

---

---

# DIPLOMASI DIGITAL AMERIKA SERIKAT TERHADAP PERANG DAGANG TIONGKOK

Julyo Paulus Putra A.P <sup>1)</sup>, Penny Kurnia Putri <sup>2)</sup>, A.A.A Intan Parameswari <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana.

---

## Abstrak

Tahun 2018 menjadi tahun dengan tensi tinggi dalam perdagangan internasional karena duanegara adidaya ekonomi dunia, Amerika Serikat dan Tiongkok terlibat dalam konflik yang dikenal dengan perang dagang. Berbagai cara dilakukan oleh AS untuk memenangkan perang dagang melawan Tiongkok, salah satunya dengan menggunakan diplomasi digital, diplomasi digital sendiri merupakan konsep baru dalam Hubungan Internasional. Penelitian ini berusaha menjelaskan upaya diplomasi digital Amerika Serikat terhadap Tiongkok dengan menggunakan penelitian kualitatif. Diplomasi digital Amerika Serikat terhadap Tiongkok dalam perang dagang telah berhasil sehingga Amerika Serikat dapat mengurangi tekanan internasional terhadapnya, mempengaruhi perspektif publik, dan melegitimasi tindakannya melalui penyebaran postingan di media sosial Facebook dan Twitter dengan menargetkan publik nasional dan internasional.

**Kata-kunci :** Amerika Serikat, Diplomasi Digital, Facebook, Perang dagang, Twitter

---

## Abstract

*2018 has been a tense year in international trade because two superpower country on world economic, the US and China involved in a conflict known as the trade war. Various ways are taken by the US to win the trade war against China, one of which is by using digital diplomacy, digital diplomacy itself is a new concept in international relations. This research seeks to explain the United States digital diplomacy efforts against China by using qualitative research. The United States digital diplomacy against China in trade war has been successful so the United States can reduce international pressure on it, influence public perspectives, and legitimize its actions through the spread of posts on the Facebook and Twitter platforms by targeting national and international publics.*

**Keywords :** Digital Diplomacy, Facebook, Trade War, Twitter, United States Of America.

---

## Kontak Penulis

Julyo Paulus Putra Anugrah Pardede  
Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana  
Jalan raya Anyar gang Jepun 3, Kerobokan, Badung, 80363  
Telp: +6285817993889  
E-mail: paulus.putra@student.unud.ac.id

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Dan Permasalahan

Dimulai pada 22 maret Amerika Serikat menjatuhkan tarif dengan nilai US\$50 miliar terhadap produk-produk Tiongkok dengan membawa pasal 301 undang-undang Amerika Serikat tentang perdagangan menjadi awal mula dimulainya perang dagang karena setelah AS maupun Tiongkok kompak balas-membalas tarif (CNN Politics, 23/3/2018). Alasan dari penerapan tarif ini sendiri dikarenakan Tiongkok melakukan praktek dagang yang tidak adil, dan melakukan pencurian teknologi AS.

Perang dagang berlanjut dari sekedar saling balas-membalas tarif hingga saling memblokir perusahaan asal kedua negara, pada 16 Mei 2019 Huawei Technologies Co.Ltd dan sekutunya dimasukkan kedalam daftar entitas AS oleh Departemen Perdagangan AS, hal ini berimplikasi pada produk asal AS menjadi tidak mudah untuk diekspor seperti sebelumnya (CNN Business, 16/05/2019). Sekalipun pada Januari 2020 AS-Tiongkok sepakat untuk meneken *the US-China Phase One trade deal* namun tidak benar-benar mengakhiri perang dagang karena kedua negara masih memblokir perusahaan satu sama lain setelah itu.

Untuk memenangkan perang dagang Amerika Serikat juga menggunakan *instrument* lain diluar ekonomi-perdagangan salah satunya adalah diplomasi digital, pada saat ini diplomasi digital merupakan *instrument* yang penting untuk digunakan dibuktikan dengan negara anggota PBB yang telah memiliki sosial media resmi mencapai 97%, hanya ada enam negara saja yang belum memiliki akun sosial media resmi pada 2018, Amerika Serikat sendiri merupakan negara 3 besar pengguna internet di dunia dengan pengguna yang mencapai 298,8 juta masyarakat AS telah menggunakan internet pada 2021 (Twiplomacy, 10/7/2018). Penggunaan diplomasi digital

sendiri bagi AS telah dimulai sejak era Presiden Bill Clinton berlanjut di era Presiden Bush, dan diberikan perhatian lebih di era Presiden Obama melalui kebijakan *21st Century Statecraft*.

Melihat pentingnya diplomasi digital pada saat ini di dalam Hubungan Internasional terutama bagi Amerika Serikat oleh sebab itu rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana upaya diplomasi digital Pemerintah Amerika Serikat dalam menghadapi Perang Dagang dengan Tiongkok?"

### Tinjauan Pustaka

Penelitian ini dibuat dengan meninjau kajian Pustaka yang berasal dari penelitian terdahulu yang dapat berkontribusi besar bagi peneliti, dan memberikan suatu kebaruan dibandingkan penelitian terdahulu. Kajian Pustaka pertama yang diangkat peneliti adalah jurnal yang berjudul "Pengaruh eDiplomacy dalam Normalisasi Hubungan Diplomatik Amerika Serikat-Kuba pada Masapemerintahan Barack Obama" dibuat oleh Tirsia Kristiani Br Ginting (Ginting, 2019: 528-540). Jurnal ini menjelaskan mengenai penggunaan diplomasi digital dari Amerika Serikat dengan tujuan untuk mendukung normalisasi hubungan diplomatiknya dengan Kuba pasca kedua negara mencapai kesepakatan, dimana AS juga membangun sarana-prasarana internet di Kuba agar bisa melakukan diplomasi digitalnya, Amerika Serikat sendiri berusaha membangun kedekatan dengan masyarakat kuba melalui *platform* internet dengan menunjukkan bahwa AS merupakan negara yang selama ini tidak seperti yang dipikirkan oleh masyarakat Kuba, AS juga mengharapkan diplomasi digital tersebut dilaksanakan antar masyarakat kedua negara yang saling terkoneksi melalui sosial media.

