

## **Digitalisasi sebagai Pendorong Utama Soft Power Negara di Era Globalisasi**

Muhammad Zulfikar, 2110412039

Menurut teori rational actor, negara adalah aktor rasional yang akan selalu bertindak berdasarkan kepentingan dan perhitungan untung-rugi. Negara akan selalu berupaya memaksimalkan keuntungan dan kekuasaan serta meminimalkan kerugian dan ancaman. Dalam konteks globalisasi saat ini, kemajuan teknologi informasi dan internet sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai sumber soft power bagi kepentingan politik luar negeri suatu negara. Media sosial dan berbagai platform digital menyediakan jangkauan publik global yang sangat besar dan berpengaruh. Sebagai aktor yang rasional, sudah semestinya setiap negara berupaya memanfaatkan celah ini untuk meningkatkan pengaruh, reputasi, dan daya tariknya di mata publik internasional. Misalnya dengan promosi budaya, propaganda ideologi, hingga digital diplomacy melalui media sosial. Biaya yang dibutuhkan jauh lebih murah dibanding mengandalkan hard power seperti perlombaan senjata atau pengerahan tentara ke luar negeri. Sedangkan dampak dari capaian soft power justru berpotensi sangat besar, yakni opini dan legitimasi global yang berpihak pada kepentingan nasional suatu negara. Maka dari perhitungan untung-rugi yang didasari prinsip rasionalitas tersebut, sangat masuk akal bagi negara manapun untuk berpacu memperkuat soft power digital guna mencapai kepentingan politik dan tujuan utamanya di pentas global.

Di era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi informasi dan internet telah mengubah wajah diplomasi antar negara. Interaksi diplomatik tak lagi semata dilakukan secara konvensional, namun banyak pindah ke ruang digital dan media sosial. Perkembangan pesat teknologi digital dan internet telah menciptakan ruang maya yang memungkinkan interaksi lintas batas negara secara instan dan masif. Ruang digital inilah yang kini banyak dimanfaatkan untuk kepentingan diplomasi. Media sosial dan platform digital telah merevolusi bagaimana opini publik global terbentuk. Bukan lagi semata oleh media arus utama di setiap negara, namun juga dipengaruhi oleh influencer, aktivis daring, hingga konten viral dari pengguna internet di seluruh dunia. Kondisi ini mendorong setiap negara untuk mulai memanfaatkan ruang digital dan media sosial untuk mengelola citra, mempromosikan kebudayaan, dan mempengaruhi pandangan global tentang kebijakan luarnya. Tujuannya tentu untuk membentuk persepsi internasional yang positif terhadap negara tersebut. Upaya-upaya tersebut memprioritaskan konsep soft power dalam diplomasi modern, di mana negara berfokus meningkatkan daya tariknya di mata dunia

melalui promosi budaya, nilai, ideologi, maupun kebijakan luarnya yang menarik - alih-alih mengandalkan hard power seperti intimidasi atau kekuatan militer. Soft power dinilai lebih efektif di era globalisasi karena opini publik global kini memiliki pengaruh besar untuk melegitimasi atau mendelegitimasi sebuah rezim politik tertentu di mata internasional.

Menurut Joseph Nye (2004), soft power suatu negara bergantung pada tiga sumber utama yakni budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri. Dalam konteks digitalisasi global, ketiga komponen soft power ini dapat semakin diperkuat dan ditingkatkan jangkauan pengaruhnya melalui adopsi teknologi informasi terkini. Digitalisasi memberikan multiplier effect yang signifikan untuk memperkuat 3 sumber utama soft power suatu negara menurut Joseph Nye, yaitu; yang pertama budaya digitalisasi dan internet telah merevolusi bagaimana budaya suatu negara dipromosikan dan dikonsumsi secara global. Kekayaan budaya suatu bangsa dapat lebih luas diperkenalkan ke kancah internasional melalui platform digital seperti Netflix dan YouTube, yang penggunaannya mencapai miliaran orang di seluruh dunia. Platform streaming video seperti Netflix dan YouTube kini memungkinkan konten budaya dari belahan dunia manapun dinikmati dengan mudah oleh siapa saja.

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang serius dalam memanfaatkan tren ini dengan fenomena gelombang Korea atau Korean wave. Korean wave, atau Hallyu, merupakan fenomena global yang mengacu pada penyebaran budaya populer Korea Selatan, terutama musik, film, dan drama televisi. Fenomena ini dimulai pada tahun 1990-an, dan telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Korea Selatan telah memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mendistribusikan konten budayanya ke seluruh dunia. Hal ini telah membantu meningkatkan ketertarikan dunia pada budaya Korea Selatan. Melalui distribusi K-Pop, drama Korea, film, dan konten pop kultur lain di platform digital global, Korea Selatan berhasil meningkatkan ketertarikan dunia pada budayanya. Korean wave juga telah membantu meningkatkan citra Korea Selatan di dunia. Korea Selatan sering kali digambarkan sebagai negara yang modern, kreatif, dan inovatif. Hal ini telah membantu Korea Selatan menarik investasi dan kerja sama dari negara-negara lain. Survei tahun 2018 menunjukkan Korean wave menyumbang USD 5 miliar untuk perekonomian Korea Selatan melalui pariwisata dan ekspor konten budaya.

