



## **Pengaruh *eDiplomacy* dalam Normalisasi Hubungan Diplomatik Amerika Serikat - Kuba pada Masa Pemerintahan Barack Obama\***

**Tirsa Kristiani Br Ginting**

Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro

Jalan Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269

Website <http://www.fisip.undip.ac.id> Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The phenomenon of the use of modern technology such as internet, website, and social media network sites such as Facebook and Twitter bring forth a concept of Digital Diplomacy or eDiplomacy. Under the leadership of Barack Obama, United States, the country with the largest technological growth be a pioneer to implement eDiplomacy in leveraging U.S. foreign policy. Obama aligned with the mission to create a transparent government, so State Department of United States initiates the eDiplomacy implementation of 21<sup>st</sup> Century statecraft agenda. The United States eDiplomacy program was used to actualize one of Obama's campaign promises, that is the normalization of diplomatic relations with Cuba. History records that these two countries have been in dispute for almost the past 54 years. This research aims to explain how eDiplomacy is used as an instrument for normalizing diplomatic relations between the United States and Cuba using the public diplomacy concept by analyzing the various uses of media platforms and its implications. This research used qualitative research method with process-tracing data analysis method. This research concludes that eDiplomacy is one of the determinants factors in normalizing diplomatic relations between the United States and Cuba.*

**Keywords:** *eDiplomacy, 21<sup>st</sup> Century Statecraft, Public Diplomacy, United States, Cuba*

### **PENDAHULUAN**

Kebijakan *21<sup>st</sup> Century Statecraft* AS menjadi titik awal lahirnya suatu konsep diplomasi baru, yakni *eDiplomacy*. *eDiplomacy* didefinisikan sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk penyebaran, pengumpulan serta analisis informasi untuk tujuan diplomasi dan kebijakan luar negeri suatu negara (Holmes, 2013). Dari pemaparan di atas, terlihat korelasi yang cukup unik antara media massa dan diplomasi. Untuk menggambarkan pola hubungan kedua variabel tersebut, penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh *eDiplomacy* AS dalam normalisasi hubungan diplomatik dengan Kuba pada masa pemerintahan Barack Obama.

Peran media massa di era kepemimpinan Obama merupakan fenomena yang menarik, karena Obama seringkali menempatkan media massa sebagai *top decision maker* untuk mengkonstruksi wacana publik sesuai arah kebijakan yang diinginkannya (Al-Qahtani, 2011). Penerapan *eDiplomacy* melalui prinsip P2P2G<sup>1</sup> dalam kebijakan luar negeri AS pada era kepemimpinan Obama terbilang sangat sukses. Faktanya, *eDiplomacy* dapat digunakan Presiden Obama dalam mewujudkan kebijakan luar negerinya yang terlihat dari keberhasilan normalisasi hubungan diplomatik dengan Kuba. Sejarah mencatat bahwa kedua negara ini

<sup>1</sup> P2P2G adalah singkatan dari *People to People to Government Communication* artinya prinsip diplomasi AS di era *21<sup>st</sup> Century Statecraft* merupakan kombinasi dari *Government to Government, Government to People, People to People* (Rasiej & Sifry, 2009)

telah memutuskan hubungan diplomatik lebih dari lima dekade lalu (Lamar, Joe & Cochinos, Bahia, D., 2015).

Normalisasi hubungan dengan Kuba menjadi salah satu janji kampanye Obama, sehingga pada tahun 2009 muncullah serangkaian aksi AS untuk melakukan normalisasi hubungan dengan negara tersebut. Obama melaksanakan diplomasi secara masif dengan berpegang pada prinsip bahwa pendekatan lunak dan diplomatis akan mempersuasi Kuba untuk bertindak lebih demokratis. Langkah pertama yang dilakukan Obama adalah dengan mengeluarkan paket kebijakan ekonomi dan telekomunikasi yang merupakan rangkaian dari kebijakan *Reaching Out Cuban People*<sup>2</sup>. Selanjutnya, AS juga berusaha mengintegrasikan Kuba ke dalam sistem internasional dan regional dengan mengajak Kuba bergabung di OAS<sup>3</sup> (U.S. Department of State, 2014). Upaya-upaya tersebut menurut Obama akan sangat efektif dalam menarik perhatian Kuba. Namun, hal tersebut malah diredifinisikan Kuba menjadi lebih sederhana, yakni anggapan skeptis bahwa AS secara diam-diam ingin mengubah ideologi Kuba dengan cara baru, yakni berupa pendekatan dan strategi negosiasi.

Titik terang normalisasi hubungan diplomatik AS - Kuba dimulai sejak dilakukannya diplomasi rahasia tingkat tinggi, yakni perundingan pemimpin kedua negara selama 18 bulan yang difasilitasi oleh Bapa Paus Fransiskus<sup>4</sup> (Boorsttein, 2014). Diplomasi diam-diam tersebut berujung pada sambungan telepon Obama dan Castro yang berlangsung selama satu jam, tepat sehari sebelum pengumuman resmi rencana normalisasi yang diumumkan di televisi nasional masing-masing pada tanggal 17 Desember 2014 atau dikenal dengan D17. Peristiwa bersejarah D17 tersebut tidak terlepas dari pengaruh media massa *online* yang cukup signifikan. Beberapa hari sebelum D17, ternyata artikel yang ditulis oleh *The New York Times*, memiliki pengaruh yang cukup besar bagi Obama dan Castro dalam mengambil keputusan untuk menjalin kembali hubungan baik antar kedua negara tersebut (Sanz & Shorenstein, 2015).

Namun, pasca D17 hubungan kedua negara masih membeku, pada saat inilah peran media menjadi sangat vital. AS mulai menggunakan strategi *eDiplomacy*-nya untuk mencapai normalisasi hubungan kedua negara. Dalam kurun waktu sekitar dua tahun pasca D17, AS menggunakan peran teknologi media secara masif dalam upaya diplomasi publiknya. Hal ini terlihat dari peluncuran saluran televisi baru di AS melalui satelit DISH Network yang bernama CUBAMAX TV. Program yang disiarkan AS ini berupa berita olahraga, *entertainment*, budaya dan pariwisata yang bertujuan untuk mempromosikan negara Kuba di kancah internasional (Gomez, 2016). Selain itu, AS melakukan publikasi melalui saluran Radio dan TV Marti yang berjalan di bawah program *Voice of America* (VOA) yang menayangkan program-program berita di seluruh dunia dengan tujuan untuk memberikan orang-orang Kuba pandangan yang realistis mengenai kehidupan AS, khususnya isu demokrasi dan perdamaian.

---

<sup>2</sup> *Reaching out Cuban People* merupakan serangkaian kebijakan AS dalam menjalin hubungan bilateral yang lebih baik dengan Kuba, seperti pengurangan pembatasan perjalanan, pemudahan pengiriman uang, penyediaan paket perjalanan AS - Kuba dan sebaliknya (White House, 2011).

<sup>3</sup> *Organization of American States* (OAS) adalah sebuah organisasi internasional yang bermarkas di Washington, D.C., Amerika Serikat. Anggota-anggota OAS terdiri dari 35 negara merdeka di benua Amerika (OAS, 2014)

<sup>4</sup> Paus Fransiskus merupakan Paus ke-266 dan satu-satunya paus yang berasal dari Flores, Buenos Aires, Amerika Latin. Beliau melanjutkan ajaran Paus Yohannes Paulus II mengenai diplomasi Vatikan khususnya dalam masalah pemulihan hubungan AS dan Kuba. Sejak awal kepausannya, Paus Fransiskus berambisi untuk mengembalikan peran tokoh agama dalam menciptakan perdamaian dunia (Sheila, et al., 2017).