Jurnal ini membawa kontribusi bagi penelitian ini untuk menggunakan konsep diplomasi digital sesuai dengan tujuannya,

yaitu: mempengaruhi persepsi publik serta negara, menyebarkan informasi, dan sebagai alat untuk mewujudkan kepentingan luar negeri. Kebaharuan yang dihadirkan oleh peneliti pada penelitian ini adalah, peneliti menggunakan konsep diplomasi digital padaisu perang dagang AS-Tiongkok dengan AS sebagai subjek.

Literatur kedua yang menjadi kajian Pustaka adalah Jurnal yang berjudul “*US-China Trade War: Causes and Outcomes*” yang dibuat oleh Larisa Kapustina, Ludmila Lipkova, Yakov Silin, dan Andrei Drevalov (Kapustina, 2020: 1-11). Jurnal ini menjelaskan mengenai jalannya perang dagang AS-Tiongkok yang disusun berdasarkan timeline (garis waktu), jurnal ini juga menjelaskan mengenai penyebab terjadinya perang dagang AS-Tiongkok, data-data hubungan perdagangan bilateral AS-Tiongkok, dan skenario-skenario yang dapat terjadi pada perang dagang AS-Tiongkok.

Jurnal ini membawa kontribusi bagi peneliti untuk memahami isu yang diangkat pada penelitian ini yaitu perang dagang AS-Tiongkok secara jelas, dan berurutan, selain data-data bilateral perdagangan AS-Tiongkok, dan skenario-skenario yang dihadirkan pada penelitian ini menambah wawasan peneliti. Kebaharuan yang dihadirkan peneliti didalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan konsep diplomasi digital sebagai pisau analisis untuk menjelaskan tindakan yang dilakukan AS pada saat perang dagang AS-Tiongkok.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk memaparkan langkah-langkah diplomasi digital yang dilakukan Amerika Serikat terhadap perang dagang Tiongkok. Batasan masalah yang diambil peneliti pada penelitian ini, yaitu: informasi yang disajikan adalah diplomasi digital Amerika Serikat, Perang dagang AS-Tiongkok, diplomasi digital AS pada saat perang dagang AS-Tiongkok, dan aktivitas digital Amerika Serikat pada saat

perang dagang AS-Tiongkok, dan rentang waktu penelitian dari tahun 2017 hingga tahun 2020, karena tahun 2017 AS-Tiongkok sudah melakukan berbagai kegiatan yang akan meletuskan perang dagang di tahun 2018, dan 2020 AS-Tiongkok telah mencapai kesepakatan dagang fase pertama (*the US-China Phase One trade deal*).

## **METODE**

### **Pendekatan Metode, Dan Teknik Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Berdasarkan definisinya penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kualitatif (berbentuk pernyataan/ kalimat) (Suliyanto, 2018: 19). Metode deskriptif itu sendiri merupakan metode analisis yang menggunakan situasi objektif atau keadaan tertentu berdasarkan fakta yang terlihat atau apa yang sebenarnya terjadi dan kemudian menarik kesimpulan dengan cara menjabarkan berdasarkan peristiwa tersebut secara rinci (Nawawi, 2012: 67). Sumber data sekunder adalah sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yang berasal dari berita terkait perang dagang AS-Tiongkok tahun 2018-2020, dan peneliti menggunakan juga informasi terkait Upaya diplomasi digital AS dari *platform* digital resmi milik pemerintah AS, tempat berlangsungnya penyebaran informasi dan peneliti menggunakan informasi yang bersumber dari jurnal yang menghadirkan penjelasan waktu perang dagang AS-Tiongkok, dan menyampaikan aktivitas digital pemerintah AS selama AS- perang dagang Cina.

Unit analisis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *state level analysis*, tingkat analisis ini menjelaskan negara sebagai unit utama untuk melihat perilakunya (Olivia, 2013: 899). Peneliti menggunakan analisis tingkat negara pada penelitian dikarenakan tujuan penelitian ini adalah untuk menjabarkan upaya-upaya diplomasi digital Amerika Serikat terhadap Tiongkok pada saat perang dagang

AS-Tiongkok tahun 2018-2020, subjek yang ingin dicapai peneliti adalah Amerika Serikat yang merupakan negara. Melalui tingkatanalisis ini peneliti akan menjelaskan perilaku Amerika Serikat pada saat perang dagang AS- Tiongkok tahun 2018-2020. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah teknik dokumentasi, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik perang dagang AS-Tiongkok, dan aktivitas digital dari kubu Amerika Serikat melalui internet maupun dokumen yang berbentuk hardcopy. Teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah teknik coding, Dimana penulis akan mengumpulkan beberapa data, dan informasi yang kemudian akan dianalisis, data tersebut akan dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian (Nawawi, 2018: 317-324). Teknik penyajian data yang akan digunakan pada penelitian kali ini adalah teknik narasi. Dimana penulis akan menjelaskan data-data yang tersaji untuk menjelaskan apa saja langkah-langkah atau tindakan diplomasi digital yang dilakukan oleh Amerika Serikat pada saat perang dagang antara Amerika Serikat dengan Tiongkok.

### Kajian Kritis

Neorealisme merupakan perspektif Hubungan Internasional yang digunakan dalam penelitian ini. Neorealisme sendiri memandang upaya-upaya diplomasi digital yang dilakukan oleh Amerika Serikat terhadap perang dagang Tiongkok sebagai suatu alat yang sah digunakan oleh AS untuk mencapai kepentingan nasional AS, melindungi posisi AS, dan sebagai akibat dari WTO yang tidak dapat mengendalikan permasalahan kedua negara. Untuk keterkaitan neorealisme dengan neomerkantilisme sendiri memiliki berbagai kesamaan dimana dua konsep ini sama-sama mementingkan kepentingan nasionalnya di tengah hubungannya dengan negara lain, berusaha melindungi keamanan nasionalnya,

dan memiliki karakteristik survival ditengah-tengah system internasional yang anarki.