Multiplier effect yang kedua yaitu dimana nilai-nilai politik media sosial dan big data telah memperluas wadah bagi suatu negara untuk mengkampanyekan sistem nilai dan ideologinya ke ranah internasional, baik mengenai demokrasi, HAM, kesetaraan gender,

model ekonomi, dan lainnya. Media sosial dan big data telah menjadi sarana penting bagi negara-negara untuk mengkampanyekan sistem nilai dan ideologinya ke ranah internasional. Media sosial memungkinkan negara-negara untuk menjangkau audiens yang luas dan menargetkan pesan mereka secara lebih spesifik. Big data, di sisi lain, dapat digunakan untuk memahami perilaku dan opini publik di berbagai negara. China merupakan salah satu negara yang paling aktif dalam mengkampanyekan nilai-nilai politiknya melalui media sosial. China menggunakan platform seperti TikTok, Weibo, dan WeChat untuk mempromosikan sistem politik dan nilai-nilai sosialisnya ke dunia, termasuk mengkritik model demokrasi liberal Barat. Kampanye ini cukup sukses menarik simpati sejumlah negara Dunia Ketiga terhadap nilai-nilai politik Tiongkok. Selain untuk menarik simpati negara-negara lain, China juga menggunakan media sosial untuk membentuk persepsi dunia tentang dirinya. China sering kali menampilkan kesuksesan negara maupun rakyatnya melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan kepada dunia bahwa China adalah negara yang maju dan kuat. Media sosial juga digunakan China untuk mengajak rakyatnya untuk terus bersifat kompetitif. China sering kali menampilkan kisah sukses orang-orang Tiongkok yang telah mencapai kesuksesan di berbagai bidang. Hal ini bertujuan untuk memotivasi rakyat Tiongkok untuk terus bekerja keras dan berprestasi.

Diplomasi dan kebijakan luar negeri diplomasi tidak lagi hanya soal hubungan formal dan elitis antar pemimpin politik. Diplomasi dan kebijakan luar negeri adalah dua hal yang saling terkait. Diplomasi merupakan sarana untuk melaksanakan kebijakan luar negeri. Dengan kata lain, diplomasi adalah cara untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri. Di era digital, diplomasi dan kebijakan luar negeri telah mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial telah menjadi sarana penting bagi diplomat untuk berkomunikasi dengan publik dan mempengaruhi opini publik. Dengan berkembangnya media sosial, kini diplomat manapun dapat langsung terlibat mempengaruhi pandangan global soal kebijakan luar negeri negaranya. Studi kasus dari poin ketiga multiplier effect ini, yaitu Duta Besar Jepang untuk Indonesia, Kanasugi Kenji, yang merupakan salah satu diplomat yang aktif di media sosial. Ia memiliki 680 ribu followers Twitter dan 161 ribu followers Instagram. Duta Besar Kanasugi menggunakan media sosial untuk mempromosikan budaya Jepang di Indonesia. Ia sering kali mengunggah foto dan video blog perjalanannya ke berbagai tempat di Indonesia. Kegiatan Duta Besar Kanasugi di media sosial telah meningkatkan ketertarikan publik Indonesia pada budaya Jepang. Hal ini tentu menguntungkan diplomasi dan citra global Jepang. Ia mampu meningkatkan ketertarikan publik Indonesia pada budaya

Jepang melalui konten foto dan video blog perjalanannya. Hal ini tak pelak menguntungkan diplomasi dan citra global Jepang.

Adapun dalam diplomasi antar negara, keberadaan media sosial dan big data telah melahirkan konsep baru bernama digital diplomacy atau hashtag diplomacy. Digital diplomacy menurut L. Midkiff (2017) adalah aktivitas yang bertujuan mempengaruhi pemangku kebijakan asing dan publik internasional melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital. Dengan digital diplomacy, suatu negara dapat meningkatkan transparansi serta memperkuat personal branding para diplomatnya. Hal ini pada akhirnya dapat menaikkan kredibilitas dan ketertarikan global pada nilai serta kebijakan luar negeri negara tersebut. Digital diplomacy memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan diplomasi tradisional. Pertama, digital diplomacy bersifat lintas batas yang artinya dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam. Kedua, digital diplomacy dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien. Ketiga, digital diplomacy dapat lebih interaktif dan melibatkan publik. Contoh sukses pemanfaatan digital diplomacy antara lain dilakukan India melalui kampanye #IndiaStack untuk mempromosikan layanan digitalnya, dan berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan digital India dan menarik investasi dari perusahaan-perusahaan asing.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi dan media digital dapat secara signifikan mempercepat dan memperluas jangkauan soft power suatu negara pada era globalisasi saat ini. Baik melalui promosi budaya, penyebaran nilai-nilai, maupun praktik diplomasi publik di ruang maya. Sehingga negara yang ingin meningkatkan pengaruhnya di kancah global sangat penting untuk segera mengadaptasi instrumen soft power konvensional ke ranah digital.

## Referensi

- Kurbalija, J. & Höne, K (2021). *The Era of Digital Foreign Policy: Comprehensive Approaches to Digitalisation*. Revista Politica Internacional.
- Midkiff, L. (2017). *Digital Diplomacy*. Oxford Research Encyclopedia.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

Sejung, P. et al. (2019). *Analytical framework for evaluating digitaldiplomacy using network analysis and topicmodeling: Comparing South Korea and Japan*. 2019

Faculty Bibliography. 59.

Sinha, A. & Ratna, P. (2023). *Digital Public Goods and India's Diplomatic Outreach in the Indo-Pacific*. Working Paper Series. Institute for Competitiveness.