Selanjutnya, untuk menarik perhatian publik Kuba, AS melalui USAID<sup>5</sup> juga membantu membiayai operasi Twitter Kuba yang bernama Zunzuneo. Juru bicara Gedung Putih Jay Carney dan Matt Herrick, mengatakan proyek ini merupakan kebijakan AS untuk membantu warga Kuba berkomunikasi. Jay Carney juga menyebutkan bahwa berbagai *platform* media sosial juga akan diperkenalkan kepada masyarakat Kuba, seperti Facebook, Whatsapp, Flickr, Instagram, dll. (BBC News, 2014). Tidak hanya itu, AS melalui *website* resmi *National Democratic Institute* (NDI) dan *International Republican Institute* (IRI) secara aktif menyebarkan isu-isu normalisasi dengan mempublikasikan berbagai *e-book* dan jurnal *online* (The White House, 2014). Diawali dengan menghadirkan internet di Kuba yang berlanjut pada penerbitan publikasi berita *online*, pelatihan penyensoran dan penggunaan teknologi informasi digital, agenda *internet freedom*, dan kampanye media sosial ternyata sukses dalam mempersuasi pemerintah serta masyarakat Kuba dalam mengubah politik luar negerinya sehingga normalisasi hubungan diplomatik secara penuh terjadi pada Januari 2017 (WTTW, 2017).

Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan pengaruh *eDiplomacy* dalam terwujudnya normalisasi hubungan kedua negara melalui konsep *eDiplomacy*. Fenomena tersebut kemudian menjadi isu penting dalam ilmu hubungan internasional kontemporer, karena perkembangan teknologi akan selalu membawa dinamika baru dalam interaksi hubungan internasional, sehingga pembahasan serta langkah-langkah perlu dilakukan supaya dapat beradaptasi serta dapat meneliti implikasi yang terjadi. Media yang menjadi instrumen komunikasi dalam diplomasi publik mampu menjadi faktor determinan bagi suatu negara dalam menaikkan keterpikatan negara lain terhadap negaranya.

Penelitian ini berargumen bahwa keberhasilan normalisasi hubungan diplomatik AS – Kuba dipengaruhi oleh *eDiplomacy* AS. *eDiplomacy* merupakan instrumen yang menyebabkan perubahan persepsi Kuba terhadap AS. *eDiplomacy* dalam hal ini berperan sebagai komunikator yang mentransformasi realitas menjadi citra. Keterpikatan dan perubahan persepsi Kuba terhadap AS inilah yang kemudian mempengaruhi preferensi tindakan Kuba, sehingga normalisasi hubungan kedua negara dapat terealisasi.

### **Kerangka Pemikiran: Media sebagai alat diplomasi**

Joseph S. Nye, seorang Dekan *Harvard Kennedy School of Government* (2004) merumuskan suatu konsep yang disebut *Soft Power* yang berarti suatu kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain dalam mencapai hasil yang diinginkan dan bukan dengan paksaan atau pembayaran, melainkan dengan ketertarikan (Nye, 2004). Kemampuan *soft power* dalam menyusun preferensi tersebut dapat diasosiasikan dengan aset-aset *intangibile*, seperti sifat atraktif, budaya, nilai-nilai politik dan institusi, kebijakan sah, serta otoritas moral.

Nye menamakan upaya untuk mempengaruhi ‘pikiran’ dan ‘hati’ pihak lawan yakni dengan upaya kooptif, yakni “... *the ability to shape what others want-can rest on the attractiveness of one’s culture and values or the ability to manipulate the agenda of political choices in a manner that makes others fail to express some preferences because they seem to be unrealistic*” Nye (2004) dalam (Rosyidin, 2018). *Soft power* bukan sekedar permainan kata melainkan bagaimana mempengaruhi persepsi dan preferensi tindakan. Jadi dalam mempengaruhi persepsi dan preferensi tindakan tersebut, *soft power* merupakan instrumen manipulasi pikiran dan keyakinan sehingga pihak yang dimanipulasi secara sukarela menerima ide-ide maupun tindakan kita. Orang lain melakukan sesuatu yang kita kehendaki bukan lantaran terpaksa tetapi karena ia memandang positif apa yang kita sampaikan dan lakukan (Rosyidin, 2018).

---

<sup>5</sup> *United States Agency for International Development* (USAID) badan independen dari pemerintahan Amerika yang bertanggung jawab atas bantuan untuk bidang ekonomi, pembangunan, dan kemanusiaan untuk negara-negara lain di dunia dalam mendukung tujuan-tujuan kebijakan luar negeri AS (USAID, 2018)

Berawal dari konsep *soft power* tersebutlah, sehingga muncul istilah diplomasi. Kemudian, dalam perkembangannya diplomasi tersebut melahirkan konsep diplomasi publik. Dalam penelitian ini secara spesifik penulis akan menggunakan konsep diplomasi publik McDonald yang kemudian dikenal sebagai *multitrack diplomacy*. McDonald berpendapat bahwa diplomasi jalur pertama, yakni diplomasi *Government to Government* memiliki banyak keterbatasan karena bergerak dalam kerangka kekuasaan dan interaksi yang kaku. Oleh sebab itu, McDonald mengembangkan konsep diplomasi publik dengan melibatkan aktor non pemerintah (Louis Diamond & John McDonald, 1996).

Sembilan aktor yang dimaksud oleh Diamond dan McDonald merupakan aktor-aktor non Negara yang terdiri dari kalangan bisnis, kalangan profesional, kaum akademisi, LSM atau organisasi non pemerintah (NGO), perusahaan multinasional (MNC), lembaga keagamaan, lembaga ekonomi dan keuangan, warga biasa, serta media massa. Model diplomasi publik Diamond dan McDonald pada jalur ke sembilan menunjukkan peran dan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh media massa (Heidi Burgess & Guy M. Burgess, 2016). Diamond dan McDonald berasumsi bahwa media massa memiliki fungsi yang strategis, sebab dengan menggunakan media maka semua aktor diplomasi publik dapat menyatu melalui aktivitas komunikasi. Hal ini sangat relevan dengan aktivitas diplomasi saat ini, bahwa tidak ada satupun peristiwa luar negeri yang dilakukan tanpa didahului dengan menganalisis opini publik. Opini publik menjadi elemen mendasar dari diplomasi publik dalam mempengaruhi kebijakan politik luar negeri (Melissen, 2005).

Media massa yang identik dengan publikasi informasi melalui radio, televisi dan internet, merupakan instrumen strategis untuk membentuk opini, baik di level domestik maupun global. Perkembangan informasi dan telekomunikasi telah menggeser pandangan tradisional tentang “membentuk citra baik” (Brown, 2002). Pemerintahan di dunia tidak dapat lagi berpropaganda untuk memanipulasi realitas. Citra dan realitas tidak dapat lagi dipisahkan, sehingga untuk memperbaiki citra maka realitas yang terlebih dahulu diperbaiki, selanjutnya media massa akan menjadi komunikator yang mentransformasinya menjadi citra. Diplomasi yang melibatkan media massa dan internet ini kemudian berkembang pesat, sehingga lahirlah *eDiplomacy* sebagai turunan dari diplomasi publik.

