

**DIPLOMASI DIGITAL
DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA**



**DIPLOMASI DIGITAL
DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI
INDONESIA**

HUMPHREY WANGKE

Yayasan Pustaka Obor Indonesia
Jakarta, 2020

Judul:
Diplomasi Digital dan Kebijakan Luar Negeri Indonesia
Humphrey Wangke

xvi + 122 hlm; 15,5 x 23 cm
ISBN 978-602-433-976-0

Copyright ©2020
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© *All Rights Reserved*

Penerbitan ini dimungkinkan atas kerja sama
Yayasan Pustaka Obor Indonesia dengan
Pusat Penelitian Badan Keahlian
Dewan Perwakilan Rakyat
Republik Indonesia

Cetakan pertama: Desember 2020
YOI: 1875.38.132.2020
Desain sampul: Iksaka Banu

Yayasan Pustaka Obor Indonesia
Jl. Plaju No. 10, Jakarta 10230, Indonesia
T. + 62 (0)21 31926978, 31920114
F. + 62 (0)21 31924488
E-mail: yayasan_obor@cbn.net.id
<http://www.obor.or.id>

KATA PENGANTAR

Diplomasi modern saat ini sedang mengalami perubahan mendasar pada tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya, yang memengaruhi karakter diplomasi yang selama ini dikenal. Perubahan ini, terutama digitalisasi dalam komunikasi, memengaruhi bagaimana pekerjaan diplomat harus dipahami; jumlah aktor domestik dan internasional yang aktivitasnya berimplikasi pada bentuk-bentuk diplomasi semakin meningkat. Perubahan ini, memengaruhi aspek politik domestik dan internasional yang dulunya tidak terlalu menjadi perhatian diplomasi.

Publik menjadi lebih sensitif terhadap masalah kebijakan luar negeri dan berupaya memengaruhi diplomasi melalui media sosial dan *platform* lainnya; cara pertukaran antarnegara, serta pertukaran antarpemerintah dan aktor domestik lainnya, kemajuan memengaruhi kemampuan diplomasi untuk bertindak secara sah dan efektif; dan terakhir, para diplomat sendiri tidak selalu membutuhkan atribut yang sama seperti sebelumnya. Tren ini, yang mencerminkan perkembangan masyarakat secara umum, perlu diserap oleh diplomasi sebagai bagian dari tata kelola kebijakan politik luar negeri.

Nilai kebaruan dari tata pergaulan internasional saat ini adalah jaringan komunikasi yang sudah berbentuk digital. Para diplomat dituntut untuk memahami internet tidak hanya untuk mengetahui di mana mereka dapat mengumpulkan informasi yang paling andal untuk memenuhi tenggat waktu pengambilan keputusan, tetapi juga untuk mengetahui cara menggunakan pengaruh secara maksimal pada debat publik melalui media sosial. Negosiasi tatap muka tetap menjadi hak prerogatif mereka, tetapi konteks negosiasi dan kekuatan

HUMPHREY WANGKE

yang bekerja dalam negosiasi itu, berubah dengan cepat. Melalui internet perubahan tersebut terjadi. Di negara-negara Barat, diplomasi yang mengandalkan internet dan perangkat elektronik digital, yang kemudian disebut *digital diplomacy* sudah lebih dulu berkembang. Negara-negara seperti Amerika Serikat dan Australia benar-benar memaksimalkan kemajuan teknologi modern dan potensi dunia maya untuk mendukung perjuangan kepentingan nasional mereka di panggung internasional.

Diplomasi digital lebih dari sekadar *twitter*. Ini adalah pergeseran konseptual dalam praktik diplomatik yang menempatkan dan menekankan pada percakapan dengan penduduk asing. Ini adalah pergeseran budaya yang mengharuskan Kementerian Luar Negeri berbagi informasi dan bukan menjaganya. Pergeseran teknologi ini mengharuskan para diplomat mengembangkan keterampilan digital mulai dari pengetahuan tentang algoritma media sosial hingga penulisan program komputer dan aplikasi ponsel cerdas. Bagi beberapa diplomat, ini adalah masa inovasi dan eksperimen. Bagi yang lain, ini adalah kejutan budaya. Realisasi inilah yang menuntut definisi diplomasi digital yang inklusif dan partikular, optimis, dan hati-hati.

Diplomasi itu sendiri sebenarnya sudah ada sejak lama yang dulunya disebut sebagai negosiasi. Menggunakan sarana digital untuk berinteraksi dengan masyarakat luas di seluruh dunia merupakan fenomena baru dan masih dalam perjalanan untuk berkembang di masa depan. Dibandingkan dengan kementerian atau lembaga pemerintah lainnya, Kementerian Luar Negeri secara relatif masih menjadi pendatang baru dalam media sosial. Oleh karena itu, penggunaan media sosial oleh Kementerian Luar Negeri dapat dipandang sebagai alat baru untuk keterlibatan publik dalam diplomasi. Sebaliknya dapat juga terjadi bahwa pemanfaatan digital dalam berdiplomasi mungkin merupakan bentuk baru dari diplomasi publik. Diplomasi digital mungkin merupakan manifestasi dari diplomasi publik yang baru.

DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA

Diplomasi sebenarnya tidak dapat dilepaskan dari keterlibatan masyarakat secara luas yang memunculkan apa yang dikenal sebagai diplomasi publik yang mengacu pada proses di mana aktor-aktor internasional berusaha untuk mencapai tujuan kebijakan luar negerinya dengan melibatkan publik. Jika diplomasi publik secara tradisional hanya menargetkan populasi asing sebagai sasaran dan bersifat monolog, maka diplomasi digital bukan hanya menargetkan populasi asing tetapi juga domestik dan bersifat dialogis. Pelibatan masyarakat mengacu pada kebutuhan untuk berkomunikasi dengan publik yang berkumpul di berbagai jaringan *online*. Diterimanya keterlibatan masyarakat sebagai komponen penting dari diplomasi digital berarti bahwa seseorang tidak dapat mengukur efektivitas diplomasi digital dengan menghitung jumlah kata “suka” pada profil *Facebook* Kedutaan misalnya, tetapi pada volume dialog antara Kedutaan dan para pengikutnya.