Untuk mengkaji penelitian ini peneliti menggunakan dua konsep, konsep pertama adalah neomerkantilisme, neomerkantilisme sendiri dapat didefinisikan sebagai pandangan nasionalisme ekonomi dalam perdagangan internasional dimana dalam perdagangan global yang penuh ketergantungan negara wajib untuk menciptakan, dan mempertahankan kekuasaan, keuntungan, serta kekayaan perdagangan mereka hal ini bertujuan agar negara tidak bergantung penuh terhadap negara lain, melemahkan kekuatan negara lain, dan meningkatkan kemampuannya sendiri melalui keuntungan perdagangan (Balaam, 2014: 54-75). Dalam kebijakannya neomerkantilisme menerapkan kebijakan seperti: penerapan tarif, pembatasan ekspor dengan menggunakan undang-undang yang masih dapat diterima, melakukan lobi dalam struktur internasional, dan pembatasan kegiatan perusahaan asing didalam negerinya (Ziegler, 2014: 19-21). Konsep ini membantu peneliti untuk menganalisis perang dagang AS-Tiongkok didalam penelitian ini, neomerkantilisme sendiri dalam perang dagang AS-Tiongkok terlihat jelas dimana AS yang dikenal sebagai negara kapitalis harus turun untuk mengintervensi pasarnya dengan tujuan melindungi industrinya, mempertahankan kekayaannya, mencegah power Tiongkok bertumbuh, dan menjaga keamanan nasionalnya.

Konsep kedua yang digunakan oleh peneliti didalam penelitian ini adalah diplomasi digital, berdasarkan definisinya diplomasi digital adalah suatu bentuk integrasi antara teknologi informasi, dan komputer (media sosial, *website*, *platform* internet, dan lain-lain) dengan diplomasi, dimana dalam diplomasi digital proses, langkah-langkah atau tindakan diplomasi dijalankan dengan menggunakan teknologi informasi termuktahir

hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan diplomasi, seperti memberikan pengaruh, branding negara, mengubah perspektif publik, dan mengubah pandangan negara lain (Collins, 2019: 2-4). Menurut Westcott diplomasi digital sendiri membawa empat implikasi terhadap diplomasi, yaitu: jaringan, layanan, nilai, dan informasi (Westcott, 2008: 16-19).

Konsep diplomasi digital dari Neil Collins sendiri membantu peneliti didalam penelitian ini untuk menunjukkan mana saja upaya-upaya diplomasi digital AS terhadap perang dagang Tiongkok, dan membantu peneliti sebagai pisau analisis untuk menganalisa upaya-upaya diplomasi digital AS terhadap perang dagang Tiongkok. Pada saat perang dagang AS menggunakan berbagai *platform* sosial media, dan *website* yang dimiliki untuk mengunggah postingan dengan tujuan untuk melegitimasi Tindakan AS, mempengaruhi perspektif publik maupun negara, dan untuk menyebarkan informasi-informasi yang telah dibingkai sesuai dengan kepentingan AS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hubungan Ekonomi Perdagangan AS-Tiongkok

Sebagai dua negara *superpower* dalam perdagangan global AS, dan Tiongkok memiliki keuntungan yang besar dari ekspor pada 2018 AS mencatatkan nilai total ekspor sebesar US \$1.66 triliun, dan total nilai impor AS di tahun yang sama sebesar US \$2.54 triliun (Forbes, 06/03/2019). Sedangkan Tiongkok dengan nilai total ekspor sebesar US \$2.72 triliun, besarnya nilai ekspor dari Tiongkok memberikan surplus yang besar juga dimana untuk total nilai perdagangan Tiongkok di 2018 membuahkan surplus dengan total nilai US \$392 miliar (Attijari trade, 03/2022).

Sebagai raksasa ekonomi global, Amerika Serikat dan Tiongkok memiliki hubungan saling ketergantungan dalam perdagangan internasional, kedua negara

tersebut saling memberikan nilai yang besar dalam hal ekspor dan impor untuk negara asal yang berbeda. Pada tahun 2018, total nilai ekspor barang dagangan AS ke Tiongkok adalah US\$120 miliar, menyumbang 7,21 persen dari total ekspor AS, sedangkan nilai total impor barang AS dari Tiongkok adalah US\$563 miliar, terhitung 21,57 persen dari total ekspor AS. total impor AS, sedangkan untuk Tiongkok pada tahun 2018 AS menjadi mitra dagang terbesarnya dengan kontribusi 19,23 persen dari total nilai ekspor Tiongkok dan 7,31 persen dari total nilai impor dan ekspor Tiongkok (World Integrated Trade Solutions, 8/04/2022). Hal ini membuat hubungan perdagangan antara Amerika Serikat dan Tiongkok menjadi erat karena tingginya nilai perdagangan.

Sekalipun kedua negara memiliki hubungan perdagangan yang bergantung namun keuntungan dagang dari kedua negara tidaklah sama sudah sejak lama AS mengalami defisit dalam hubungan perdagangannya dengan Tiongkok Tercatat dalam sedekade terakhir ini neraca perdagangan AS dengan Tiongkok selalu defisit, dengan rincian sebagai berikut: pada 2009 US \$-266 miliar, 2010 US \$-273 miliar, 2011 US \$-295 miliar, 2012 US \$-315 miliar, 2013 US \$-318 miliar, pada 2014 US \$-344 miliar, pada 2015 US \$-367 miliar, 2016 US \$-346 miliar, 2017 US \$-375 miliar, 2018 US \$-418 miliar, dan 2019 defisit dengan total nilai US \$-344 miliar (United States Census Bureau).