*eDiplomacy* merupakan “*the use of the internet and new information communication technologies to help achieve diplomatic objectives*” (Hanson, 2012). Hal ini merujuk pada penggunaan internet dan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka mencapai tujuan diplomatik. Lebih jauh lagi, *The UK Foreign and Commonwealth Office* mendefinisikan *eDiplomacy* sebagai “*solving foreign policy problems using internet*” (British Embassy Holly See, 2014), yakni mengatasi masalah kebijakan luar negeri menggunakan internet. Wilson Dizard memberikan pandangan yang lebih tajam dalam tulisannya, “*Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age*” (Dwikardhana, 2017), dengan menyimpulkan tiga peran penting yang dimainkan diplomasi digital di era reformasi, yakni: 1.) memunculkan isu-isu tentang kebijakan luar negeri yang melibatkan sumber informasi dan komunikasi yang menggunakan teknologi canggih; 2.) penggunaan media sosial sebagai sarana pertukaran dan sumber informasi di lingkungan Kementerian Luar Negeri; 3.) lonjakan peranan diplomasi publik khususnya dalam menggunakan teknologi digital dalam mempengaruhi opini publik.

Dari definisi-definisi dan keunggulan *eDiplomacy* yang disampaikan oleh beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwasanya *eDiplomacy* atau biasa juga disebut sebagai digital diplomasi, *cyber diplomacy*, *net diplomacy*, *diplomacy 2.0*, dan *21<sup>st</sup> Century Statecraft* ini merupakan suatu bentuk diplomasi baru yang berbasis TIK untuk tujuan diplomasi suatu negara. Semakin meningkatnya informasi yang menyebar dalam bentuk digital kini memungkinkan Kementerian Luar Negeri untuk berkoordinasi lebih intensif dengan cabang pemerintah yang lain dan menggunakan piranti *eDiplomacy* untuk terus melakukan pengawasan dan berperan dalam kebijakan internasional di seluruh bidang

pemerintahan. Dalam hal ini, *eDiplomacy* berperan sebagai komunikator untuk mengubah realitas menjadi citra sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi tindakan pihak lawan.

### **Bentuk *eDiplomacy* AS dalam Normalisasi Hubungan Diplomatik dengan Kuba**

Di era millineal ini, hampir setiap individu memiliki ketergantungan dalam teknologi informasi digital. Alvarez, salah satu migran Kuba yang terjebak dalam konflik perbatasan Nikaragua, mengatakan, "*This is our best friend, the phone. It's always on, always ready* (Crahan, 2016)". Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan AS untuk melancarkan *eDiplomacy*-nya di Kuba. Ben Rhodes (2016), pejabat Senior Dewan Keamanan Nasional AS dalam wawancaranya dengan *The Atlantic*, mengatakan bahwa pemberdayaan dan sikap yang terbuka merupakan strategi yang baik untuk menarik simpati Kuba. Tujuan utama penerapan *eDiplomacy* yang dilakukan AS adalah untuk mempengaruhi pola pikir pemerintah dan masyarakat Kuba. Berikut merupakan bentuk-bentuk strategi *eDiplomacy* yang dilakukan AS dalam merestabilisasi hubungan dengan Negeri Cerutu tersebut.

*Pertama*, yaitu penghapusan blokade telekomunikasi Kuba. Sejak memanasnya hubungan diplomatik AS – Kuba, Presiden Bill Clinton memberlakukan embargo perdagangan, larangan ketat pengiriman uang, remitansi perjalanan dan pemblokiran jaringan telekomunikasi (Stellman, 2016). Pemblokiran jaringan telekomunikasi yang dilakukan AS ini mengakibatkan Kuba menjadi negara paling terisolasi kedua di dunia. Faktor utama stagnasi keterbatasan internet ini disebabkan oleh embargo AS terhadap Kuba serta ketakutan pemerintah Kuba akan masuknya paham liberalisme dan demokrasi jika internet tidak dibatasi secara ketat (Freedom House, 2014). Layanan internet di Kuba hanya mencapai 5%, sementara untuk layanan jaringan telepon seluler hanya mencapai 20%. Biaya konektivitas terbilang sangat tinggi jika dibandingkan dengan rata-rata pendapatan perkapita adalah \$20 per bulan. Harga komputer termurah di Kuba sekitar \$700 dan biaya akses internet publik \$12 per jam (Tamayo, 2014).

AS yang hendak menggencarkan strategi *eDiplomacy*-nya untuk merealisasikan normalisasi hubungan dengan Kuba, kemudian melakukan penghapusan pemblokiran koneksi jaringan global tersebut sebagai langkah pertama dalam misi diplomatiknya. Oleh sebab itu, *Federal Communications Commission* (FCC) pada awal tahun 2015, menghapus Kuba dari 214 wilayah yang jaringan komunikasinya di blokade oleh AS (FCC, 2015). Dengan penghapusan ini, perusahaan-perusahaan telekomunikasi AS tidak perlu lagi mendapatkan persetujuan pemerintah terlebih dahulu untuk berbisnis disana.

*Kedua*, yaitu pemberian bantuan teknologi dan pelatihan anti penyensoran dalam agenda *internet freedom*. *Internet freedom* merupakan salah satu agenda dalam kebijakan *21<sup>st</sup> Century Statecraft* AS. Biro Demokrasi, Hak Asasi Manusia dan Tenaga Kerja, memiliki program untuk memajukan pelaksanaan HAM dan kebebasan mendasar melalui kebijakan kebebasan berinternet. Program *internet freedom* ini sendiri meliputi peningkatan kebebasan berinternet di negara-negara dengan kebebasan pers yang rendah seperti Cina, Vietnam dan Kuba. Pelaksanaan program ini memanfaatkan inovasi teknologi, pelatihan, penelitian, dan advokasi. Adapun tujuan dari agenda *internet freedom* tersebut adalah untuk memajukan kebebasan mengakses internet serta peningkatan teknologi untuk melindungi aktivitas *online* bagi orang-orang maupun organisasi yang mengalami pembatasan hak dalam mengakses internet (U.S. Department of State, 2008).

Oleh sebab itu, agenda *internet freedom* ini merupakan salah satu program yang paling tepat dalam memulai pelaksanaan misi *eDiplomacy* AS terhadap Kuba. Langkah selanjutnya yang dilakukan AS adalah dengan melakukan inovasi teknologi, mengingat teknologi komunikasi di Kuba sangat minim dan hanya dapat digunakan oleh orang-orang tertentu saja, seperti pemerintah. Selaras dengan visi Obama untuk meningkatkan penyerapan

teknologi informasi di Kuba, pasca D17 AS mulai membuka ekspor perangkat jasa serta telekomunikasi ke Kuba. Ketua Komunikasi Federal AS, Tom Wheeler, saat diwawancari oleh *The Associated Press* mengatakan bahwa AS akan meningkatkan dukungan dalam peningkatan akses jaringan di Negeri Cerutu tersebut. Pada bulan Januari 2015, telah dilaksanakan pemasangan DSL dan 3G nirkabel di wilayah-wilayah di Kuba (U.S. Embassy in Cuba, 2016).

Selain itu AS juga memberi bantuan dana bagi Kuba untuk melakukan inovasi dalam mengembangkan sistem jaringan telekomunikasi di negara tersebut. Pada bulan Februari 2015 Kuba telah mendirikan 35 *hotspot* Wi-Fi publik di setiap wilayah dengan biaya akses yang terjangkau (The Associated Press, 2015). Tidak lama kemudian, Senator AS, Jeff Flake, mengajukan anggaran *Cuba Digital and Telecommunication Advancement Act* (Cuba DATA Act). Undang-Undang ini dibentuk untuk memfasilitasi ekspor telekomunikasi AS. Selain itu, RUU tersebut diharapkan dapat membuka jalan bagi Kuba untuk melakukan digitalisasi perekonomian (CNN News, 2015).