Komunikasi digital di era globalisasi akan menyulitkan seseorang untuk membedakan antara penduduk luar negeri dengan domestik mengingat permasalahan di tingkat lokal seperti perubahan iklim, terorisme atau bahkan pengangguran dan kemiskinan, membutuhkan solusi regional atau global. Digitalisasi akan mengaburkan lebih lanjut perbedaan antara domestik dan luar negeri karena warga yang mengalihkan aktivitas ke arena digital telah menciptakan peluang baru bagi para diplomat untuk menggalang dukungan publik domestik untuk pencapaian kebijakan politik luar negeri atau memengaruhi opini publik yang mendukung kebijakan yang dipilih.

Meskipun diplomasi digital melibatkan banyak pihak baik aktor negara maupun nonnegara,¹ akan tetapi peran pemerintah tetap penting mengingat kebijakan politik luar negeri dirumuskan oleh

1 Hocking, Brian. “Multistakeholder Diplomacy: Foundations, Forms, Functions, and Frustrations”, dalam Jovan Kurbalija dan Valentine Katrandjiev (ed.), *Multistakeholder Diplomacy: Challenges and Opportunities*, DiploFoundation, Swiss, 2006.

pemerintah. Pendekatan *multistakeholder* dalam diplomasi bertujuan untuk menciptakan sinergi antara aktor negara dan nonnegara dalam upaya mencari solusi yang komprehensif atas masalah yang paling mengganggu pembangunan global. Agar komunikasi digital tidak menjauh dari kebijakan politik luar negeri pemerintah, maka diplomasi digital dengan sendirinya mewajibkan kementerian luar negeri menyiapkan dan menyediakan sumber daya yang diperlukan yaitu yang terkait dengan siapa yang harus menerima dan memroses informasi dan siapa yang harus melakukan tindakan. Dengan kondisi seperti ini, fungsi kedutaan dan konsulat menjadi sangat penting karena harus cepat memahami kecenderungan yang akan terjadi. Respons yang diberikan sangat ditentukan oleh pengetahuan dan kemampuan para diplomatnya. Dengan demikian, para diplomat harus aktif bekerja di dalam jaringan yang menonjolkan sisi kebebasan berpendapat namun bertanggungjawab. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat menyebabkan peran dan fungsi seorang duta besar berkurang.

Diplomasi digital dapat memberikan beragam manfaat untuk masyarakat luas, seperti mendorong inovasi, memerangi ekstremisme, pembangunan ekonomi kawasan, serta memberdayakan dan melindungi masyarakat. Saat ini persaingan antarnegara di dunia untuk menarik investasi, wisatawan, serta peluang-peluang bisnis lainnya semakin sengit. Kemampuan dan inovasi dalam sektor diplomasi menjadi salah satu faktor krusial untuk memenangi persaingan global. Indonesia tidak boleh kalah gesit dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Untuk itu, diplomasi ekonomi Indonesia menjadi jawaban untuk meraih investasi dan akses pasar yang lebih besar di tengah-tengah ketidakpastian perekonomian global.

Para duta besar Indonesia yang tersebar di berbagai belahan dunia mendapat tugas baru, yakni menjadi duta investasi dan duta ekspor Indonesia. Dengan cara ini diharapkan terjadi peningkatan investasi, yang dibarengi dengan semakin baiknya neraca transaksi

berjalan dan neraca perdagangan Indonesia. Selain menjembatani hubungan antara penjual dan pembeli serta investor, tugas lain para diplomat adalah melakukan aktivitas yang terkait dengan pemasaran. Untuk itu, pengetahuan dan pemahaman yang mumpuni tentang pemasaran internasional serta pengalaman lapangan di sektor bisnis menjadi dua modal penting yang mesti dikuasai para pelaku diplomasi ekonomi untuk menyokong lancarnya upaya-upaya mereka dalam melakukan promosi dan fasilitasi bisnis di negara-negara tujuan.

Perkembangan media sosial yang sedemikian pesat sangat menguntungkan masa depan hubungan internasional, khususnya dunia diplomasi. Indonesia tengah berusaha mengadaptasi perubahan pola hubungan antarnegara di dunia maya, sehingga Kementerian Luar Negeri RI melakukan berbagai penyesuaian secara struktural, antara lain dengan membentuk Direktorat Jenderal yang menangani diplomasi digital. Perubahan ini memaksa para diplomat Indonesia bukan hanya harus menguasai substansi pekerjaan tetapi juga teknologi informasi terutama media sosial, dengan memiliki akun media sosial baik secara pribadi maupun kedinasan.

Penyesuaian yang dilakukan Kementerian Luar Negeri Indonesia tidak terlepas dari perkembangan terkini dari tata pergaulan internasional dan terutama kondisi perekonomian internasional. Dalam pertemuan Forum Ekonomi Dunia atau WEF (*World Economy Forum*) tahun 2017 di Swiss, negara-negara peserta terlihat mulai mencari titik keseimbangan antara demokrasi dengan kepentingan kedaulatan nasional.² Akibatnya, keinginan mewujudkan perekonomian internasional yang terintegrasi dalam bentuk perdagangan bebas mulai mengalami kemunduran. Globalisasi ekonomi sedang menghadapi tantangan besar yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dalam terminologi yang dikemukakan oleh Dani Rodrik, kondisi seperti itu disebutnya sebagai “versi terbatas dari

2 World Economic Forum. *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. World Economic Forum, 2017.

HUMPHREY WANGKE

globalisasi” (*limited version of globalization*).³ Globalisasi memang mendorong pertumbuhan perdagangan dan investasi dunia berkat pesatnya kemajuan teknologi. Namun di sisi lain sulit menemukan negara yang dengan sukarela membuka pasarnya lebar-lebar bagi produk, investasi sampai tenaga kerja asing. Keluarnya Inggris dari Uni Eropa dan kemenangan Donald Trump dalam pemilihan Presiden AS dilatarbelakangi sisi buruk globalisasi.

