, wawancara, observasi, dan analisis wacana sebagai teknik pengumpulan data. Kerangka analisis yang digunakan merujuk pada konsep strategi komunikasi, diplomasi publik, propaganda, serta model komunikasi Lasswell untuk melihat bagaimana pesan-pesan diplomasi dikonstruksikan dan disampaikan kepada publik sasaran. Kontribusi artikel ini terhadap penelitian peneliti sangat relevan karena memberikan pemahaman konseptual dan empiris mengenai peran @america dalam membangun citra AS di Indonesia. Meskipun demikian, penelitian ini masih menempatkan diplomasi publik secara umum sebagai fokus utama, sehingga membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang secara lebih spesifik mengkaji diplomasi digital AS melalui media sosial, khususnya Instagram @america, sebagai bentuk adaptasi diplomasi publik di era digital.

Ketiga, artikel yang berjudul “Analisa Peran Diplomasi Digital dalam Komunikasi Internasional” yang ditulis oleh Ahmad Saudi.²⁹ Tulisan ini membahas peran diplomasi digital yang muncul akibat pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, yang kemudian memicu perubahan dari bentuk diplomasi konvensional menjadi digital di berbagai negara. Penelitian ini berfokus pada penentuan peran diplomasi digital dalam aktivitas komunikasi internasional yang dilakukan oleh aktor-aktor negara. Hasil studi ini menunjukkan bahwa diplomasi digital memiliki peran sebagai sarana komunikasi internasional bagi berbagai negara untuk mencapai kepentingan nasional mereka, termasuk bidang politik, ekonomi, dan

²⁹ Saudi, ‘Analisa Peran Diplomasi Digital Dalam Komunikasi Internasional’.

keamanan. Jurnal ini secara eksplisit menyebutkan bahwa AS telah menjadi pelopor dalam diplomasi digital dengan mendirikan Office of E-Diplomacy di bawah Departemen Luar Negeri AS pada tahun 2002, sebagai tanggapan terhadap kemajuan diplomasi di era globalisasi. Lebih lanjut, peneliti merujuk pada kerangka berpikir diplomasi digital AS, yaitu *21st Century Statecraft*, yang bertujuan untuk memperkenalkan dan membentuk citra negara di mata dunia. Dengan demikian, studi ini memberikan landasan kuat mengenai motivasi, struktur kelembagaan, dan fungsi dasar digital diplomasi AS yang dapat digunakan untuk menganalisis praktik spesifik akun @america di Indonesia.

Selanjutnya, pada artikel keempat yang berjudul “Penggunaan Twitter dalam Diplomasi Digital China di Masa Pandemi Covid-19” yang ditulis oleh Era Kartikasari dan Tundjung Linggarwati.³⁰ Tulisan ini menganalisis strategi China dalam menggunakan platform Twitter sebagai sarana diplomasi digital selama pandemi COVID-19. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana China berupaya membangun kembali citra positif negaranya yang menurun akibat adanya wabah tersebut. Studi ini berfokus pada pendekatan yang dikenal sebagai *Wolf Warrior Diplomacy*, yaitu gaya diplomasi yang lebih agresif, konfrontatif, dan menggunakan retorika yang kuat melalui media sosial. Penelitian ini berargumen bahwa negara menggunakan media sosial, seperti Twitter, untuk menjalankan diplomasi publik, khususnya untuk memengaruhi opini publik asing mengenai isu-isu penting.

³⁰ Kartikasari and Linggarwati, ‘Penggunaan Twitter dalam Diplomasi Digital China di Masa Pandemi Covid-19 (The Use of Twitter in China’s Digital Diplomacy during The Covid-19 Pandemic)’.

Meskipun fokus penelitian ini adalah pada Twitter dan China, literatur ini memberikan kontribusi yang kuat bagi skripsi ini karena menyoroti dampak media sosial terhadap citra negara di masa krisis dan reaksi dari negara-negara lain. Secara spesifik, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya diplomasi digital China yang agresif melalui Twitter justru memperburuk citranya, terutama di negara-negara maju seperti AS dan negara sekutu Amerika lainnya. Studi ini menunjukkan bagaimana satu platform media sosial dapat menjadi arena pertarungan narasi antarnegara yang sangat relevan dengan topik diplomasi digital AS di Indonesia. Lebih lanjut, penelitian ini juga memperkuat landasan teoretis bahwa diplomasi digital adalah alat untuk memengaruhi publik, terlepas dari apakah hasil implementasinya berhasil atau malah menjadi bumerang.