Tidak hanya itu, pada awal tahun 2016, perusahaan Google membantu memperluas akses Wi-Fi di negara tersebut dengan memasang Chrome dan *headset online* di sebuah museum di Havana. Selanjutnya, perusahaan Google memasang aplikasi Google Play dan Google Analytic secara gratis. Google mengklarifikasi bahwa pemasangan jaringan tersebut merupakan tahap awal untuk membantu Kuba dalam memperluas akses internet. Selanjutnya, Ketua Eksekutif Google, Eric Schmidt berkunjung ke Havana dan mendeklarasikan secara resmi bahwa Google akan membantu konektivitas internet Kuba. Kebijakan tersebut disambut baik oleh Kuba, Maya Arevich, presiden perusahaan telekomunikasi plat merah Kuba, menyetujui untuk membuka pintu jaringan Google Global Cache (ABC News, 2016).

Selanjutnya, Presiden Obama menggandeng pihak-pihak NGO dalam melancarkan strategi *eDiplomacy*-nya. Perusahaan-perusahaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) AS, seperti Perusahaan Cisco, mulai melakukan pelatihan terhadap masyarakat Kuba mengenai cara menggunakan aplikasi digital. Perusahaan-perusahaan swasta dalam melakukan taktik *eDiplomacy* AS secara cepat mengambil bagian dalam setiap aspek teknologi komunikasi di Kuba. Tidak terbatas dalam menyediakan jasa pelatihan, perusahaan TIK AS lainnya seperti Verizon, T-Mobile dan Sprint menyediakan akses layanan *roaming* di Kuba bagi orang-orang yang bepergian ke negara tersebut (Risen, 2016).

*Ketiga*, melibatkan *platform* jaringan sosial dalam melaksanakan misi diplomatik. Adapun *platform* jaringan sosial yang digunakan adalah media massa, *website*, media sosial, dan *social networking*. Media massa merupakan salah satu instrumen penting pemerintah yang sangat efektif dalam mempengaruhi persepsi publik. McCombs dan Shaw berpendapat bahwa “*media shape what to think about not what to think*” (McCombs & Shaw, 1972). Dalam bahasa lebih sederhana, pernyataan tersebut merujuk pada pengertian bahwa masyarakat akan berpikir sesuatu yang diberitakan penting jika media menganggapnya penting. AS dengan kebebasan pers tertinggi di dunia memiliki berbagai jenis media massa yang berkontribusi dalam penyampaian misi diplomatik pemerintahan AS.

Dalam upaya normalisasi hubungan Diplomatik dengan Kuba, *The New York Times*, sebuah lembaga surat kabar harian AS, memiliki pengaruh yang sangat besar. Mengutip data dari penelitian yang dilakukan oleh beberapa *scholar* AS seperti Paul Farhi yang menyebutkan bahwa titik balik dari terjadinya peristiwa D17 merupakan implikasi dari sebuah artikel yang diterbitkan oleh *The New York Times* (NPR News, 2015). Artikel yang berjudul, “*Obama Should End the Embargo on Cuba*” tersebut ditulis oleh salah satu tim editorial *The New York Times*, Ernesto Londoño. Artikel tersebut ditulis dalam dua bahasa oleh Londoño, yakni bahasa Inggris dan Spanyol serta dipublikasi dalam situs resmi *The New York Times*. Tulisan tersebut berhasil menuai perhatian global, khususnya negara-negara

Amerika Latin, Karibia, dan Kuba. Bahkan *Granma*, surat kabar nasional Kuba, menerbitkan artikel tersebut dan berhasil mendapat perhatian dari Raul Castro (Marie, 2015).

Gambar III.1 Bentuk *eDiplomacy* melalui media massa



Sumber: The New York Times, 2014

Bagi publik AS sendiri, artikel ini menjadi perbincangan yang hangat karena hal tersebut merupakan aspirasi kebanyakan masyarakat AS yang belum tersampaikan. Hal ini tentu saja mengundang perhatian Obama, terlebih sebenarnya telah dilakukan negosiasi rahasia antara Obama dan Castro selama 18 bulan terakhir. Setelah artikel tersebut tersebar, Obama dan Castro melakukan pembicaraan melalui telepon. Berselang tiga hari setelah artikel tersebut dipublikasi, Obama dan Castro mengumumkan rencana normalisasi hubungan kedua negara secara resmi melalui televisi nasional masing-masing (The Washington Post, 2014).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gorman dan Seguin mengenai peran lembaga berita *The New York Times* dalam normalisasi hubungan diplomatik antara AS – Kuba, mengungkapkan bahwa *The New York Times* banyak sekali mempublikasi artikel tentang Kuba. Artikel-artikel tentang Kuba yang diterbitkan, menjadi kategori dengan riwayat pencarian terbanyak dalam daftar berita *The New York Times*. *The New York Times* mengungkapkan bahwa, peningkatan riwayat pencarian tentang Kuba meningkat lima kali lipat, dari 46 menjadi 214 dengan 27 berita publikasi dalam dua hari setelah D17 (Fullerton & Kendrick, 2017)

Tidak hanya *The New York Times*, stasiun televisi dan saluran berita AS seperti *CNN News*, *NBC News*, *ABC News* bahkan *Miami Herald* rutin dalam memberitakan hubungan AS dan Kuba. Hal ini terlihat sejak D17 pemberitaan tentang Kuba mendominasi media massa AS. Contohnya, *NBC News* meyiarkan 27 berita tentang Kuba selama sebulan, atau dengan kata lain hampir setiap hari media tersebut mengangkat topik berita tentang Kuba (Moraes, 2015). Dalam kesuksesan normalisasi hubungan diplomatik dengan Kuba, hasil liputan media-media berita telah memberikan dampak dalam pengambilan keputusan pemerintah kedua negara.

Selanjutnya adalah *website*. Sejak D17, segala kebijakan Pemerintah serta lembaga *Think Tank* AS terhadap Kuba selalu dipublikasikan di *website-website* resmi milik AS, seperti *share.america.gov*. Transparansi ini tentu saja berdampak baik pada kelanjutan

hubungan bilateral kedua negara. Artikel dan berita normalisasi mengenai hubungan AS - Kuba yang dipublikasi di *website-website* mendapat banyak perhatian massa. Google News mencatat terdapat sekitar 443.000 artikel tentang Kuba pada periode 17 Januari - 17 Juni 2014 dengan riwayat pencarian sebanyak 710.000 (Toor, 2016). Share.america.gov rutin mempublikasikan mengenai cara mewujudkan normalisasi, perjalanan hubungan kedua negara, bahkan keuntungan-keuntungan yang diperoleh kedua negara jika normalisasi berhasil terealisasi (ShareAmerica, 2015).

Pergerakan *eDiplomacy* melalui budaya populer lainnya adalah pada bulan Maret 2015, Conan O'Brien mengadakan acara *late-night talk show* di Havana. Kunjungan tersebut merupakan kunjungan pertama pembawa acara *talk-show* televisi AS sejak tahun 1963. Acara ini ditonton oleh 3,7 juta pemirsa (deMoraes, 2015). Tidak lama setelah itu, perusahaan *E Video* AS mempublikasikan kegiatan pertunjukan budaya AS - Kuba yang digelar di Havana. Acara tersebut dihadiri oleh para pemangku kepentingan AS seperti Diplomat, Duta Pariwisata dan Budaya, serta tim tari nasional AS. Masyarakat Kuba menyambut baik pertunjukan tersebut, terlihat dengan antusiasme penonton dengan hampir tiga juta *subscriber* di YouTube yang sebagian besar diantaranya merupakan masyarakat Kuba (Public Diplomacy Council, 2016). Segala bentuk kegiatan ini dipublikasi dalam *website-website* yang mudah untuk diakses oleh masyarakat Kuba. Masyarakat Kuba sendiri terlihat antusias dengan banyak mengunjungi *website-website* tersebut serta mengunggah *link* yang tersedia. Antusiasme masyarakat Kuba menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan *eDiplomacy* melalui budaya populer. Menurut para ahli, mengekspor budaya populer merupakan strategi ampuh AS dalam menjatuhkan Uni Soviet ketika Perang Dingin (Bogart, 1995).