Fenomena deglobalisasi mulai terlihat dalam beberapa dekade terakhir ini yang ditandai dengan semakin tertutupnya pasar dalam negeri sebuah negara. Semua negara terlihat tetap konsisten dengan penghapusan hambatan tarif, tetapi di lain sisi negara-negara di dunia membentengi diri dengan beragam regulai yang menghambat barang impor bisa masuk. Perang dagang antara AS-China dan dampak pandemi COVID-19 telah memberikan pekerjaan berat yang harus dilakukan para diplomat Indonesia yaitu melepaskan diri dari ketergantungan terhadap China. Baik ekspor maupun impor Indonesia sangat tergantung pada China. Begitu perekonomian China berkontraksi seperti saat ini, maka dampaknya sangat dirasakan oleh Indonesia. Kegiatan ekspor impor Indonesia sangat terganggu.

Semangat deglobalisasi telah mendorong Jepang dan AS untuk menarik investasinya dari China agar tidak lagi tergantung pada pasar dalam negeri China. Perubahan konstelasi perekonomian dunia seperti itu tidak terlepas dari perhatian Indonesia. Indonesia sudah memutuskan untuk menjadikan diplomasi ekonomi sebagai prioritas dalam kepemimpinan Presiden Joko Widodo untuk meningkatkan akses pasar dan investasi dari negara-negara nontradisional. Jumlah konsumen Indonesia yang mencapai 260 juta orang harus dimanfaatkan sebagai daya tawar Indonesia dalam menjalin kerja sama ekonomi yang saling menguntungkan, baik secara bilateral, regional, maupun global.

3 Rodrik Dani, *The Globalization Paradox. Democracy and the Future of the World Economy*, W.W. Norton & Company, 2011

DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA

Semua negara di dunia harus dapat mentransformasi situasi pesimisme menjadi optimisme dan rivalitas menjadi kerja sama. Kecurigaan ataupun ketidakpercayaan harus berubah menjadi kolaborasi strategis yang saling menguntungkan. Indonesia harus dapat menjadi bagian dari proses transformasi tersebut agar perekonomian Indonesia tetap tumbuh. Di tengah rivalitas antarnegara di kawasan, langkah yang dilakukan Indonesia adalah membangun kerja sama multilateral agar kolaborasi yang tercipta dapat saling menguntungkan dan berkeadilan. Kolaborasi akan menciptakan peluang, menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi baru, dan menumbuhkan solusi bagi tantangan global.

Pentingnya diplomasi digital dalam diplomasi ekonomi karena sasaran yang hendak dicapai bukan hanya pasar tradisional yaitu negara-negara yang selama ini menjadi mitra dagang, tetapi juga nontradisional. Pembicaraan secara pribadi melalui dunia maya sangat efektif untuk menembus formalitas perdagangan yang sering kali sulit dilakukan. Misalnya pesan singkat yang disampaikan oleh Menko Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut Panjaitan kepada Menteri Energi dan Industri Uni Emirat Arab Suhail Mohammed Al Mazroui pada bulan April 2020 dibalas 10 hari kemudian dengan pemberian bantuan alat kesehatan seberat 20 ton. Contoh lainnya untuk pasar di Afrika, Indonesia berhasil menembus setelah menyelenggarakan Forum Indonesia-Afrika tahun 2018 dan Dialog Infrastruktur Indonesia-Afrika tahun 2019. Saat ini BUMN dan pengusaha swasta Indonesia telah melanjutkan kerja sama dengan negara-negara di Afrika terutama di sektor perdagangan barang dan jasa serta investasi. Dengan mulai ekspansinya BUMN dan sektor swasta, Indonesia mulai mengembangkan kebijakan *outbound investment* ke luar negeri.

Kebijakan politik luar negeri Indonesia saat ini berkaitan erat dengan kepentingan pariwisata, menarik investasi masuk dan meningkatkan ekspor. Diplomasi ekonomi yang dijalankan oleh pemerintahan Joko Widodo tidak terlepas dari keinginan pemerintah

untuk meningkatkan pemasukan devisa negara dari ketiga sektor itu. Pariwisata jelas merupakan produk unggulan Indonesia yang harus dipromosikan ke tingkat dunia. Beberapa pemandangan alam yang istimewa, warisan budaya yang dihormati dan tradisi yang kuat, sudah menjadi *branding* Indonesia. Sementara investasi dan perdagangan perlu kerja keras karena dampak dari pandemi COVID-19 telah menghancurkan *global supply chain*.

Sejak perubahan dilakukan, diplomasi Indonesia tidak hanya dilakukan melalui meja perundingan atau lewat lobi-lobi secara langsung, tetapi juga melalui media sosial. Para diplomat atau pejabat Kementerian Luar Negeri RI aktif di *twitter*. Melalui akun media sosial tersebut, Menlu Retno mengumumkan berbagai kegiatan yang dilakukannya. Pandangan, kebijakan dan kegiatan para diplomat Indonesia dapat dilihat di *twitter* melalui unggahan yang dilakukan oleh Menlu Retno melalui akun #inidiplomasi, atau melalui akun HPI, atau akun UNSC untuk mengetahui kegiatan Indonesia di DK-PBB. Melalui *twitter*, Dirjen Hukum dan Perjanjian Internasional Damos Agusman seringkali menjelaskan beragam hal teknis dari penerapan hukum internasional yang rumit dan sulit dipahami oleh masyarakat luas menjadi suatu hal yang mudah dipahami.