Terakhir, pada artikel yang berjudul “Dampak Ekonomi Gerakan Boikot Produk Pro-Israel pada Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia” yang ditulis oleh Mayvi Aisyah.³¹ Artikel ini membahas fenomena meningkatnya gerakan boikot terhadap produk yang diduga berafiliasi dengan Israel di Indonesia sejak akhir tahun 2023 serta dampaknya terhadap perekonomian nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak ekonomi boikot tersebut baik pada level mikro maupun makro. Secara mikro, boikot berdampak pada penurunan penjualan, kerugian finansial perusahaan, serta meningkatnya pemutusan hubungan kerja, terutama pada sektor makanan cepat saji dan ritel. Sementara itu, pada tingkat makro, boikot memicu perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah produk lokal, gangguan rantai pasok, serta berpotensi menurunkan investasi asing langsung. Penelitian ini juga menyoroti peran penting media sosial dan fatwa keagamaan,

³¹ Mayvi Aisyah, ‘Dampak Ekonomi Gerakan Boikot Produk Pro-Israel Pada Negara: Studi Kasus Indonesia’.

khususnya Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023, dalam memperkuat legitimasi moral dan mobilisasi publik dalam gerakan boikot.

Pada literatur ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka, dengan memanfaatkan berbagai sumber sekunder seperti jurnal ilmiah, laporan institusi, data pemerintah, dan berita terpercaya. Artikel ini sangat relevan karena memberikan gambaran komprehensif mengenai konsekuensi ekonomi dari gerakan boikot produk pro-Israel di Indonesia, tidak hanya dari sisi solidaritas sosial dan kemanusiaan, tetapi juga implikasinya terhadap stabilitas ekonomi nasional. Temuan dalam penelitian ini dapat menjadi landasan empiris dan konseptual bagi skripsi ini dalam menganalisis bagaimana gerakan boikot berdampak pada struktur ekonomi Indonesia.

1.7 Kerangka Konseptual

Diplomasi publik merupakan kegiatan atraktif yang dilakukan secara dua arah untuk menjangkau publik, yang tujuannya mempromosikan nilai-nilai dan mendapatkan perhatian dari publik. Aktivitas yang dilakukan berpotensi menarik hati publik dengan struktur hubungan timbal balik antara pihak yang terlibat. Diplomasi publik juga disebut sebagai aktivitas yang dapat melibatkan banyak aktor, mulai dari negara, swasta, sampai dengan kelompok masyarakat biasa.³² Di mana aktor non-negara dianggap sama pentingnya seperti aktor negara.³³ Penggunaan istilah diplomasi publik itu sendiri baru secara resmi diperkenalkan

³² Sofia Trisni and Ardila Putri, 'Diplomasi Publik Dan Soft Power: Sama Atau Berbeda?', *Andalas Journal of International Studies (AJIS)* 12, no. 1 (May 2023): 1, <https://doi.org/10.25077/ajis.12.1.1-12.2023>.

³³ Orogbemi, Elias Olajide. 'Non-State Actors in World Politics: A Challenge to Nation-States?' *Journal of Contemporary International Relations and Diplomacy* 2, no. 1 (2021): 304–322. <https://doi.org/10.53982/jcird.2021.0201.09-j>.

pada tahun 1965 oleh diplomat AS, Edmund Gullion.³⁴ Hadirnya diplomasi publik membawa pengaruh penting terhadap proses pengumpulan informasi dengan cara mendengarkan melalui komunikasi langsung. Tidak hanya berfokus pada proses mendengarkan, diplomasi publik berusaha memahami keadaan masyarakat internasional saat ini. Oleh karena itu, strategi dalam melakukan diplomasi dapat disesuaikan agar lebih relevan dan efektif.³⁵