### Perang Dagang AS-Tiongkok Kurun Waktu 2018-2020

Investigasi yang dilakukan oleh USTR telah berlalu 7 bulan sejak dimulai pada tanggal 14 Agustus 2017, tanggal 22 Maret 2022 AS memutuskan untuk menjatuhkan tarif untuk produk Tiongkok yang senilai US \$50 miliar hal ini mengawali perang dagang AS-Tiongkok karena setelah ini kedua negara saling balas-membalas tarif (CNN Politics, 23/3/2018). Memasuki pertengahan tahun hubungan kedua

negara menjadi lebih tenang tanggal 3-7 Mei AS-Tiongkok mengadakan pembicaraan di Beijing, kemudian pada 16 Agustus Tiongkok membawa permasalahannya dengan AS kedalam WTO, menjelang akhir tahun 2018 hubungan kedua negara menghangat dikarenakan AS-Tiongkok bertemu di KTT G20 di Buenos Aires, Argentina.

Pertemuan AS-Tiongkok di KTT G20 membawa kesepakatan untuk melakukan gencatan senjata selama 90, dimana AS-Tiongkok sepakat untuk melakukan pembicaraan-pembicaraan dagang selama 90 hari tanpa mengenakan tarif, dilanjut pada 22 Februari Wakil Perdana Menteri Liu He bertemu dengan Presiden Trump di D.C hasil pertemuan ini membawa kesepakatan untuk memperpanjang gencatan senjata. Harapan de-eskalasi konflik memudar setelah pada bulan Mei AS kembali menjatuhkan tarif terhadap Tiongkok, dilanjut oleh aksi balasan Tiongkok yang serupa permasalahan ini meluas dengan Huawei beserta afiliasinya yang dimasukkan kedalam daftar entitas AS (CNN Business, 16/05/2019). 2 Juni 2019 Tiongkok mengeluarkan white papper yang menjelaskan posisi Tiongkok, dan klarifikasi Tiongkok pada perang dagang, permasalahan kembali bertambah setelah Departemen Keuangan AS melabeli Tiongkok sebagai negara manipulator mata uang sebagai imbas dari penurunan Yuan mata uang Tiongkok, dan memasuki akhir tahun 2019 hubungan kedua negara menghangat menjelang *the US-China Phase One trade deal* (The State Council The People's Republic Of China, 02/06/2019).

Januari 2020 AS-Tiongkok menandatangani *US-China Phase One trade deal* membuat hubungan kedua negara di tahun 2020 ini dibandingkan dua tahun sebelumnya lebih hangat, pandemi Covid-19 yang membuat kedua negara saling bergantung juga memiliki andil (United States Trade Representative, 15/01/2020). Sekalipun kedua negara telah

mencapai kesepakatan dagang namun tidak benar-benar mengakhiri perang dagang, pada 23 Mei AS menambahkan 9 entitas Tiongkok kedalam daftar entitas AS dengan alasan bahwa entitas-entitas tersebut terlibat dalam pelanggaran HAM di Xinjiang. 15 September WTO menyatakan sikapnya terhadap perang dagang dimana WTO menyatakan bahwa AS bersalah, dan menjelang akhir tahun 2020 AS memasukan SMIC yang merupakan perusahaan semikonduktor besar milik Tiongkok kedalam daftar entitas.

### **Analisis Neomerkantilisme Amerika Serikat Pada Perang Dagang AS-Tiongkok**

Pada perang dagang AS-Tiongkok, AS turun tangan untuk mengintervensi pasarnya, sebagaimana yang diketahui bahwa AS merupakan negara kapitalisme hal ini menunjukkan neomerkantilisme dari Amerika Serikat sewaktu perang dagang AS-Tiongkok untuk menghadapi ancaman, dan kerugian yang dimunculkan oleh Tiongkok sebagai negara yang paling besar menyumbang defisit perdagangan pada neraca perdagangan internasional AS. AS pada perang dagang AS-Tiongkok menerapkan kebijakan neomerkantilisme dengan tujuan sama seperti tujuan neomerkantilisme, yaitu: menjaga kekuasaan AS serta kekayaan juga keuntungan perdagangan AS, mengurangi power Tiongkok yang terus bertumbuh signifikan, dan untuk melindungi keamanan nasional dari Amerika Serikat sendiri.

Selama perang dagang AS-Tiongkok Amerika Serikat sendiri mengeluarkan kebijakan neomerkantilisme, sebagai berikut: menerapkan tarif bea masuk terhadap produk-produk impor yang berasal dari Tiongkok, mengontrol serta mengawasi ekspor produk-produk strategis AS ke Tiongkok, membatasi aktivitas perusahaan-perusahaan asal Tiongkok di dalam negeri AS, memblokir perusahaan-perusahaan asal Tiongkok, melakukan pelarang investasi untuk warga AS terhadap entitas-

entitas Tiongkok yang mengancam keamanan AS, mengagregasikan kepentingan nasional AS di dalam Struktur Internasional, dan menggunakan isu yang beredar untuk melakukan tindakan terhadap Tiongkok. Tujuan dari penerapan tarif Amerika Serikat sendiri, dengan menerapkan tarif terhadap produk-produk impor asal Tiongkok maka dapat meningkatkan harga produk Tiongkok sehingga produk AS dapat bersaing, penerapan tarif ini sendiri dapat meningkatkan pemasukan AS melalui pajak impor, dan menurunkan defisit dagang AS terhadap Tiongkok dengan mengurangi keuntungan ekspor Tiongkok dan pemblokiran perusahaan Tiongkok sendiri memiliki tujuan untuk menjaga produk strategis AS agar tidak dimiliki serta dikuasai dengan mudah oleh negara lainnya, melindungi keamanan AS, menurunkan keuntungan dari perusahaan Tiongkok, dan membuat industri milik AS dapat bersaing dengan industri Tiongkok.

### **Sejarah Perkembangan, Dan Penggunaan Diplomasi Digital Oleh Amerika Serikat**

Dalam menghadapi perang dagang Amerika Serikat tidak hanya menggunakan instrument berkaitan dengan ekonomi-perdagangan AS juga menggunakan diplomasi digital, pada saat ini diplomasi digital memiliki peranan yang penting bagi negara dibuktikan pada 2018 97% Negara Anggota PBB telah memiliki akun sosial media resmi, internet sendiri berkembang pesat di AS dengan 298,8 juta pengguna pada 2018 (Twiplomacy, 10/7/2018). Diplomasi digital dari AS sendiri memiliki power yang kuat pada 2018 3 akun Twitter AS masuk dalam 10 besar akun Twitter milik negara, dan pemimpin dunia yang paling banyak diikuti dimana akun Twitter milik Presiden Trump @realdonaldtrump menduduki urutan 1, sedangkan untuk Facebook dua akun Facebook AS masuk dalam 10 besar akun pejabat, dan pemerintah dengan interaksi terbanyak (Twiplomacy, 02/05/2018).