Penggunaan media sosial dalam mempromosikan kebijakan luar negeri sekaligus juga memperlihatkan *branding* Indonesia sebagai negara yang mempunyai potensi ekonomi. Penerapan teknik *branding* oleh banyak negara merupakan fenomena yang relatif baru, tetapi frekuensinya berkembang mengingat persaingan global yang semakin ketat yang dihadapi negara-negara saat ini baik di pasar domestik maupun eksternal. Negara-negara melakukan upaya yang semakin sadar untuk mempromosikan negara mereka sebagai pengakuan atas kebutuhan untuk memenuhi tiga tujuan utama yaitu: menarik wisatawan, merangsang investasi masuk dan meningkatkan ekspor.⁴

4 Dinnie, Keith. *Nation Branding: Concepts, Issues, and Practice*, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008, hal. 17.

DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA

Diplomasi ekonomi Indonesia terkait dengan ketiga hal tersebut mengingat semakin ketatnya persaingan antarnegara di dalam tata pergaulan internasional saat ini yang semakin memperlihatkan tanda-tanda ke arah deglobalisasi. Diplomasi digital yang dilakukan para diplomat Indonesia untuk menembus pasar internasional yang semakin tertutup.

Karena terkait *branding*, tulisan ini juga menganalisis partisipasi DPR RI melalui fungsi diplomasi yang dimilikinya. Melalui BKSAP, DPR telah beberapa kali melakukan konferensi dengan memanfaatkan teknologi digital. Seberapa besar pengaruh dan dampak keterlibatan parlemen terhadap kebijakan luar negeri Indonesia? Semua anggota parlemen, dalam berbagai tingkat dan cara, terlibat dalam urusan internasional dengan menerapkan berbagai perangkat yang mereka miliki. Semuanya memiliki peran konstitusional yang penting dalam meratifikasi perjanjian internasional dan berkontribusi pada negosiasi internasional yang dipimpin pemerintah dengan memantau dan menindaklanjutinya. Diplomasi parlementer termasuk berkontribusi pada resolusi konflik, mengirim utusan untuk proses perdamaian dan berpartisipasi dalam delegasi pemerintahan ke konferensi internasional serta di forum global, regional dan antarparlemen lainnya.

Humphrey Wangke

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
BAB I PRIVATISASI DIPLOMASI	1
BAB II TEKNOLOGI DIGITAL DALAM DIPLOMASI EKONOMI	12
BAB III KONSTELASI KERJA SAMA EKONOMI INTERNASIONAL	23
1. Konsekuensi Perdagangan Internasional	23
2. Ketidakpastian Kerja Sama Ekonomi Internasional	31
3. Akhir Era Globalisasi?	37
BAB IV STRATEGI MENGHADAPI KEGIATAN EKONOMI LINTAS BATAS	45
1. Aktualisasi Perekonomian Indonesia	46
2. Kemitraan Strategis Negara-Swasta untuk Konektivitas Ekonomi	51
3. Menjaga Stabilitas Ekonomi ASEAN	61
4. Membangun Kerja Sama Multilateral yang Kolaboratif	67
BAB V DIPLOMASI DIGITAL	73

DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA

1.	Transformasi Diplomasi dari Tradisional ke Digital	74
2.	Diplomasi Digital dalam Kebijakan Luar Negeri	78
3.	Parlemen dan Diplomasi Digital	93
4.	Diplomasi Digital sebagai <i>Branding</i>	100
BAB VI PENUTUP		108
Daftar Pustaka		112
Indeks		118
Tentang Penulis		122



BAB VI

PENUTUP

Kata “diplomasi” menjadi salah satu diksi yang tak asing lagi dalam ilmu hubungan internasional. Tidak sedikit orang yang berpandangan bahwa bahwa diplomasi merujuk pada segala sesuatu yang bersifat formal dan mengikat dan hanya berlaku untuk kalangan tertentu. Namun pandangan tersebut tidak sepenuhnya benar bila kita melihat perkembangan sarana diplomasi yang semakin dekat dengan teknologi. Saat ini diplomasi tak hanya berkaitan dengan proses perundingan yang melibatkan beberapa aktor tertentu dalam pengambilan keputusan. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan diplomasi melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *twitter*, maupun *website* telah mengindikasikan bahwa diplomasi tidak hanya berurusan dengan masalah politik dan keamanan, tetapi juga ekonomi, sosial, dan budaya.

Pada awal perkembangannya, diplomasi sangat identik dengan hubungan antarnegara dan entitas lain dalam dunia politik, diwakili oleh perwakilan resmi dan dilakukan dengan damai. Di dalam praktiknya, diplomasi telah berkembang menjadi sarana komunikasi bagi pemerintah untuk menjawab perubahan tatanan global, terutama seiring dengan berkembangnya teknologi dan komunikasi. Keterbukaan diplomasi terhadap keterlibatan aktor nonnegara dengan segala sektornya baik ekonomi, sosial dan budaya hingga lingkungan hidup merupakan indikasi dari semakin meluasnya substansi dari diplomasi. Terkait dengan hal tersebut, diplomasi digital menjadi salah satu elemen dari kerangka diplomasi publik mengingat

diplomasi yang dilakukan para diplomat menggunakan media sosial, untuk berkomunikasi dengan masyarakat.

Tata kelola hubungan internasional mengalami perubahan yang signifikan melalui perkembangan teknologi informasi dengan lahirnya jaringan media sosial. Jaringan ini menjadi wahana bagi aktor-aktor nonnegara untuk menyuarakan aspirasi, keinginan, ide dan gagasan dalam menanggapi berbagai isu, peristiwa, maupun perundingan yang dilaksanakan oleh aktor negara dalam kancah forum-forum internasional. Media sosial dijadikan alat untuk menggalang dukungan global, mobilisasi massa global, membangun jejaring global, dan menciptakan opini publik global, yang melintasi batas antar-negara, membuat aktor individu, NGO maupun organisasi lintas batas lainnya mampu berkorporasi dan diperhitungkan dalam skala internasional.