1.7.1 Diplomasi Digital

Di Amerika Serikat terdapat kebijakan diplomasi publik 2.0 yang menitikberatkan pada penggunaan internet dan teknologi jejaring sosial.³⁶ Diplomasi publik ternyata mempunyai turunan yang berkaitan erat dengan penggunaan platform digital dalam implementasinya yang dikenal dengan istilah diplomasi digital.³⁷ Menurut Bjola dan Holmes dalam bukunya yang berjudul *“Digital Diplomacy: Theory and Practice”*, diplomasi digital didefinisikan sebagai bagian dari diplomasi yang menggunakan media sosial dan mempunyai potensi untuk mengganti cara diplomasi dilaksanakan dengan melibatkan diplomasi publik, manajemen informasi, negosiasi internasional, perencanaan strategis, dan penanganan situasi krisis.³⁸ Beberapa ahli berpendapat bahwa media sosial telah

³⁴ Sofia Trisni and Ardila Putri, ‘Diplomasi Publik Dan Soft Power: Sama Atau Berbeda?’.

³⁵ Corneliu. Bjola and Marcus. Holmes, “Digital Diplomacy: Theory and Practice” (2015): 238.

³⁶ Nuswantoro, Ardi. “Public Diplomacy 2.0 Amerika Serikat di Indonesia.” *Jurnal Interdependence* 1, no. 3 (September–Desember 2013): 180–202.

³⁷ Gita Bunga Bahari, Jalan H Soedarto, and Kota Semarang Website, “Upaya Pemulihan Pariwisata Korea Selatan Dari Pandemi COVID-19,” *Journal of International Relations Diponegoro* 9, no. 2 (April 2023): 42–60, accessed January 19, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jihi/article/view/38433>.

³⁸ Bjola and Holmes, “Digital Diplomacy: Theory and Practice.”

menjadi alat diplomasi publik baru yang memiliki pengaruh besar sehingga hal ini dianggap sebagai cara baru yang dikenal dengan istilah diplomasi digital.³⁹

Selanjutnya, definisi diplomasi digital yang dirujuk dari Ilan Manor dan Elad Segev menjelaskan bahwa diplomasi digital merupakan bentuk penggunaan platform media sosial yang semakin berkembang pesat oleh negara untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri sekaligus mengelola citra dan reputasi nasional.⁴⁰ Sehingga, diplomasi digital dapat digunakan untuk mengatasi isu-isu yang berkaitan dengan kebijakan luar negeri. Menurut Bjola media sosial telah berkontribusi pada perubahan dan pengembangan sistem diplomasi. Dengan hadirnya media sosial sebagai bentuk diplomasi digital, proses penyampaian pesan diplomatik kini menjadi lebih efektif dalam menjangkau khalayak umum.⁴¹ Kemudahan tersebut menjadi potensi dari diplomasi digital, di mana pesan diplomatik antar pemerintah dan publik menjadi lebih mudah dalam hal penyampaian dan penyebarannya.

Ilan Manor dalam artikelnya yang berjudul *Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy?* Menjelaskan delapan poin terkait berbagai bentuk usaha dalam praktik diplomasi digital. Untuk melihat strategi negara dalam penggunaan media sosial dalam konteks sarana diplomasi digital, Ilan Manor dan Elad Segev mengemukakan diplomasi digital ke dalam delapan komponen-komponen berikut antara lain:⁴²

³⁹ Petlach, Martin. "Digitalization of Public Diplomacy: An Instance of Nation Branding and Its Use in Southeast Asia." Chapter published October 2023. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-91614.ch004>.

⁴⁰ Manor, Ilan. "Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison." *Diplomacy and Foreign Policy* 1, no. 2 (2016): 1–110. <https://doi.org/10.1163/24056006-12340002>.

⁴¹ Bjola and Holmes, "Digital Diplomacy: Theory and Practice."

⁴² Manor, Ilan. 'Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison.'

1. *Practice New Public Diplomacy*

Dengan adanya penggunaan internet dan media sosial, esensi diplomasi publik baru dapat diterapkan berkat fitur-fitur media sosial yang mendukung interaksi dengan publik luar negeri, transisi komunikasi dari satu arah ke dua arah, pembangunan hubungan, dan pergeseran penargetan dari elit ke masyarakat sipil.⁴³

2. *Engagement and Listening*

Engagement dan *listening* dianggap sebagai komponen esensial dalam diplomasi digital. *Engagement* merujuk pada kebutuhan berkomunikasi dengan publik secara digital, sementara *listening* adalah pemanfaatan media sosial untuk memahami publik luar negeri dan menampung opini, guna membentuk kebijakan luar negeri yang relevan. Dengan menggabungkan kedua komponen ini, praktisi dapat memahami preferensi publik dan menyesuaikan pesan atau konten media sosial agar sejalan dengan karakteristik unik audiens.⁴⁴