Gambar III.2 Bentuk *eDiplomacy* melalui *Website*



Sumber: share.america.gov, 2015

Setelah kebijakan perijinan penetrasi internet di Kuba berbagai media sosial mulai bermunculan seperti Facebook, Twitter, Flickr, Instagram. Platform media sosial yang paling banyak digunakan di Kuba adalah Facebook dan Twitter. Tercatat sekitar 3.000 pengguna menyebut Kuba di Twitter, dan pada Januari - Juni 2015 tercatat sekitar 4,4 Juta

*tweet* tentang Kuba dengan jumlah pengguna Twitter yang mengunggah sekitar 1,1 juta tautan (Frumin & Margolin, 2014). Oleh sebab itu, para *stakeholder* bahkan masyarakat menggunakan kedua *platform* media sosial tersebut untuk melakukan misi diplomatik pemerintah AS. Media sosial ternyata mampu mengubah paradigma negatif tentang AS. Hal tersebut terlihat dari sikap terbuka Kuba terhadap masyarakat AS dalam berkomunikasi dan berinteraksi di dunia maya.

Selain masyarakat, Presiden Obama serta Departemen Luar Negeri AS juga turut menggunakan media sosial dalam menjangkau masyarakat Kuba. Departemen Luar Negeri AS dalam laman Facebook resminya memiliki komunitas dan grup diskusi terbuka mengenai normalisasi AS dan Kuba. Selain itu, laman-laman resmi pemerintah tersebut sering mengekspos isu normalisasi kedua negara dalam kiriman-kirimannya. Topik-topik yang diidentifikasi yakni mengenai tokoh-tokoh politik negara yang terlibat dalam normalisasi, pertukaran tahanan, hubungan diplomatik dan orkestra AS yang tampil di Kuba (Groshek & Elasmr, 2015).

Seorang komedian terkenal Kuba, Panfilo memiliki kesempatan untuk membintangi sebuah film pendek dengan Barack Obama. Film tersebut menceritakan mengenai seseorang berkewarganegaraan Kuba yang sangat mengidolakan Obama yang berhasil berbicara dengan Obama melalui telepon. Orang tersebut semakin dikejutkan mendengar pernyataan dari Obama bahwa dirinya akan berkunjung ke Kuba dalam waktu dekat (teleSURtv, 2016). Film pendek tersebut merupakan inisiatif dari AS untuk memberitahukan kepada publik bahwa Obama akan melakukan perjalanan ke Havana dengan cara penyampaian yang lebih menarik (O'brian, 2016).

Gambar III.3 Bentuk *eDiplomacy* melalui Media Sosial



Sumber: Youtube, 2016

*Keempat*, yaitu *social networking*. Beberapa masyarakat AS dan Kuba memanfaatkan akses internet untuk saluran berbisnis serta jaringan pertemanan. Pasca AS mencabut larangan perjalanan bagi AS - Kuba, Brian Chesky pendiri perusahaan Airbnb<sup>6</sup> melakukan

<sup>6</sup> Airbnb adalah sebuah *online marketplace* bagi orang-orang yang ingin menyewa dan menyewakan kamar pribadi, apartemen ataupun rumah. Biasanya sistem penyewaan ini bersifat harian seperti kamar hotel.

kunjungan ke Kuba pada tahun 2015 sebagai awal dari penanaman investasi di negara tersebut (Diaspora.org, 2016). Kehadiran Airbnb di Kuba menjadi wadah, baik bagi masyarakat AS maupun Kuba yang ingin berbisnis dalam hal sewa menyewa tempat tinggal sementara. Perusahaan Airbnb mengatakan bahwa Kuba merupakan pasar potensial dengan pertumbuhan tercepat sepanjang sejarah Airbnb. Hal ini terlihat dari 4.000 warga negara Kuba telah memasang aplikasi tersebut dan terdaftar sebagai pengguna Airbnb dalam sepekan setelah kesepakatan resmi kerjasama perusahaan tersebut dengan pemerintah Kuba. Selain itu, dalam sebulan terakhir terhitung sekitar 13.000 orang Amerika telah memesan kamar penginapan di negara tersebut (Griffith, 2016). Beberapa kritikus media AS mengungkapkan keoptimisan mereka terhadap hubungan diplomatik AS - Kuba. Upaya-upaya *eDiplomacy* yang dilakukan oleh media AS terlihat menjadi legitimasi baru yang diberikan untuk kepentingan Kuba. Berita-berita yang disiarkan menjadi tonggak positif bagi hubungan baik kedua negara karena konten dari berita-berita tersebut tidak mengandung unsur provokasi dan negativitas (O'Day, 2015).

Dari upaya-upaya *eDiplomacy* yang dilakukan tersebut, selanjutnya akan dibahas mengenai bagaimana *eDiplomacy* dapat mempengaruhi preferensi tindakan Pemerintah Kuba sehingga normalisasi hubungan kedua negara dapat terealisasi. *Pertama*, *eDiplomacy* dijadikan sebagai upaya meningkatkan *Nation Branding* AS di Kuba. *Nation branding* merupakan upaya sebuah negara untuk mempromosikan citra positif apabila negara tersebut memiliki citra buruk menurut persepsi negara lain (Ying Fan, 2010). Berbagai media massa internasional besar AS seperti *New York Times*, *VOA*, dan *Huffington Post* secara aktif meliput dan mempublikasi upaya-upaya pemerintah AS dalam mewujudkan normalisasi hubungan dengan Kuba, sehingga hal tersebut berpengaruh dalam memperbaiki citra buruk AS di mata Kuba (Dean, 2015).

Tidak hanya itu, peran media sosial seperti Facebook, Blog, Twitter, YouTube, dll, juga berpengaruh sangat besar dalam menarik simpati masyarakat Kuba. Hal tersebut dikarenakan media sosial merupakan salah satu instrumen *eDiplomacy* yang hampir digunakan oleh setiap kalangan karena konten yang disediakan bervariasi dan terkesan ringan. Oleh sebab itu, setiap misi diplomatik yang hendak disampaikan ke sasaran lebih efektif serta jangkauan yang sangat luas. Melalui instrumen *eDiplomacy* ini, keinginan AS untuk membentuk opini publik di Kuba terbilang sangat berhasil karena *platform-platform* tersebut menjadi mesin penggerak baru dalam menciptakan tingginya rasa empati Kuba terhadap AS. Salah satu faktor yang membuktikan hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya akademisi Kuba yang kini memiliki rasa keingintahuan untuk mengenal demokrasi AS (The Guardian, 2015).

*Kedua*, *eDiplomacy* dijadikan sebagai upaya menciptakan *mutual understanding in culture* antara pemerintah serta masyarakat AS – Kuba. Diskursus yang terjadi antara politisi dan akademisi AS dan Kuba setelah D17 adalah kedua negara ini cenderung mengalami *trust deficit* karena masih sukar dalam menumbuhkan *mutual trust* antara AS dan Kuba. Di samping itu, perbedaan ideologi yang sangat bertolak belakang, yakni AS dengan paham liberal dan Kuba dengan paham komunis berimplikasi kepada susahnya kedua negara ini memandang sebuah isu dari sudut pandang yang sama.

