

**DIPLOMASI DIGITAL AMERIKA SERIKAT MELALUI
INSTAGRAM @AMERICA DI INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas*

Oleh
IGOR THENEGER

2210851019



Pembimbing I: Dr. Sofia Trisni, S.IP., MA(InRel)
Pembimbing II: Anita Afriani Sinulingga, S.IP, M.Si

**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diplomasi digital Amerika Serikat melalui Instagram @america di Indonesia. Di tengah fluktuasi persepsi publik Indonesia terhadap Amerika Serikat, khususnya setelah dukungan Amerika Serikat terhadap Israel dalam konflik Palestina dan Israel yang memicu sentimen negatif di Indonesia, pemerintah Amerika Serikat berupaya memperbaiki citra melalui berbagai strategi diplomasi. Sebagai salah satu pelopor diplomasi digital, Amerika Serikat memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk membangun citra negara dan menjangkau publik luar negeri, termasuk melalui akun Instagram @america di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menganalisis 195 unggahan akun @america pada periode November 2023 hingga Januari 2024. Analisis data dilakukan menggunakan teknik *coding* dengan mengacu pada delapan komponen diplomasi digital yang dikemukakan oleh Ilan Manor dan Elad Segev yang mencakup aspek *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*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas diplomasi digital Amerika Serikat melalui Instagram @america di Indonesia paling banyak terlihat pada kegiatan membangun interaksi dengan publik Indonesia dengan membentuk konten informatif dan mengajak audiens berdialog melalui kolom komentar Instagram. Maka, studi ini menyimpulkan bahwa diplomasi digital AS di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai media promosi citra negara, tetapi juga membangun hubungan langsung dan berkelanjutan dengan menyesuaikan unggahan media sosial dengan preferensi publik Indonesia.

Kata Kunci: Diplomasi Digital, Instagram, @america, Citra Negara, Persepsi Publik



ABSTRACT

This study aims to analyze U.S. digital diplomacy through the @america Instagram account in Indonesia. Amid fluctuations in the Indonesian public's perception of the United States, particularly following U.S. support for Israel in the Palestinian & Israel conflict, which sparked negative sentiment in Indonesia, the U.S. government has sought to improve its image through various diplomatic strategies. As a pioneer in digital diplomacy, the U.S. utilizes various social media platforms to build the nation's image and reach foreign audiences. This study employs a descriptive qualitative method by analyzing 195 posts from the @america account during the period from November 2023 to January 2024. Data analysis was conducted using coding techniques based on the eight components of digital diplomacy proposed by Ilan Manor and Elad Segev, which include: 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. The research findings indicate that U.S. digital diplomacy through the @america Instagram account in Indonesia is carried out through various practices, such as engaging with the Indonesian public, promoting U.S. values, shaping the nation's image through visual content and narratives, collaborating with non-state actors, and providing information and consular services, such as student exchange and internship programs and educational counseling for study in the United States. This study concludes that U.S. digital diplomacy in Indonesia not only serves as a medium for promoting the nation's image but also builds direct and sustainable relationships by tailoring social media posts to the preferences of the Indonesian public.

Keywords: *Digital Diplomacy, Instagram, @america, National Image, Public Perception*