3. *Selfie Diplomacy*

Selfie diplomacy, yang didefinisikan oleh Manor dan Segev, adalah praktik *National Branding* yang dilakukan melalui kanal media sosial, menggabungkan diplomasi digital dan upaya negara untuk menggambarkan citra dirinya. Tujuannya adalah untuk mengelola citra dan reputasi negara secara aktif.⁴⁵

⁴³ Manor, Ilan. "Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison."

⁴⁴ Manor, Ilan. "Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison."

⁴⁵ Afif Ridha Ramadhan and Viani Puspita Sari, "Diplomasi Digital Jepang Terhadap Indonesia Melalui Akun Instagram @JpnambIndonesia Pada Periode Duta Besar Masafumi Ishii Dalam Upaya Mengelola Citra Jepang," *Padjadjaran Journal of International Relations* 4, no. 1 (2022): 36, <https://doi.org/10.24198/padjir.v4i1.34700>.

4. *Online Q&A Sessions*

Sesi tanya jawab daring menunjukkan bahwa aktivitas diplomasi digital condong pada dialog. Kegiatan ini memiliki banyak fungsi: sebagai sarana menghadapi kritik, membuktikan komitmen diplomat terhadap dialog, mendukung transisi menuju pemerintahan yang terbuka dan transparan, serta memungkinkan komunikasi langsung dengan publik tanpa melalui media pers lokal.⁴⁶

5. *Frame the Nation*

Seiring dengan meningkatnya masyarakat yang menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama mengenai kejadian di luar, muncul pula peluang bagi pemerintah untuk memberikan ruang interpretasi terhadap suatu kejadian kepada pengikutnya di media sosial. Interpretasi inilah yang kemudian dirujuk sebagai *framing*.⁴⁷

6. *Overcome Limitations of Traditional Diplomacy*

Salah satu keunggulan utama diplomasi digital adalah kemampuannya melengkapi alat diplomasi konvensional melalui penggunaan media sosial. Contoh signifikan adalah terciptanya kedutaan virtual sebagai alternatif kedutaan fisik ketika situasi tidak memungkinkan. Kedutaan virtual ini, seperti yang terjadi pada kasus AS dan Iran, memungkinkan komunikasi dengan publik

⁴⁶ Manor, Ilan. "Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison."

⁴⁷ Ramadhan and Sari, "Diplomasi Digital Jepang Terhadap Indonesia Melalui Akun Instagram @Jpnamsindonesia Pada Periode Duta Besar Masafumi Ishii Dalam Upaya Mengelola Citra Jepang."

di negara yang tidak bersahabat, sekaligus menghubungkan negara dengan diaspora di seluruh dunia.⁴⁸

7. *Collaborative and Networked Approaches*

Diplomasi *networked* didasarkan pada kenyataan bahwa tantangan global melintasi batas negara, sehingga menuntut penanganan bersama. Pendekatan ini berfokus pada pembuatan jaringan transnasional dengan aktor non-negara, masyarakat sipil, dan individu. Sementara itu, diplomasi *collaborative* muncul karena masyarakat sipil kini telah bertransformasi dari audiens pasif menjadi produsen konten aktif di media sosial, memungkinkan mereka berkolaborasi dengan pemerintah untuk bertukar pikiran atau membuat konten bersama.⁴⁹

8. *Consular Aid*

Bantuan konsuler mencakup pemberian pertolongan kepada masyarakat saat terjadi krisis (seperti bencana alam dan perang), termasuk koordinasi dan penyebaran informasi kepada pihak terdampak. Berkat media sosial, bantuan konsuler kini dapat dilaksanakan dengan lebih efektif karena organisasi dan individu dapat bertukar informasi secara langsung.⁵⁰

Dari pemaparan delapan komponen tersebut oleh Ilan Manor dan Elad Segev, peneliti akan menggunakan konsep beserta delapan komponen sebagai pisau untuk menganalisis bagaimana diplomasi digital AS di Indonesia melalui

⁴⁸ Manor, Ilan. "Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison."