Upaya normalisasi hubungan melalui *eDiplomacy* yang diaplikasikan oleh AS ini menjadi sangat intens dan efektif mengingat Kuba selama ini masih sangat buta terhadap sistem teknologi komunikasi digital, namun kemudian AS datang menghadirkan kecanggihan teknologi yang telah sejak lama dinanti-nantikan Kuba. Kehadiran internet mulai mengubah pola pikir masyarakat dalam memandang isu normalisasi, demokrasi, dan HAM. Upaya-upaya untuk menjalin *mutual understanding* antara AS dan Kuba tersebut diungkapkan oleh *Secretary of State*, Jhon Kerry. Dalam pidatonya, Jhon Kerry menyebutkan bahwa untuk mempererat hubungan dan menjalin kerjasama antara publik AS dan Kuba perlu dilakukan

dari berbagai aspek seperti teknologi, budaya dan pendidikan (Council on Foreign Relations, 2015).

*Mutual Understanding* dalam budaya ditunjukkan dengan bagaimana penetrasi internet dan upaya-upaya *eDiplomacy* AS mendapat respon yang positif dari masyarakat serta pemerintah Kuba yang terlihat dari kesediaan Kuba untuk menerima bahkan mengadopsi beberapa budaya dan gaya hidup AS. AS hadir membawa pembaharuan teknologi informasi dan komunikasi yang merupakan suatu kebutuhan mendasar yang telah dinanti-nantikan Kuba sejak lama. Implikasinya adalah tingginya antusiasme masyarakat terhadap pergerakan teknologi yang dibawa oleh AS sehingga keinginan AS untuk memperbaiki kembali hubungan dengan Kuba dapat diterima oleh masyarakat serta pemerintah Kuba. Misalnya, pemerintah Kuba yang telah mulai memberlakukan HAM dengan memberi kebebasan pers serta sedikit demi sedikit mulai memberikan kebebasan bagi publik untuk mengekspresikan aspirasi di media sosial.

Hal ini terlihat dari fenomena masyarakat Kuba yang mengkritik sistem pemerintahan nasional melalui kampanye *hashtag* dalam aksi *Revolution Recodified* tidak mendapat sanksi pemerintah. Hal ini merupakan suatu perubahan signifikan mengingat sebelumnya tidak ada masyarakat yang berani mengkritisi pemerintah karena rezim pemerintah yang diktator. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat mulai berpikiran terbuka dan liberal. Bahkan menurut Freedom House, secara tidak sadar penetrasi internet telah membawa masyarakat Kuba menerapkan nilai-nilai demokrasi dalam kehidupan sehari-harinya, hal ini terlihat dengan tingkat partisipasi politik yang mulai meningkat (Freedom House, 2017).

*Ketiga*, meningkatnya kontribusi *citizen diplomats* atau praktik diplomasi digital secara *people to people* antara AS dan Kuba. *eDiplomacy* berperan dalam meningkatkan kontribusi *citizen diplomats* dan juga praktik diplomasi *people to people* antar dua negara, serta meningkatkan *partnership* dan *networking* yang terjalin antara masyarakat maupun pemerintah AS dan Kuba. Selain peningkatan antusiasme masyarakat dua negara, *eDiplomacy* juga turut meningkatkan mobilitas individu dalam perannya sebagai *citizens diplomats*. Upaya diplomasi tersebut merupakan refleksi dari kebijakan Obama dalam prinsip kebijakan *21<sup>st</sup> Century Statecraft* (Clinton, 2015). Hal ini terlihat dari begitu banyaknya perusahaan-perusahaan swasta AS seperti Google, Airbnb, Facebook, dll. yang telah menanamkan sahamnya di Kuba. Para perusahaan telekomunikasi ini tidak hanya sekedar menanam saham, namun ikut menjadi mesin penggerak dalam perkembangan melek komunikasi digital di Kuba melalui penyediaan *platform-platform* internet yang menarik, mudah digunakan, serta mudah diakses.

Selain perusahaan-perusahaan swasta, masyarakat sipil juga ikut berperan menjadi aktor *citizens diplomat*. Faktanya, hal tersebut diawali dari warga negara AS yang ikut membantu pemerintahnya untuk mewujudkan terjalinnya normalisasi AS - Kuba sesuai yang telah diumumkan pemerintahan Obama. Mengingat sebagian besar masyarakat Kuba sangat menyukai Facebook dan Twitter, hal tersebut kemudian dimanfaatkan masyarakat AS untuk menggunakan *platform* tersebut dalam menyampaikan misi diplomatik pemerintahnya. Warga negara AS dan Kuba saling terhubung dan mengikuti di media sosial. Tak jarang dari kedua warga negara yang menjalin pertemanan di Facebook, saling berbagi cerita dan bertukar budaya (deMarie, 2015). Walaupun terlihat sederhana namun hal tersebut memiliki implikasi yang besar karena dialog *people to people* tersebut dalam aksi yang lebih jauh tidak jarang kemudian dijadikan sebagai sarana orang-orang tersebut untuk *sharing language*, edukasi, dan bisnis. Komunikasi seperti ini secara perlahan melunturkan pandangan skeptis antar kedua negara.

## Respon Kuba Terhadap *eDiplomacy* AS

Penelitian ini akan melihat respon dari dua sudut pandang, yakni pemerintah dan masyarakat serta akan menjabarkan perbandingan pra dan pasca *eDiplomacy* diimplementasikan. *Pertama*, yaitu respon pemerintah. Sebelum *eDiplomacy* dilakukan oleh AS dapat dikatakan bahwa Kuba merupakan negara, yang kekuasaan secara mutlak dikendalikan seluruhnya oleh pemerintah. Berdasarkan artikel yang ditulis oleh V. Santamaria (2015) mengatakan bahwa kediktatoran Pemerintah Kuba beregenerasi dari satu pemimpin ke pemimpin berikutnya. Ketakutan Pemerintah Kuba akan masuknya paham demokrasi ke negaranya, mendorong Pemerintah Kuba untuk memutuskan segala arus informasi dari dunia global dengan melakukan penyensoran secara ketat terhadap jaringan komunikasi. Pesimisme Pemerintah Kuba terhadap demokrasi mengakibatkan Pemerintah Kuba otoriter terhadap rakyatnya sendiri sehingga memberlakukan suatu sistem yang membatasi ruang gerak masyarakat dan mendoktrin masyarakat dengan ideologi komunis saja.

Berkaitan dengan arus informasi dan media massa, Kuba sebenarnya memiliki media baik berupa majalah, *website* dan saluran TV dan radio. Seperti yang dikutip dari *Reuters*, Kuba memiliki sepuluh saluran televisi dan radio, dan dua diantaranya adalah saluran edukasi (*Reuters*, 2015). Selain itu, Kuba memiliki dua perusahaan surat kabar nasional, yakni *Juventud Rebelde* dan *Trabajadores* yang tidak jauh beda dengan *Granma*. Namun *Granma* telah dinonaktifkan karena pernah menerbitkan artikel yang bertentangan dengan ideologi Kuba. Tidak hanya itu, Kuba juga memiliki *website* nasional yang berisi mengenai publikasi berita-berita nasional yang bernama *Cubadebate.cu*. Namun, semua jenis media tersebut dimonopoli dan dikendalikan oleh pemerintah. Dalam kasus yang lebih parah, segala sesuatu yang dipublikasi merupakan berita yang telah diatur oleh pemerintah (*Moreno & Calingaert*, 2011).