Email kenegaraan yang dikirim oleh Presiden Bill Clinton kepada Perdana Menteri Swedia Carl Bildt pada 4 Februari 1994 menandai awal pertama kali digunakannya diplomasi digital oleh AS (Medium, 07/11/2017). Diplomasi digital AS berlanjut pada masa Pemerintah Presiden Bush dimana AS menggunakan diplomasi digital untuk menghadapi perang melawan teror, dan menjadi lebih matang di era Presiden Obama yang membentuk kebijakan *21st Century Statecraft* (Fitriah, 2017: 261-263).

### **Diplomasi Digital Amerika Serikat pada saat perang dagang AS-Tiongkok 2018-2020**

2018 merupakan tahun dimulainya perang dagang setelah AS mengenakan tarif impor pertama terhadap produk Tiongkok bertepatan dengan tarif ini AS melakukan diplomasi digital melalui unggahan dari akun twitter resmi USTR yang mentweet mengenai penerapan tarif ini dengan narasi yang dibentuk bahwa AS berusaha melawan praktik dagang tidak adil Tiongkok, pencurian kekayaan intelektual AS oleh Tiongkok, dan sebagai bentuk kegagalan dialog Tiongkok (USTR, 23/03/2018). Dialog antar kedua negara masih berlangsung sekalipun di tengah perang dagang namun dialog tersebut menemui kegagalan dimana hal ini semakin memanasakan perang dagang menanggapi situasi ini akun Twitter USTR mengunggah postingan yang menginformasikan pengenaan tarif terhadap Tiongkok pada 11 Juli dengan narasi melegitimasi tindakan tersebut sebagai bentuk kegagalan Tiongkok merubah praktik dagangnya (USTR, 11/07/2018). Di tengah panasnya perang dagang ketika AS-Tiongkok saling membalas tarif AS melakukan diplomasi digital melalui akun Facebook Donald Trump dimana trump mengunggah postingan yang menjelaskan tindakan yang dilakukan oleh AS bukan hanya untuk melawan praktik dagang tidak adil Tiongkok melainkan juga untuk mengamankan masa depan ekonomi yang

cerah bagi AS, ditambah dengan postingan tersebut yang merujuk pada link Foxnews yang menjelaskan bahwa Presiden Trump 18 tahun lalu telah berusaha untuk menghentikan perang dagang yang dimulai Tiongkok (Trump, 02/08/2018). Pada akhir tahun 2018 hubungan kedua negara menghangat pasca KTT G20 di Buenos Aires, Presiden Trump menunjukan kedekatannya dengan Presiden Xi Jinping melalui unggahan di Facebooknya dengan optimisme bahwa kedua negara akan mendapatkan kesepakatan dagang terbaik (Trump, 07/12/2018).

Setelah gencatan 100 hari tercapai pasca KTT G20 di Buenos Aires menyebabkan hubungan kedua negara menjadi lebih menghangat, pertemuan penting antar kedua negara juga banyak dilaksanakan, pertemuan-pertemuan tersebut juga diunggah oleh AS untuk menggambarkan hubungan kedua negara yang hangat, seperti pada 21 Februari Akun Twitter resmi USTR mengunggah pertemuan perwakilan dagang AS Robert Lighthizer bersama dengan Wakil Perdana Menteri Tiongkok Liu He di Beijing dengan janji bahwa Tiongkok akan mengunjungi AS juga di D.C (USTR, 21/02/2022). Hubungan yang menghangat ini berubah menjadi memanas kembali pasca AS menerapkan tarif kembali bahkan permasalahan ini meningkat dari sekedar saling balas tarif menjadi saling memblokir perusahaan kedua negara, akun Twitter Kementrian Perdagangan AS pada 16 Mei mentweet mengenai dimasukkannya Huawei beserta dengan afiliasinya kedalam daftar entitas AS dikarenakan mengancam keamanan nasional AS (Commerce Department, 16/05/2022). Pada 2 Juni Tiongkok menerbitkan white paper yang menjelaskan posisi, dan klarifikasi Tiongkok pada perang dagang, AS menggunakan diplomasi digital untuk melakukan counter narasi terhadap white paper Tiongkok, melalui akun Twitter USTR, mentweet bahwa AS kecewa dengan

Tiongkok yang tidak mengakui kesalahannya justru menempatkan AS sebagai pihak yang bersalah, apa yang dilakukan AS merupakan akibat dari praktik dagang tidak adil Tiongkok, dan pencurian teknologi oleh Tiongkok, apa yang dilakukan AS juga bukanlah hal yang mengancam kedaulatan Tiongkok karena AS menginginkan keadilan dalam perdagangan bilateral (USTR, 04/06/2019). Pada akhir tahun 2019 menjelang *the US-China Phase One trade deal* diplomasi digital dari AS juga menghangat dimana Presiden Trump pada 16 Oktober mengunggah postingan yang menjelaskan bahwa kesepakatan dagang tersebut akan membawa keuntungan, dan keadilan bagi AS (Trump, 16/10/2019).