⁴⁹ Ramadhan and Sari, "Diplomasi Digital Jepang Terhadap Indonesia Melalui Akun Instagram @Jpnamsindonesia Pada Periode Duta Besar Masafumi Ishii Dalam Upaya Mengelola Citra Jepang."

⁵⁰ Manor, Ilan. "Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison."

@america. Untuk mempermudah peneliti, kedelapan komponen di atas disederhanakan dalam sebuah tabel operasionalisasi sebagai berikut.

Tabel 1.1 Operasionalisasi Konsep

Komponen	Keterangan Komponen	Aspek
<i>Practice New Public Diplomacy</i>	Pola komunikasi dua arah untuk membangun hubungan dan kepercayaan publik.	Membuat konten informatif dan mengajak audiens berdialog (<i>caption call to action</i>).
<i>Engagement and Listening</i>	Memahami preferensi publik dan menyesuaikan konten media sosial.	Menyesuaikan preferensi publik dengan tren konten.
<i>Selfie Diplomacy</i>	Representasi citra negara untuk membangun kedekatan emosional dengan publik.	Penggunaan tema visual dan narasi (<i>diversity, democracy & prosperity</i>).
<i>Online Q&A Sessions</i>	Dialog langsung dan terbuka antara aktor diplomasi dan publik.	Pembentukan ruang diskusi, dialog, dan webinar.
<i>Frame the Nation</i>	Upaya membingkai identitas, nilai, dan kebijakan negara sesuai kepentingan nasional.	Penekanan nilai AS (keberagaman, inklusivitas & budaya).
<i>Overcome Limitations of Traditional Diplomacy</i>	Efisiensi & jangkauan publik yang lebih luas.	Menjalin kolaborasi konten (<i>mention, tag, & repost</i>).
<i>Collaborative and Networked Approaches</i>	Keterlibatan aktor non-negara (komunitas, <i>influencer</i> , organisasi).	Membentuk kolaborasi dengan aktor non-negara dalam forum digital.
<i>Consular Aid</i>	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pelayanan dan informasi konsuler.	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pelayanan dan informasi konsuler.

Sumber: Ilan Manor dan Elad Segev (2016).

Berdasarkan tabel operasionalisasi konsep diplomasi digital yang dikemukakan oleh Ilan Manor dan Elad Segev, dapat disimpulkan bahwa strategi diplomasi digital mencakup delapan komponen utama, yaitu *practice new public diplomacy, engagement and listening, selfie diplomacy, online Q&A sessions, frame the nation, overcome limitations of traditional diplomacy, collaborative and networked approaches, and consular aid*. Kedelapan komponen ini memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik, memperluas jangkauan diplomasi digital, serta mendorong keterlibatan dan interaksi di ruang digital. Dengan

memahami komponen-komponen yang terlibat, diplomasi digital dapat dimanfaatkan secara optimal dalam mencapai tujuan komunikasi strategis.

1.8 Metodologi Penelitian

Metodologi adalah prosedur tentang bagaimana suatu pengetahuan mengenai sebuah fenomena diperoleh.⁵¹ Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan menjadi suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat dimanfaatkan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.⁵²

1.8.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif berusaha untuk membangun realitas dan memahami realitas tersebut dengan memperhatikan proses peristiwa dan intensitas.⁵³ Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena yang kompleks, khususnya terkait strategi diplomasi digital AS pada masyarakat Indonesia melalui akun Instagram @america pasca invasi Israel ke Palestina. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menganalisis bagaimana konten media sosial digunakan sebagai alat diplomasi digital dan memahami strategi AS dalam membangun citra di tingkat global. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang mendalam mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media diplomasi digital oleh Kedutaan Besar AS di Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk

⁵¹ Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan International: Disiplin Dan Metodologi* (Penerbit PT Pustaka LP3ES, 1994).

⁵² Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D" (2013).