Media sosial yang marak belakangan ini telah melahirkan diplomasi digital, yang diaplikasikan oleh para diplomat yang tersebar di berbagai negara, baik di kedutaan maupun di konsulat di seantero dunia, tidak terkecuali Indonesia. Praktik-praktik diplomasi telah dilakukan secara *online*, *daring*, dan *wireless*. Pelaksanaan tugas-tugas diplomat sudah memanfaatkan media sosial, dengan membangun akun-akun media sosial, baik akun resmi kementerian luar negeri, kedutaan, konsulat, maupun akun pribadi para diplomat masing-masing. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana penunjang praktik diplomasi sangat efektif dan efisien sehingga mampu meningkatkan kualitas diplomasi dan tercapainya kepentingan nasional yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap *branding* sebuah negara.

Kemunculan diplomasi secara digital memberi kesempatan kepada masyarakat untuk turut terlibat dalam pengambilan keputusan, atau setidaknya memengaruhi proses pengambilan keputusan. Melalui komunikasi yang bersifat dialogis tersebut, diplomasi sekarang telah menjadi transparan karena keterlibatan kelompok-kelompok masyarakat. Akibatnya kebijakan yang diambil pemerintah menjadi lebih kuat dan sangat mengakar pada kepentingan masyarakat.

Multistakeholder diplomasi ataupun biasa disebut sebagai integratif diplomasi membuat keputusan yang diambil pemerintah lebih mencerminkan kepentingan banyak pihak.

Karena berbentuk jaringan, media sosial memberikan peluang kepada pengguna untuk menjangkau warga negara lain hampir secara *real-time*. *Platform* media sosial juga menyediakan ruang untuk interaksi, meningkatkan keterlibatan, dan dengan demikian memajukan tujuan diplomasi. Potensi kemudahan mengakses dari media sosial dan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode lain membuat media sosial menjadi menarik bagi kebanyakan kedutaan, serta kantor pemerintah lainnya, yang menghadapi pemotongan anggaran dan tuntutan untuk meningkatkan keterlibatan. Banyak *platform* memungkinkan penggunaan konten yang lebih dinamis, seperti video, foto, dan tautan, selain metode tradisional dalam memberikan ceramah atau membagikan pamflet. Selain itu, media sosial adalah saluran utama dalam menjangkau populasi remaja, tujuan utama dari upaya diplomasi publik saat ini.

Teknologi digital dapat sangat berguna dalam diplomasi publik di bidang pengumpulan informasi dan pemrosesan, di bidang kegiatan konsuler, dan untuk komunikasi selama keadaan darurat dan bencana. Praktik internasional menunjukkan bahwa penggunaan alat diplomasi digital yang kompeten dapat membawa keuntungan besar bagi mereka yang berinvestasi di dalamnya, apalagi diplomasi digital tidak selalu membutuhkan investasi. Bahkan sebaliknya, hal itu seringkali ditujukan untuk mengurangi biaya. Penguatan diplomasi ekonomi diperlukan untuk mengeluarkan negara keluar dari perangkap pendapatan menengah yang sampai sekarang masih dihadapi Indonesia. Promosi yang dilakukan Indonesia di dunia internasional dimaksudkan agar perekonomian Indonesia mengalami pertumbuhan yang inklusif dan berkeadilan.

Diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia merupakan upaya untuk mendukung kemandirian ekonomi nasional, memperkuat

perbankan dan kerja sama keuangan dalam forum bilateral, regional, dan multilateral. Diplomasi ekonomi bisa diartikan sebagai upaya suatu negara untuk mencapai tujuan ekonomi nasional dengan penggunaan instrumen dan sumber daya yang tersedia. Media sosial tidak diragukan lagi telah mengubah perilaku komunitas internasional saat ini karena telah berubah menjadi saluran komunikasi diplomatik dan telah mengubah praktik diplomasi. Diplomasi digital telah melengkapi sarana kebijakan politik luar negeri yang bersifat tradisional dengan instrumen yang baru inovatif dan diadaptasi sepenuhnya dengan memanfaatkan jaringan dan teknologi.

Kementerian Luar Negeri dan Kedutaan telah menjadi bagian dari beragam jejaring sosial *online* tempat informasi dikumpulkan, dianalisis, dan disebarluaskan. Penggunaan media sosial oleh para diplomat telah membuka komunikasi antara pembuat kebijakan dan warga negara. Alat-alat komunikasi terutama seperti *Facebook* dan *Twitter*, telah memberikan misi diplomatik akses langsung ke warga negara, baik di dalam maupun di luar negara. Komunikasi ini sering kali melewati filter negara dan media, yang berpotensi memungkinkan negara-negara untuk secara lebih efektif memengaruhi audiens asing dan mencapai tujuan diplomatik.