Awal tahun 2020 AS-Tiongkok mencapai *US-China Trade Agreement Phase One*, akun Twitter resmi USTR juga mentweet mengenai kesepakatan bersejarah ini pada 16 Januari dimana dalam tweet tersebut AS menunjukan kedekatannya dengan Tiongkok dengan foto Presiden Trump bersama dengan Wakil Perdana Menteri Liu He, dan tweet tersebut juga menginformasikan mengenai kesepakatan tersebut sebuah awal yang bagus bagi AS untuk mendapatkan keadilan perdagangan (USTR, 16/01/2020). Setelah *the US-China Trade Agreement Phase One* AS menggunakan diplomasi digital untuk menunjukan kesuksesannya dalam melawan praktik dagang tidak adil Tiongkok, dan melawan pencurian teknologi oleh Tiongkok. 29 Februari 2020 akun resmi USTR mengunggah tweet yang menunjukan bahwa Pemerintah AS menepati janjinya untuk melawan praktik dagang tidak adil Tiongkok, dan AS berkomitmen untuk melawan praktik dagang tidak adil lainnya (USTR, 29/02/2020). Sekalipun *US-China Trade Agreement Phase One* telah diteken namun tidak benar-benar mengakhiri perang dagang, dimana AS masih melakukan pemblokiran perusahaan milik Tiongkok melalui akun Twitter resmi



Kementrian Perdagangan AS, AS menginformasikan pada 23 Mei bahwa 6 entitas Tiongkok dimasukan kedalam daftar entitas dengan alasan entitas-entitas tersebut terlibat dalam pelanggaran HAM terhadap etnis Uyghur di Xinjiang (Commerce Department, 23/05/2020). Pada akhir tahun 2020 Akun Twitter milik Kementrian Perdagangan AS mengumumkan bahwa SMIC yang merupakan salah satu perusahaan semikonduktor besar milik Tiongkok dimasukan kedalam daftar entitas AS dikarenakan SMIC terlibat dalam aktifitas militer Tiongkok (Commerce Department, 19/12/2020).

### **Analisis Diplomasi Digital Amerika Serikat Terhadap Perang Dagang Tiongkok**

Amerika Serikat dalam perang dagang AS-Tiongkok menggunakan diplomasi digital untuk mendukung tindakan neomerkantilisme di dunia nyata dengan merubah perspesi publik maupun negara terhadap Tiongkok, melegitimasi tindakan AS, dan menunjukan kesalahan-kesalahan Tiongkok melalui *platform* digital. Penelitian ini menggunakan 12 data yang menunjukan upaya-upaya diplomasi digital Amerika Serikat terhadap perang dagang Tiongkok dimana 12 data tersebut berasal dari Twitter dengan akun Twitter resmi perwakilan dagang AS @USTRadeRep45 sebanyak 6 tweet, dan akun twitter resmi Kementrian Perdagangan @CommerceGov AS dengan 3 tweet, serta melalui akun Facebook resmi Presiden Trump Donald J. Trump dengan 3 postingan. Upaya-upaya diplomasi digital Amerika Serikat terhadap perang dagang Tiongkok kurun waktu 2018-2020 yang ditunjukan pada penelitian ini menghasilkan 47.194 like, 11.810 komentar, dan 7.363 share.

2018 merupakan tahun awal dimulainya perang dagang pada tahun ini diplomasi digital dari AS di awal perang dagang agresif dengan legitimasi tindakan AS, menunjukan kesalahan Tiongkok, dan menginformasikan tindakan yang dilakukan oleh AS, menjelang akhir tahun

postingan AS menghangat sebagai akibat dari KTT G20 di Buenos Aires dimana AS menunjukan kedekatannya dengan Tiongkok, pada tahun ini upaya-upaya diplomasi digital Amerika Serikat terhadap perang dagang Tiongkok menghasilkan 27.020 like, 7.776 komentar, dan 3.717 share. 2019 merupakan tahun kedua dari perang dagang AS-Tiongkok dimana di awal tahun 2019 diplomasi digital AS menjadi hangat terhadap Tiongkok sebagai akibat dari KTT G20 di Buenos Aires, di pertengahan tahun hubungan kedua negara menjadi memanas kembali pasca AS menerapkan tarif kembali terhadap produk Tiongkok, dan di akhir tahun diplomasi digital AS menjadi menghangat kembali menjelang *US-China Trade Agreement Phase One*, pada tahun 2019 upaya-upaya diplomasi digital yang dilakukan oleh AS berupa menginformasikan tindakan neomerkantilisme AS, melakukan counter narasi terhadap Tiongkok, dan menunjukan kehangatan kedua negar, tahun 2019 diplomasi digital AS mendapat 10.051 like, 2.492 komentar, dan 1.957 share. Tahun 2020 merupakan rentang waktu terakhir perang dagang dalam penelitian ini dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya tahun 2020 diplomasi digital yang dilakukan AS tidak seagresif sebelumnya pasca *US-China Trade Agreement Phase One*, dimana pada tahun 2020 ini diplomasi digital yang dilakukan oleh AS berupa menginformasikan pemblokiran perusahaan Tiongkok, menunjukan keberhasilan AS dalam menghadapi praktik dagang tidak adil, serta pencurian teknologi Tiongkok, dan menunjukan kedekatan AS-Tiongkok, pada tahun 2020 upaya-upaya diplomasi digital AS menghasilkan 92 like, 1.528 komentar, dan 1.630 share.

Nicholas Westcott sendiri membagi implifikasi diplomasi digital kedalam empat area, yaitu: layanan, nilai, jaringan, dan informasi, upaya-upaya diplomasi digital Amerika Serikat terhadap perang dagang

Tiongkok kurun waktu 2018-2020 sendiri telah memenuhi area nilai, jaringan, dan informasi dari implifikasi diplomasi digital menurut penjelasan Westcott sendiri. Implifikasi pada area layanan terlihat pada upaya diplomasi digital AS yang menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada social media untuk memberikan siaran langsung mengenai pertemuan delegasi AS dengan delegasi Tiongkok, implifikasi pada area nilai juga terlihat dimana AS menyebarkan nilai neomerkantilisme, menunjukkan kesalahan Tiongkok, dan menciptakan narasi untuk membenarkan tindakannya melalui unggahannya yang telah mendapatkan respon suka sebanyak 47.194, dan untuk implifikasi pada area informasi informasi yang disebarkan oleh AS melalui social media mampu menjangkau hadirin yang banyak dengan cara yang mudah bahkan lebih dari itu informasi tersebut juga ikut disebarkan oleh hadirin AS dibuktikan dengan jumlah share yang sebanyak 7.363.