⁵³ Gumilar Rusliwa Somantri, "Makara Human Behavior Studies in Asia Makara Human Behavior Studies in Asia Memahami Metode Kualitatif Memahami Metode Kualitatif" 9: 12–13, accessed February 16, <https://scholarhub.ui.ac.id/hubsasia>.<https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>.

menjelaskan strategi dan pola distribusi konten oleh @america pasca invasi Israel ke Palestina pada tahun 2023 dengan periode bulan November 2023 hingga Januari 2024. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui analisis konten dari akun Instagram @america, termasuk unggahan, visual, dan interaksi yang terjadi. Sementara itu, data sekunder berupa dokumen, laporan resmi, jurnal akademik, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan analisis data yang digunakan adalah *axial coding*. Analisis ini dilakukan dengan mengklasifikasikan setiap unggahan berdasarkan delapan komponen dari kerangka konseptual diplomasi digital oleh Ilan Manor dan Elad Segev. Dengan metode ini, peneliti berharap dapat menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana diplomasi digital Amerika Serikat melalui Instagram @america di Indonesia.

1.8.2 Batasan Penelitian

Batasan untuk penelitian yang ingin diteliti pada penelitian ini terbatas pada peristiwa demonstrasi yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia di depan Kedutaan Besar Amerika Serikat di Indonesia setelah Amerika menyatakan dukungan terhadap Israel dalam konflik Palestina. Aksi protes ini terjadi pada 11 Oktober 2023 pada masa pemerintahan Presiden Joe Biden. Maka batas penelitian diambil pada bulan November 2023 hingga Januari 2024, ketika sedang memanasnya aksi demonstrasi dan peristiwa pemboikotan terhadap produk Amerika yang berafiliasi dengan negara Israel di Indonesia. Jadi, AS melakukan sebuah upaya pengembalian citra positif di Indonesia melalui diplomasi digital dengan menerapkan Instagram @america.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Dalam penelitian ini, yang menjadi unit analisis adalah diplomasi digital Amerika Serikat melalui akun Instagram @america, karena peneliti akan mengkaji bagaimana pemanfaatan platform Instagram sebagai alat diplomasi digital. Unit eksplanasi dalam penelitian ini adalah persepsi masyarakat Indonesia terhadap citra Amerika Serikat pasca invasi Israel ke Palestina. Pada masa ini, pemerintah AS dibawah Presiden Joe Biden mengeluarkan dana yang besar dalam menjalankan diplomasi publik ke Indonesia dan dalam memperbaiki citra negara. Maka diperlukan upaya diplomasi digital. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan secara global, menjadi pilihan strategis untuk menyampaikan pesan diplomatik melalui konten visual yang menarik. Tingkat analisis dalam penelitian ini berada pada level negara-bangsa karena dalam penelitian ini peneliti mencoba menganalisis bagaimana AS memanfaatkan platform Instagram sebagai alat diplomasi digital.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui teknik data crawling. Data crawling adalah teknik otomatis yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengindeks data dari berbagai sumber daring dengan bantuan tools, bahasa pemrograman tertentu dan Application Programming Interface (API).⁵⁴ Peneliti menggunakan *website* Apify yang digunakan untuk mengekstrak, menyaring, dan mengorganisir data secara efisien, sehingga memudahkan analisis lebih lanjut. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengotomatisasi

⁵⁴ Ronald Talisman, "Perancangan Aplikasi Data Crawling Untuk Pencarian Buku Pada Toko Buku Online" 11, no. 4 (2024): 4333–4340.

pengambilan data dari platform Instagram. Adapun langkah-langkah pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *website* bernama Apify dan memilih opsi Instagram *Post Scraping. Tools* ini digunakan untuk mengekstrak data unggahan dari akun Instagram @america dari November 2023 – Januari 2024, yang menjadi objek utama dalam penelitian ini. Proses ini menghasilkan satu set data dalam format tabel (CSV).

Dataset mentah ini mencakup seluruh unggahan yang dipublikasikan oleh akun @america selama periode penelitian. Setiap baris data mewakili satu unggahan dan berisi berbagai atribut, seperti tanggal unggahan, URL unggahan, teks *caption*, jumlah *likes*, jumlah komentar, dan tagar yang digunakan. Data tersebut kemudian digunakan untuk menganalisis aktivitas diplomasi digital yang dilakukan oleh akun @america dalam kerangka diplomasi digital. Peneliti juga mengumpulkan data melalui studi kepustakaan untuk menambah informasi yang tidak didapat dari teknik data crawling. Studi pustaka merupakan teknik yang dilakukan untuk pengumpulan data-data dari sumber yang berbentuk literatur akademik, seperti buku, jurnal, berita, dan website resmi.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis menggunakan data dari akun Instagram @america. Aktivasnya meliputi pengumpulan data, membandingkan data untuk menemukan pola dan keteraturan, mencari data tambahan untuk memvalidasi pola tersebut, hingga menarik kesimpulan dari hubungan antara data dengan konsep yang digunakan.⁵⁵ Teknik analisis yang digunakan nantinya berfungsi mengelola data dalam menjelaskan dan menafsirkan