Pada dasarnya, diplomasi digital telah membawa transformasi perilaku diplomasi tradisional. Ini menegaskan perubahan baik dalam struktur dan proses di kementerian luar negeri. Revolusi teknologi informasi dan komunikasi telah menghasilkan kendali atas cara mengalirnya informasi di mana-mana, membuat penyebaran informasi cepat dan luas, memungkinkan orang membuat penilaian sendiri, mengekspresikan kekhawatiran dan perasaan, dan bahkan memengaruhi pembuat kebijakan. Akibatnya, cara pemerintah berinteraksi menjadi lebih cepat dan menjangkau lebih banyak di hampir setiap bagian dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abeldinova, Indira. dan Kemp, Walter. "Economic Connectivity: A Basis for Rebuilding Stability and Confidence in Europe?", *International Peace Institute*, Oktober 2016.
- Adaptasi Mesin Diplomasasi dalam Dunia yang Berubah, *Kompas*, 19 Agustus 2020.
- Adesina, Olubukola S. "Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy", *African Journal for the Psychological Study of Social Issues*, Vol.19, No.3, 2016.
- Anholt, Simon, "Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations", *The Journal of Public Diplomacy*, Vol. 2, Issue. 1, Art. 1, 2013.
- An Industrial Revolution, *The Economist*, 21 April 2012
- Alfarah, Akbar., dan Viktor Alfonso, Kamar Dagang dan Industri Provinsi Sumatera Selatan, wawancara 9 Juli 2019, Palembang.
- Arase, David. "Free and Open Indo-Pacific Strategy Outlook", *Trends in Southeast Asia*, No. 12, ISEAS – Yusof Ishak Institute, Singapura, 2019.
- Armstrong, Matt. "Social Media as Public Diplomacy", *Perspectives*, Vol. 1 Issue 2, Juni 2009.
- Arief, Zainal. dan Basuki, Dinas Koperasi dan UMKM, wawancara 26 Juni 2019, Surabaya.
- Arifin, Zainal. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Selatan, wawancara 10 Juli 2019, Palembang.
- "ASEAN concerned about US-China trade war, focused on economic cooperation: PM Lee", diakses dari <https://www.straitstimes.com/asia/asean-concerned-about-us-china-trade-war-focused-on-economic-cooperation-pm-lee>, tanggal 24 April 2020.
- "ASEAN Serukan Tahan Diri di LCS", *Republika*, 24 Juni 2019.
- Basalamah, Hadi. Kepala Dinas Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan, wawancara tanggal 10 Maret 2020, Makassar.

DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA

- Bauman, Z., & Lyon, B. Remoteness distancing an automation, dalam, Z. Bauman & B. Lyon (ed.), *Liquid surveillance*, Polity Press, Cambridge, 2016.
- Bilgin, Mehmet., Danis, Hakan., Demir, Ender., Can, Ugur. *Business Challenges in the Changing Economic Landscape*, Proceedings of the 14th Eurasia Business and Economics Society Conference, Vol. 1, 2016.
- Bjola, Corneliu., Cassidy, Jennifer., dan Manor, Ilan. "Public Diplomacy in the Digital Age", *The Hague Journal of Diplomacy*, 14, 2019.
- Bjola, Corneliu., dan Manor, Ilan. "Revisiting Putnam's Two-Level Game Theory in the Digital Age: Domestic Digital Diplomacy and the Iran Nuclear Deal", *Cambridge Review of International Affairs*, Vol. 31, No. 1, 2018.
- Bjola, Corneliu. The ethics of secret diplomacy: a contextual approach, *Journal of Global Ethics*, Vol. 10, No. 1, 2014. DOI: 10.1080/17449626.2013.858761
- Bjola, Corneliu, "Trends and Counter Trends in Digital Diplomacy", dalam Volker Stanzel (ed.), *New Realities in Foreign Affairs*, SWP Research Paper, Berlin, 2018.
- Borcan, A. "Diplomacy and Cosmopolitanism in a Globalized World." *Journal of International & Global Studies* 4 (1), 2012.
- Bull, Hedley, *The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics*, Macmillan, Basingstoke, 1977.
- Bjola, Corneliu, dan Holmes, Marcus. *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, London and New York: Routledge, 2015.
- Deos, A. *Digital Diplomacy & Social Capital: Analysing Relational Components of Trust in US & Israeli Online Social Networks*, University of Otago, Selandia Baru, 2015.
- Dinnie, Keith, *Nation Branding: Concepts, Issues, and Practice*, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008.
- "DPR Dukung RI Keluar dari Paris Agreement", *Suara Pembaruan*, 2 April 2019.
- "Efek Domino Perang Dagang", *Republika*, 13 Juni 2019.
- Ekspor-Impor RI Tertekan, *Kompas*, 16 Juni 2020.
- Gilboa, Eytan. Digital Diplomacy, dalam Constantinou, Costas M., Kerr, Pauline dan Sharp, Paul (ed.), *Sage Handbook of Diplomacy*, SAGE Publications Ltd, London, 2016.

HUMPHREY WANGKE

- Grant, Richard. *Democratisation of Diplomacy: Negotiations with the Internet*, Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2005.
- Hanh, Nguyen. "Embracing Digital Diplomacy to Promote Taiwan Tourism Branding? *Proceedings of the 2nd International Conference on E-Society, E-Education and E-Technology*. Agustus 2018.
- Hanson, Fergus. "Revolution @State: The Spread of E-Diplomacy", *Lowy Institute for International Policy*, Sydney, Maret 2012.
- Hanson, Fergus. "Baked in and Wired: eDiplomacy@State." *Brookings Institute Foreign Policy Paper Series*, No. 30, Oktober 2012.
- Hallams, Elle. "Digital Diplomacy: The Internet, The Battle for Ideas and US Foreign Policy", *CEU Political Science Journal*, Vol. 5, No. 4, 2010.
- Hayden, Craig. "Digital Diplomacy", dalam Martel, Gordon. (ed.), *The Encyclopedia of Diplomacy*, JohnWiley & Sons, Ltd., 2018.
- Hocking, Brian. "Multistakeholder Diplomacy: Foundations, Forms, Functions, and Frustrations", dalam Jovan Kurbalija dan Valentine Katrandjiev (ed.), *Multistakeholder Diplomacy: Challenges and Opportunities*, DiploFoundation, Swiss, 2006
- Hocking, Brian., Melissen, Jan., Riordan, Shaun., dan Sharp, Paul. *Futures for Diplomacy: Integrative Diplomacy in the 21st Century*, Report No. 1, The Hague: Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', Oktober 2012.
- IBRD, *Doing Business 2020: Comparing Business in 190 Economies*, IBRD, Washington, 2020.
- IMF, *World Economic Outlook: Transitions and Trends*, 2013.
- "Indonesia Bawa Tiga Isu Utama di KTT ASEAN", *Kompas*, 20 Juni 2019.
- "Indonesia Mendorong Kolaborasi Diplomasi Digital di Asia Pasifik", majalah *Masyarakat ASEAN*, edisi 22, September 2019.
- "Indonesia Siap Perang Dagang dengan Uni Eropa", *Media Indonesia*, 21 Maret 2019.
- "Inisiatif RI Jadi Panduan", *Kompas*, 24 Juni 2019.
- Jamilus, "Analisis Fungsi dan Manfaat WTO Bagi Negara Berkembang (Khususnya Indonesia)", *JIKH* Vol. 11 No. 2, Juli 2017.
- Johanes, Asisten 2 Sekda Provinsi Sumatera Selatan, Wawancara 9 Juli 2019, Palembang.
- "Jokowi Lontarkan Kegejaman", *Suara Pembaharuan*, 13 Maret 2019.

DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA

- Jonsson, Christer. "Diplomacy, Communication and Signalling", dalam Constantinou, Costas M., Kerr, Pauline dan Sharp, Paul. (ed.), *SAGE Handbook of Diplomacy*, SAGE, London, 2016.
- Kent, M. L., & Taylor, M. Building dialogic relationships through the world wide web. *Public Relations Review*, 24(3), 1998.
- "Ketahanan Ekonomi Diuji", *Kompas*, 2 Maret 2020.
- Krugman dan Obstfeld, *International Economy: Theory and Policy*, Sixth Edition, Pearson Education Inc., Boston, USA, 2003.
- Lei, Alec. "Is Southeast Asia Winning the US-China Trade War? Not So Fast", diakses dari <https://thedi diplomat.com/2019/09/is-southeast-asia-winning-the-us-china-trade-war-not-so-fast/>, tanggal 24 April 2020.
- Manor, Ilan. *The Digitalization of Public Diplomacy*, Palgrave Macmillan, 2019, Oxford, UK.
- Manor, Ilan. "What is Digital Diplomacy, and how is it Practiced around the World? A brief introduction", *Diplomatist Magazine*, Annual Edition, 2016.
- Martin, Clifton dan Jagla, Laura. *Integrating Diplomacy and Social Media*, The Aspen Institute, Washington, 2013, hal. 3.
- Melissen, Jan. de Keulenaar, Emilie V. "Critical digital diplomacy as a global challenge: the South Korean experience", *Global Policy*, 8:3, 2017.
- Mengangkat Beban BUMN Global, *Bisnis Indonesia*, 14 Mei 2020.
- Milovanovic, Snezana. Balancing Differences and Similarities within The Global Economy: Towards A Collaborative Business Strategy, *Procedia Economics and Finance*, 23, 2015.
- Moons, Selwyn J. V. & Bergeijk, Peter A. G. "Does Economic Diplomacy Work? A Meta-analysis of Its Impact on Trade and Investment," *The World Economy*, Wiley Blackwell, vol. 40, no. 2, Februari 2017.
- Naím, M. "Globalization." *Foreign Policy* 171 (Maret-April), 2009.
- Nordas, H., S. Miroudot dan P. Kowalski, "Dynamic Gains from Trade", *OECD Trade Policy Papers*, No. 43, OECD Publishing, Paris, 2006.
- Patunru, Arianto A. Pangestu, Mari E. Bisri, M. Chatib. "Challenges for Indonesia in the New World", dalam Arianto, *et al*, *Indonesia in the New World: Globalisation, Nationalism, and Sovereignty*, ISEAS, Singapura, 2018.
- "Perang Tarif Disikapi Serius", *Kompas*, 21 Juni 2019.
- Pigman, Geoffrey Allen. *Trade Diplomacy Transformed: Why Trade Matters for Global Prosperity*, Palgrave MacMillan, New York, 2016.

HUMPHREY WANGKE

- Putnam, Robert D. "Diplomacy and Domestic Politics: The Logic of Two-Level Games", *International Organizations*, Vol. 42, No. 3, 1988.
- Rashica, Viona. "The Benefits and Risks of Digital Diplomacy", *SEEU Review*, Volume 13, Issue 1, 2018.
- Rodik, Dani. *The Globalization Paradox. Democracy and the Future of the World Economy*, W.W. Norton & Company, 2011
- Regalt, Antonio Casado. "Diplomacy 3.0: From Digital Communication to Digital Diplomacy", *Analisis*, No. 9, Juni 2017.
- Roberts, Walter R. "What Is Public Diplomacy? Past Practices, Present Conduct, Possible Future", *Mediterranean Quarterly*, Vol. 18, No. 4, 2007.
- Ruel, Huub dan Wolters, Tim. "Business Diplomacy", dalam Constantinou, Costas M., Kerr, Pauline., dan Sharp, Paul, (ed.), *The Sage Handbook of Diplomacy*, Sage Publications Limited, London, 2015.
- Saner R., Yiu, Lee. *International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times*, Discussion Papers in Diplomacy, Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", tanpa tahun.
- Sein, Arthur. "The Great Trilemma: Are Globalization, Democracy, and Sovereignty Compatible", *International Theory: A Journal of International Politics*, Vol. 8 No. 2, 2016.
- Sugiono, Christian. Digital Strategy for Business Development, Webinar UMKM Go, 2020
- Tadaro, Michael P., Smith, Stephen C., Economic Development, edisi 12, Pearson Education Inc., New Jersey, 2015.
- van Bergeijk, Peter A. G. *Economic Diplomacy and the Geography of International Trade*, Edward Elgar Publishing, 2009.
- Verrekia, Bridget. "Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations", *Independent Study Project (ISP) Collection*, 2017.
- Wangke, Humphrey. "Health Silk Road: Strategi China Mewujudkan Ambisi Geopolitiknya", *Infosingkat*, Vol. XII, No.8/II/Puslit/April/2020.
- Wangke, Humphrey. Implementasi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Melalui Kemitraan Multistakeholder, dalam Wangke, Humphrey, (ed.), *Membangun Kemitraan untuk Keberlanjutan Pembangunan*, Obor, 2019.
- Westcott, Nicholas. "Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations", *Research Report*, Oxford Internet Institute, No. 16, Juli 2008.