## PENUTUP

Perang dagang AS-Tiongkok merupakan konflik ekonomi-perdagangan antara dua raksasa ekonomi dunia AS, dan Tiongkok, permasalahan yang disebabkan oleh defisit perdagangan AS dalam hubungan dagangnya dengan Tiongkok yang besar dalam waktu lama akhirnya menjadi konflik pada tahun 2018 dimulai oleh penerapan tarif impor oleh AS terhadap produk-produk impor asal Tiongkok, kemudian bertambah rumit dengan saling memblokir perusahaan antar negara. Dalam menghadapi perang dagang menghadapi Tiongkok Amerika Serikat tidak hanya menggunakan instrument yang berkaitan dengan ekonomi-perdagangan seperti neomerkantilisme saja melainkan AS juga menggunakan diplomasi digital. Penelitian ini menunjukkan dan menjabarkan upaya-upaya diplomasi digital Amerika Serikat terhadap Tiongkok dengan menggunakan 12 data yang berasal dari *platform* Twitter, yaitu:

akun resmi Perwakilan Dagang AS @USTRadeRep45, serta akun resmi Kementerian Perdagangan AS @CommerceGov, dan *platform* Facebook dengan akun resmi Presiden Trump Donald J. Trump dimana AS menyebarkan postingan di social media yang berupa: legitimasi tindakan AS, menunjukkan kesalahan Tiongkok, menginformasikan tindakan AS, menunjukkan kedekatan hubungan AS-Tiongkok, dan melakukan counter narasi terhadap Tiongkok dengan tujuan untuk mempengaruhi perspektif publik, dan negara akan isu ini, melegitimasi tindakan AS, dan mencapai kepentingan AS dalam perang dagang. Upaya-upaya diplomasi digital AS terhadap perang dagang Tiongkok sendiri telah menghasilkan like sebanyak 47.194, interaksi yang berupa komentar sebanyak 11.810, dan penyebaran informasi lebih lanjut yang berupa share sebanyak 7.363.

*US-China Phase One trade deal* sendiri merupakan perjanjian yang menunjukkan keberhasilan kebijakan neomerkantilisme dari Amerika Serikat dimana melalui penerapan tarif terhadap produk Tiongkok, pemblokiran perusahaan Tiongkok, dan membawa perang dagang kedalam ranah internasional Amerika Serikat telah berhasil mencapai kepentingan nasionalnya dalam perang dagang yaitu: mewujudkan keadilan dalam perdagangannya dengan Tiongkok, dan mengurangi defisit perdagangan, dan mencegah pencurian teknologi oleh Tiongkok. *US-China Phase One trade deal* dapat dicapai bukan hanya dengan neomerkantilisme saja melainkan juga dengan diplomasi digital, hal ini menunjukkan keberhasilan upaya-upaya diplomasi digital Amerika Serikat terhadap perang dagang Tiongkok, dimana AS dengan menyebar berbagai konten yang terstruktur, dan masif pada sosial media yang telah dibingkai dengan narasi yang menunjukkan kesalahan Tiongkok, membenarkan tindakan AS, dan sesuai dengan kepentingan nasional AS. Diplomasi digital

dari Amerika Serikat sendiri mampu mempengaruhi perspektif negara lain dimana tekanan terhadap AS yang merupakan pihak yang memulai perang dagang dapat diminimalisir sehingga AS-Tiongkok diminta untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, dan diplomasi digital dari AS juga mampu untuk mempengaruhi perspektif publik nasional maupun internasional dibuktikan dengan like yang sebanyak 47.194, dan share yang sebanyak 7.363.

Penelitian ini sendiri membawa kebaruan dimana penelitian ini mengkaji isu ekonomi-perdagangan, yaitu: perang dagang AS-Tiongkok dengan fokus melihat upaya Amerika Serikat dalam menggunakan diplomasi digital sebagai konsep yang baru dalam Hubungan Internasional untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Kelebihan dari penelitian ini adalah dimana penelitian ini berusaha untuk mengembangkan penggunaan dari konsep baru dalam Hubungan Internasional, yaitu: diplomasi digital di dalam suatu isu Hubungan Internasional, namun pengambilan data diplomasi digital pada penelitian ini terbatas hanya pada social media Facebook, dan Twitter saja. Rekomendasi terhadap peneliti kedepannya yang hendak mengangkat topik serupa dengan penelitian ini agar menggunakan data yang lebih banyak, dan mengambil data pada *platform* social media yang lebih luas lagi.

## Daftar Pustaka

### Buku:

- David, N. B. & Dilman, B. (2014). *Introduction to International Political Economy*. Boston: Library of Congress.
- Jackson, R. & Sorensen, G. (2013). *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. New York: Pustaka Pelajar.
- Nawawi, H. (2012). *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andy Offset.

Westcott, N. (2008). *Digital Diplomacy: The Impact of the internet on International Relations*. Oxford: Oxford Internet Institute.

### Jurnal:

- Ginting, T. K. (2019). Pengaruh eDiplomacy dalam Normalisasi Hubungan Diplomatik Amerika Serikat - Kuba pada Masa Pemerintahan Barack Obama. *Journal of International Relations*, Vol. 5No. 3, hal. 528-543.
- Kapustina, L. (2020). US-China Trade War: Causes and Outcomes. *SHS Web of Conferences*. Vol. 73 No. 12, hal. 1-13.
- Neil collins, K. B. (2019). Digital diplomacy : Succes at your fingertips. *Place Brand Public Diplomacy*. Vol. 15 No. 1, hal. 1-11.
- Olivia, Y. (2013). Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional. *Jurnal Transnasional*. Vol. 5 No. 1, hal. 899.
- Putri, A. H. (2017). 21st CENTURY STATECRAFT: DIPLOMASI DIGITAL AMERIKA SERIKAT. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. Vol. 2 No. 2, hal. 257-267.
- Ziegler, C. E. (2014). Neomercantilism and Great-Power Energy Competition in Central Asia and The Caspian. *Strategic Studies Quarterly*. Vol. 8 No. 2, hal. 17-41.