⁵⁵ M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldana, *Qualitative Data Analysis*, 3rd ed. (SAGE, 2014).

data untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Aktivitas ini kemudian dijabarkan oleh Miles dan Huberman ke dalam tiga bentuk aktivitas, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *conclusion drawing/verification*.⁵⁶

Tahap awal adalah melakukan reduksi data. Namun, setelah dilakukan verifikasi awal, ditemukan bahwa seluruh unggahan yang diekstraksi dari memanasnya peristiwa demonstrasi terhadap AS di Indonesia setelah menyatakan dukungan terhadap Israel pada tahun 2023, sehingga batas penelitian yang digunakan adalah November 2023 – Januari 2024, yang relevan dengan fokus penelitian dan setiap unggahan merupakan bagian dari kegiatan diplomasi digital AS pada masa pemerintahan Presiden Joe Biden. Lalu, aspek-aspek yang terkandung dalam kedelapan komponen konsep diplomasi digital yang dijelaskan oleh Ilan Manor dan Elad Segev muncul di setiap unggahan yang ada di Instagram @america. Oleh karena itu, tidak ada data unggahan yang direduksi atau dibuang dan seluruh unggahan digunakan sebagai unit analisis utama dalam penelitian ini.

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap seluruh data menggunakan metode *axial coding*, di mana setiap unggahan diklasifikasikan berdasarkan kerangka konseptual diplomasi digital. Proses pengkodean ini menggunakan kriteria yang terperinci pada Lampiran 1 untuk mengklasifikasikan setiap unggahan. Setiap unggahan memiliki kemungkinan diklasifikasikan ke dalam lebih dari satu berdasarkan kerangka konseptual jika memenuhi beberapa kriteria sekaligus. Langkah terakhir adalah kesimpulan dari seluruh temuan. Temuan dari setiap aspek dihubungkan satu sama lain serta dikaitkan dengan

⁵⁶ Miles, Huberman, and Saldana, *Qualitative Data Analysis*.

konteks yang telah diuraikan pada Bab II dan Bab III untuk menarik kesimpulan dalam menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana diplomasi digital AS dijalankan melalui Instagram @america di Indonesia.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

Bab ini merupakan pendahuluan dari penelitian yang terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi kepustakaan terkait penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan dan pembanding, kerangka konseptual sebagai alat analisis dalam penelitian, metodologi penelitian yang termasuk jenis penelitian, metodologi penelitian, batasan masalah, unit analisis dan level analisis, teknik pengumpulan dan analisis data, serta sistematika penulisan.

BAB II: Kepentingan dan Citra Amerika Serikat di Indonesia

Bab ini berisikan penjelasan mengenai persepsi masyarakat Indonesia terhadap citra Amerika Serikat pasca invasi Palestina yang dilakukan oleh Israel dan melihat bagaimana kepentingan pemerintah AS mengeluarkan dana yang melimpah dalam menjalankan diplomasi publik ke Indonesia untuk memperbaiki citra negara dengan diterapkannya upaya diplomasi digital.

BAB III: Diplomasi Amerika Serikat dalam Memperbaiki Citra di Indonesia

Bab ini membahas mengenai diplomasi digital Amerika Serikat di Indonesia, termasuk implementasi diplomasi digital AS melalui Instagram @america di Indonesia. Bab ini mencakup latar belakang pelaksanaan diplomasi digital, peran Kedutaan Besar Amerika Serikat di Indonesia dalam kepentingan

pelaksanaan diplomasi digital, serta pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram.

BAB IV: Analisis Diplomasi Digital Amerika Serikat Melalui Instagram @america di Indonesia

Bab ini berisi analisis yang mendalam mengenai masalah penelitian. Penerapan konsep dan teori serta temuan data akan dibahas lebih mendalam pada bab ini.

BAB V: Penutup

Bab ini merupakan penutup dari penelitian yang berisikan penjabaran kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara ringkas dan juga mencakup saran mengenai penelitian ini.