Pasca diberlakukannya *eDiplomacy* terlihat sebuah perubahan arah kebijakan nasional Kuba, khususnya dalam bidang telekomunikasi. Adanya dukungan dari AS serta dorongan dari publik dari Kuba sendiri, merupakan faktor terkuat bagi pemerintahan Raul Castro untuk mengubah kebijakan nasional mereka. Sehingga dalam dua tahun setelah D17, internet global telah secara resmi masuk ke Kuba. Tidak hanya itu, berbagai media swasta mulai tumbuh, bahkan *Granma* mulai diaktifkan kembali. Perubahan dalam sistem telekomunikasi Kuba ini tidak lepas dari peran serta dukungan AS. Sebagai apresiasi pemerintah Kuba, *Granma*, surat kabar milik pemerintah Kuba menerbitkan banyak artikel tentang upaya-upaya normalisasi hubungan dengan AS. Bahkan dalam beberapa artikel *Granma*, menyebutkan normalisasi dengan Kuba merupakan salah satu pencapaian kebijakan luar negeri terbaik Obama (*Granma*, 2015). Pemerintah Kuba juga telah menggunakan media sosial seperti Twitter dalam pemerintahannya, yakni @MINCOMCuba yang merupakan akun yang dikelola oleh Kementerian Luar Negeri. Layanan berita nasional Kuba, '*La Voz Diggital de Los Cubanos*' juga telah memiliki halaman Facebook dan Twitter dengan lebih dari 3.500 pengikut per Juli 2016. Selain itu, Raul Castro juga telah mengizinkan akses berita asing masuk ke negara tersebut, seperti *Miami Herald* dan *BBC News* (*Columbia School of International and Public Affairs*, 2016)

*Kedua*, respon masyarakat. Perilaku politik merupakan salah satu indikator dalam mengukur tingkat nasionalisme masyarakat sebuah negara. Masyarakat dengan partisipasi politik yang tinggi menandakan negara tersebut memiliki hubungan baik antara pemerintah dan masyarakat. Sebelum D17 masyarakat Kuba tergolong sangat apatis terhadap urusan politik nasional Kuba. Hal ini terlihat dari keterlibatan publik yang begitu minim. Bahkan dalam kasus yang paling parah, masyarakat Kuba sampai tidak mengetahui nama pemimpin negaranya (*Santamaria*, 2015). Hal tersebut diakibatkan pemerintah yang memperlakukan

masyarakat secara otoriter seperti membatasi masyarakat dalam mengakses informasi, sehingga hal tersebut kemudian berimplikasi pada kebencian masyarakat pada pemerintah.

Internet yang merupakan media untuk menghubungkan dunia dapat memberi kebebasan berbicara, sehingga dalam hal ini muncul harapan yang begitu kuat bagi masyarakat Kuba untuk memasuki percakapan secara global dan menggunakan internet sebagai alat baru untuk memberi solusi atas permasalahan sosial, seperti media baru untuk pendidikan, kesehatan, perdagangan, dan lain-lain. Kebutuhan Kuba akan internet tersebut merupakan cara paling ampuh bagi AS untuk menarik perhatian publik Kuba. Dengan mempermudah akses internet dan media sosial akan berimplikasi pada naiknya rasa empati masyarakat Kuba terhadap AS. Ethan Zuckerman, seorang aktivis internet AS, mengatakan bahwa untuk menarik perhatian publik sebaiknya diawali dengan aplikasi-aplikasi hiburan. Kemudian aplikasi ini dalam penggunaan yang lebih jauh dapat berkamufase menjadi suatu *platform* yang menyediakan konten-konten yang lebih serius (The New York Times, 2016).

Kehadiran internet membawa perubahan pola berpikir dan perubahan perilaku masyarakat Kuba. Masyarakat yang dahulu kaku dan tertutup kini lebih terbuka, dinamis dan liberal. *eDiplomacy* ini merupakan suatu instrumen untuk membuka pikiran mereka mengenai isu-isu nasional yang sedang terjadi. Pola pikir yang telah terbuka ini membuat masyarakat Kuba merasa mempunyai peran dalam menentukan kebijakan nasional dan internasional Kuba kedepannya. Respon awal masyarakat yang sangat apatis terhadap rencana normalisasi hubungan dengan AS sangat berbeda setelah adanya program *eDiplomacy* tersebut. Hal ini terlihat dari persentase masyarakat Kuba yang memberikan suara mereka terhadap kebijakan normalisasi hubungan diplomatik secara penuh dengan AS yang akan dilakukan oleh Presiden Castro.

## **PENUTUP**

Pembukaan kembali hubungan diplomatik AS – Kuba secara penuh pada Januari 2017 dapat dimaknai sebagai keberhasilan *eDiplomacy* dalam menaikkan citra AS di Kuba yang kemudian berpengaruh terhadap persepsi Kuba sehingga hal tersebut kemudian mempengaruhi preferensi tindakan Pemerintah Kuba untuk merealisasikan normalisasi hubungan kedua negara. Berdasarkan keberhasilan normalisasi hubungan diplomatik tersebut, dapat disimpulkan bahwa media massa dan internet memang berpengaruh besar dalam menarik perhatian publik sehingga misi diplomatik tersebut dapat direalisasikan. Namun perlu ditekankan bahwa, *eDiplomacy* bukan satu-satunya faktor penentu keberhasilan normalisasi hubungan kedua negara ini. Mengutip pernyataan dari Jovan Kurbalija, Direktur Eksekutif Panel PBB untuk Kerja Sama Digital, mengatakan bahwa *eDiplomacy* yang menggunakan *e-tools*, seperti internet, *big data*, kecerdasan buatan termasuk media sosial dalam bernegosiasi, misalnya dalam kasus normalisasi hubungan diplomatik AS - Kuba tersebut, dalam prosesnya tetap memerlukan *Government to Government*, tetapi menggunakan penunjang digital dan melibatkan publik untuk melancarkan negosiasi tersebut.

## **REFERENSI:**

Al-Qahtani, F. (2011). Continuity and change in United States' foreign policy towards Gulf region after the events of September 11th, 2001: A comparative vision between the Bush and Obama administrations. *Emerald Insight*, 4 (1). Retrieved Tersedia di: <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/REPS-10-2018-006> [diakses 1 September 2018]

- Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital Diplomacy; Theory and Practice*. Routledge, p.36-37.
- Boorsttein, M. (2014). *Pope Francis takes a public role in U.S.-Cuba relations*. Washington, D.C. [Online], The Washington Post. Tersedia di: [https://www.washingtonpost.com/local/pope-francis-takes-a-public-role-in-us-cuba-relations/2014/12/17/9a394168-862f-11e4-a702-fa31ff4ae98e\\_story.html?utm\\_term=.5d26a5c9fb84](https://www.washingtonpost.com/local/pope-francis-takes-a-public-role-in-us-cuba-relations/2014/12/17/9a394168-862f-11e4-a702-fa31ff4ae98e_story.html?utm_term=.5d26a5c9fb84) [diakses 22 April 2019].
- Clinton, H. (2008). *Clinton Foreign Policy Speech*. [Online], George Washington University. Washington D.C: Tersedia di: <https://www.c-span.org/video/?204171-1/clinton-foreign-policy-speech> [diakses 9 Maret 2019].
- Columbia School of International and Public Affairs. (2016). *MDP Students Survey Digital Media in Cuba*. Columbia School of International and Public Affairs. Tersedia di: <https://sipa.columbia.edu/news/mdp-students-survey-digital-media-cuba> [diakses 17 April 2019].
- CNN. (2006). *Castro hands power to brother during surgery*. [Online]. Tersedia di: <http://edition.cnn.com/2006/WORLD/americas/07/31/cuba.castro/index.html> [diakses 7 April 2019]
- Diaspora.org. (2016). *In Cuba, American Tourists Increase Demand for Hotels*. [Online]. Tersedia di: <https://odiaspora.org/2016/12/18/in-cuba-american-tourists-increase-demand-for-hotels/> [diakses 2 April 2019].
- Dizard, W. J. (2001). Digital Diplomacy: U.S Foreign Policy in the Information Age. In *PSQ The Journal of Pubic and International Affairs*, 117. pp. 318
- Freedom House. (2014). *Freedom on the Net*. Freedom House. [Online]. Tersedia di <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2014/cuba> [diakses 24 April 2019]
- \_\_\_\_\_. (2017) *Freedom in the World 2017*. [Online]. Tersedia di: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/cuba> [diakses 24 April 2019]
- Frumin, & Margolin. (2014). *From 'I Love Lucy' to Pop Music, Cuba's Influence on America Runs Deep*. [Online], MSNBC. Tersedia di: <http://www.msnbc.com/msnbc/i-love-lucy-pop-music-cubas-influence-america-runs-deep>. [diakses 8 Mei 2019].
- Fullerton, J., & Kendrick, A. (2017). *Attitude change among U.S. adults after the Castro-Obama announcement: the role of soft power in agenda setting*. [Online]. Tersedia di: <https://www.nature.com/articles/palcomms201718> [diakses 11 Maret 2019].
- Gomez, A. (2016). *Cuban TV Programming to be Broadcast in U.S.* [Online], USA Today. Tersedia di: <https://www.usatoday.com/story/news/world/2016/06/16/cuban-television-broadcast-us-dish-network/85956642/> [diakses 22 April 2019].
- Griffith, E. (2016). *How Airbnb Pulled Off a Coup in Cuba*. [Online], Tersedia di: <http://fortune.com/cuba-havana-airbnb/> [diakses 12 Mei 2019].
- Groshek, J., & Elasmr, M. (2015). *A Sample Methodology for Extracting and Interpreting Country Concept from Social Media Users and Content*. San Fransisco Press.
- Hamre, J. (2015). *Cuba, an Internet Laggard, Opens Wi-Fi Hotspot Across Country*. [Online]. Tersedia di: <https://www.reuters.com/article/us-cuba-internet/cuba-an-internet-laggard-opens-wi-fi-hotspots-across-countryidUSKCN0PC2JB20150702> [diakses 17 Februari 2019].
- Hanson, F. (2012). *Revolution @State: Spread of eDiplomacy*. Brookings: Brookings Institute.
- Havana Times. (2013). *Cuba: A Look at Raul vs. Fidel*. [Online]. Tersedia di: <http://edition.cnn.com/2006/WORLD/americas/07/31/cuba.castro/index.html> [diakses 18 April 2019].
- Lamar. Joe & Cochinos, Bahia, D. (2015). *Cuba's love for Obama swells: Bay of Pigs veterans reflect on the 'inconceivable'*. [Online], The Guardian. Tersedia di:

- <https://www.theguardian.com/world/2015/apr/17/cuba-love-obama-bay-of-pigs-anniversary> [diakses 11 April 2019].
- Louis Diamond & John McDonald. (1996). *Multitrack Diplomacy: A System Approach to Peace* (Third Edition ed.). West Hartford: Kumarian Press.
- Moraes, L. d. (2015). *Conan in Cuba Crowd 3.7 Million*. [Online], Deadline Hollywood. Tersedia di: <http://deadline.com/2015/04/conan-in-cuba-ratings-13-7-million-viewers-video-1201410450/>. [diakses 1 Februari 2019].
- Marie, S. (2015). *The Persistent Advocate: the New York Time's Editorials and the Normalization of U.S. ties With Cuba*. [Online], Shorenstein Center. Tersedia di: <https://shorensteincenter.org/new-york-times-editorials-us-cuba-relations-marie-sanz/> [diakses 2 Mei 2019].
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power*. New York: Public Affairs.
- Reuters. (2014). Continuity and Change in the Cuban Media under Raúl Castro.[Online]. Tersedia di: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Continuity\\_and\\_change\\_in\\_the\\_Cuban\\_media\\_under\\_Raul\\_Castro.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Continuity_and_change_in_the_Cuban_media_under_Raul_Castro.pdf) [diakses 10 Mei 2019].
- Risen, T. (2016). *Obama, FCC Seek to Bring Cuba Online*. [Online], U.S. News.Tersedia di: <https://www.usnews.com/news/articles/2016-01-27/obama-fcc-seek-to-bring-cuba-online> [diakses 16 Maret 2019].
- Rosyidin, Mohamad. (2018). *20 Buku Hubungan Internasional Paling Berpengaruh*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sanz, M., & Shorenstein, J. (2015). *The Persistent Advocate: The New York Times Editorials and the Normalization of U.S. Ties with Cuba*. [Online], Shorenstein Center. Tersedia di: <https://shorensteincenter.org/new-york-times-editorials-us-cuba-relations-marie-sanz/> [diakses 8 April 2019].
- ShareAmerica (2015). Cubans and Americans have Much to gain from restored relations. [Online] ShareAmerica. Tersedia di: <https://share.america.gov/cuba-u-s-will-gain-from-restored-relations/> [dikases 29 Juni 2019]
- Tamayo, J. O. (2014). *Cuba Clamps Down on Wi-Fi Networks*. [Online], Miami Herald. Tersedia di: <https://www.miamiherald.com/news/nationworld/world/americas/article1966773.html> [diakses 8 April 2019]
- teleSurtv (2016). *El gran humorista cubano Pánfilo habla con Obama*. [Online], YouTube. Tersedia di: <https://www.youtube.com/watch?v=tXEPvVnfn9k> [diakses 8 Mei 2019]
- The Guardian. (2011). *3 January 1959: Revolution: Cuba, Castro and the Communists*. [Online], Guardian Research Department. Tersedia di: <https://www.theguardian.com/media/from-the-archive-blog/2011/may/29/castro-cuba-revolution-1959> [diakses 7 Maret 2019].
- The New York Times. (2014). *In Cuba, Misadventures in Regime Change*. [ Tersedia di: <https://www.nytimes.com/2014/11/10/opinion/in-cuba-misadventures-in-regime-change.html> [diakses 8 April 2019].
- The Public Diplomacy Council. (2016). Non Traditional U.S. Public Diplomacy: Past, Present and Future (Vol. 5). Tersedia di: [https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/useruploads/u39301/Nontraditional%20U.S.%20Public%20Diplomacy\\_PDC%20Copyright.pdf](https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/useruploads/u39301/Nontraditional%20U.S.%20Public%20Diplomacy_PDC%20Copyright.pdf) [diakses 7 April 2019].
- The Washington Post. (2014). *Did the N.Y. Times play a role in bringing about change in U.S.-Cuba relations?* [Online]. Tersedia di:

- [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/did-the-ny-times-play-a-role-in-bringing-about-change-in-us-cuba-relations/2014/12/18/52fedaac-870a-11e4-9534-f79a23c40e6c\\_story.html?utm\\_term=.c2e1617b417f](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/did-the-ny-times-play-a-role-in-bringing-about-change-in-us-cuba-relations/2014/12/18/52fedaac-870a-11e4-9534-f79a23c40e6c_story.html?utm_term=.c2e1617b417f) [diakses 1 Mei 2019].
- Toor, A. (2016). *Google Strikes Deal to Store Data in Cuba*. [Online], VOX Media. Tersedia di: <https://www.theverge.com/2016/12/13/13934642/google-cuba-data-youtube-gmail-internet-access> [diakses 10 April 2019].
- U.S. Department of State (2008). Internet Freedom. *U.S. Department of State*. Tersedia di: <https://www.state.gov/j/drl/internetfreedom/> [diakses 9 Maret 2019].
- \_\_\_\_\_.(2014). U.S. Relations With Cuba. Tersedia di: <https://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/2886.htm> [diakses 9 Oktober 2018].
- U.S. Embassy in Cuba. (2016). Cuba's Telecommunications and Technology Opportunities. Tersedia di: <https://cu.usembassy.gov/cubas-telecommunications-technology-opportunities/> [diakses 8 Mei 2019].