### Situs Internet:

- Attijari Trade. (2022). *China trade profil*. Tersedia di: <https://www.attijaritrade.ma/en/choose-your-markets/country-profiles/china/trade-profile>. Diakses 4 April 2022
- CNN Business. (2019). Trump executive order telecom security. Tersedia di: <https://edition.cnn.com/2019/05/15/tech/trump-executive-order-telecom-security/index.html>. Diakses 28 Oktober 2021
- Diamond, J. Trump hits China with tariffs, heightening concerns of global trade war. Tersedia di: <https://edition.cnn.com/2018/03/22/politics/donald-trump-china-tariffs-trade-war/index.html>. Diakses 24 Oktober 2021
- Lufkens, M. (2018). *Twiplomacy study 2018*. Tersedia di: <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/>. Diakses 28 Oktober 2021
- Roberts, K. (2019). *U.S. Trade Deficit Exploded In 2018 As Total Trade Hit A Record \$4 Trillion*. Tersedia di: <https://www.forbes.com/sites/kenroberts/2019/03/0>

[6/for-u-s-trade-2018-was-a-record-setter-new-data-shows-but-china-trade-war-prevented-one/?sh=6562084915ea](https://www.reuters.com/business/trade/6-for-u-s-trade-2018-was-a-record-setter-new-data-shows-but-china-trade-war-prevented-one/?sh=6562084915ea). Diakses pada 4 April 2022

Sandre, A. (2017). *What's the first ever presidential email?*. Tersedia di: <https://medium.com/digital-diplomacy/whats-the-first-ever-presidential-email-324ddcd82fca>. Diakses 15 April 2022

The State Council The People's Republic Of China. (2019). *China publishes white paper on trade consultations, revealing US backtracking*. Tersedia di: [http://english.www.gov.cn/news/top\\_news/2019/06/02/content\\_281476694861508.htm](http://english.www.gov.cn/news/top_news/2019/06/02/content_281476694861508.htm). Diakses 11 April 2022

United States Census Bureau. (2018). *Trade In Goods With China*. Tersedia di: <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5700.html>. Diakses 9 April 2022

World Integrated Trade Solution. (2018). *China trade balance, exports and imports by country and region 2018*. Tersedia di: <https://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>. diakses 5 April 2022

### Sosial Media:

Commerce Department. (@CommerceGov). 16 Mei 2018, 11.30 am. Twitter daring [https://twitter.com/CommerceGov/status/1129031558923530243?s=20&t=SqGEi8UgVerk\\_IJ\\_BpZaJw](https://twitter.com/CommerceGov/status/1129031558923530243?s=20&t=SqGEi8UgVerk_IJ_BpZaJw), diakses tanggal 19 April 2022

Commerce Department. (@CommerceGov). 19 Desember 2020, 01.00 pm. Twitter daring [https://twitter.com/CommerceGov/status/1340024150212153351?s=20&t=SqGEi8UgVerk\\_IJ\\_BpZaJw](https://twitter.com/CommerceGov/status/1340024150212153351?s=20&t=SqGEi8UgVerk_IJ_BpZaJw), diakses tanggal 21 April 2022

Commerce Department. (@CommerceGov). 23 Mei 2020, 05.00 pm. Twitter daring [https://twitter.com/CommerceGov/status/1263928883130314753?s=20&t=SqGEi8UgVerk\\_IJ\\_BpZaJw](https://twitter.com/CommerceGov/status/1263928883130314753?s=20&t=SqGEi8UgVerk_IJ_BpZaJw), diakses tanggal 20 April 2022

Trump, D. (Donald J. Trump). 2 Agustus 2018, 09.10 am. Facebook daring <https://web.facebook.com/DonaldTrump>, diakses tanggal 18 April 2022

Trump, D. (Donald J. Trump). 07 Desember 2018, 02.00 am. Facebook daring <https://www.facebook.com/153080620724/posts/pfbid02VJxvQpGDn94EXVdkhWr5pvnvq7XHHDD3Dqr6oxTyuULRokSLvVN9Y6htLgrbXYBahl/>, diakses tanggal 18 April 2022

Trump, D. (Donald J. Trump). 16 Oktober 2019, 02.00 pm. Facebook daring <https://fb.watch/eHrQiVapQ1/>, diakses tanggal 20 April 2022

USTR. (@USTRadeRep45). 4 Juni 2019, 01.00 pm. Twitter daring <https://twitter.com/USTRadeRep45/status/1135915519167438848?s=20&t=W6EEbsqg96bf6VM3ryZqng>, diakses tanggal 19 April 2022

USTR. (@USTRadeRep45). 11 Juli 2018, 09.10 am. Twitter daring <https://twitter.com/USTRadeRep45/status/1016829961808809991?s=20&t=vz4c3ifAKZtXjzQ1nv3UZA>, diakses tanggal 17 April 2022

USTR. (@USTRadeRep45). 16 Januari 2020, 02.30 pm. Twitter daring <https://twitter.com/USTRadeRep45/status/1217530182313095174?s=20&t=mK8XEsf3NI0fOQ94qVpOhg/>, diakses tanggal 20 April 2022

USTR. (@USTRadeRep45). 21 Februari 2019, 10.20 am. Twitter daring <https://twitter.com/USTRadeRep45/status/1098620266702405636?s=20&t=W6EEbsqg96bf6VM3ryZqng>, diakses tanggal 19 April 2022

USTR. (@USTRadeRep45). 23 Maret 2018, 3.00 pm. Twitter daring <https://twitter.com/USTRadeRep45/status/976872758771666947?s=20&t=vz4c3ifAKZtXjzQ1nv3UZA>, diakses tanggal 17 April 2022

USTR. (@USTRadeRep45). 29 Februari 2020, 04.30 pm. Twitter daring <https://twitter.com/USTRadeRep45/status/1233520903385997318?s=20&t=mK8XEsf3NI0fOQ94qVpOhg/>, diakses tanggal 20 April 2022