DIPLOMASI DIGITAL DAN KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA

World Economic Situation and Prospects as of mid-2020, UN Publications, Januari 2020.

World Economic Forum. *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. World Economic Forum, 2017.

Yustianus, Kepala Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan, wawancara 10 Juli 2019, Palembang.

Zaharna, R. S. *Digital Diplomacy as Diplomatic Sites: Emotion, Identity & Do-it-Yourself Politics*, SWP Berlin, *New Realities in Foreign Affairs: Diplomacy in the 21st Century*, November 2018.

Zamhadi, Kamar Dagang dan Industri, Provinsi Jawa Timur, wawancara tanggal 25 Juni 2020, di Surabaya.

INDEKS

A

aktor domestik, v, 6
aktor negara, vii, viii, 3, 14, 18, 19,
45, 75, 94, 109
aktor non-negara, 45
aktor internasional, vii, 4, 73, 77
akuntabilitas, 18, 95
ASEAN, 58, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67,
80, 95
ASEAN Outlook On Indo Pacific, 67

B

Belt and Road Initiative, 54
bilateral, x, 45, 51, 52, 55, 66, 96,
111
BKSAP, xiii, 97, 98, 99
borderless world, 9
branding, xii, xiii, 100, 101, 102, 103,
104, 105, 109
Brexit, 28, 29, 31, 34

C

checks and balances, 96
common effective preference tariff,
58
comparative advantages, 58
competitive advantages, 58

COVID-19, x, xii, 32, 33, 34, 40, 41,
42, 69, 86, 97, 98, 99, 102

D

Dani Rodrik,
demokrasi, ix, 28, 28, 29, 93, 94, 97,
99
deglobalisasi, x, xii, 31, 34, 95, 97
dialog infrastruktur indonesia-
afrika, xi, 70
digital diplomacy, vi, 2, 3, 5, 6, 7, 16
digital province, 11
diplomasi ekonomi, viii, ix, x, xi, xiii,
7, 8, 9, 10, 12, 23, 24, 41, 44, 45,
46, 51, 52, 53, 54, 55, 57, 67, 69,
79, 80, 83, 87, 88, 95, 96, 98, 99,
102, 110, 111
diplomasi integratif, 20
diplomasi modern, v, 5, 105
diplomasi parlementer, xiii, 94
diplomasi publik, v, vi, vii, 2, 73, 75,
76, 77, 82, 83, 91, 92, 93, 103,
106, 108, 110
diplomasi tanpa diplomat, 16
diplomasi tradisional, 2, 3, 5, 6, 19,
44, 111
DPR RI, xiii, 97, 98
Donald Trump, x, 28, 29, 31, 62, 67
diplomatic digital system, 81

E

e-government, 11
ekspor-impor, 56

F

Facebook, vii, 2, 4, 8, 16, 17, 19, 46,
59, 74, 76, 77, 80, 85, 90, 91,
108, 111
fair trade, 30
Fergus Hanson, 1
forum ekonomi dunia, ix, 29
Forum Indonesia-Afrika, xi, 70
free trade area, 79, 80

G

gain from trade, 26
*General Agreement On Tariff and
Trade*, 26
general system preferences, 50
globalisasi, vii, ix, x, 2, 4, 8, 9, 10, 13,
25, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36,
37, 38, 39, 40, 42, 48, 51, 57, 67,
72, 74, 79, 106
global supply chain, xii, 97, 102
global village, 102

H

hilirisasi, 47
human security, 98

I

ide, 14, 77, 101, 106, 109

Ilan Manor, 74, 75
impor barang, 30, 50
*Indonesia-Australia Comprehensive
Economic Partnership
Agreement*, 68
Indo-Pasifik, 62, 67
industrialisasi, 1, 25, 26
informasi lintas dunia, 2
intellectual property rights, 56
instagram, 59, 90, 108
international trade organization, 26

J

jaringan komunikasi, v, 15
Joko Widodo, x, xi, 7, 57, 63, 67, 89,
102

K

katalisator, 8
kedaulatan nasional, ix, 28, 29
kementerian luar negeri, vi, viii, ix,
xii, 7, 16, 18, 21, 41, 55, 73, 74,
75, 76, 79, 81, 82, 83, 84, 85, 86,
88, 89, 90, 92, 93, 103, 104, 105,
109, 111
Kemitraan Trans-Pasifik, 34
kinerja, 7, 8, 9, 32, 33, 61
kolaborasi strategis, xi, 69
konektivitas digital, 2
kontraksi ekonomi, x, 41
konsulat, viii, 17, 82, 109
korporasi, 6, 43, 44, 71

L

lembaga swadaya masyarakat, 6, 96

logistic performance index, 58

M

media massa, 6, 105

media sosial, v, vi, ix, xii, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 15, 17, 18, 21, 22, 24, 73, 76, 77, 85, 89, 90, 91, 92, 100, 101, 103, 105, 106, 108, 109, 110, 111

multinasional, 9, 13, 25, 32, 38, 43, 45

multistakeholder diplomacy, vii

N

nation branding, 101, 102, 103, 105

national diplomatic system, 81

negosiasi, v, vi, xiii, 3, 5, 12, 13, 15, 26, 35, 45, 51, 52, 68, 73, 77, 78, 92, 94, 95

non-tariff barrier, 30

O

outbound foreign direct investment, 54

outbound investment, xi, 55, 70

Q

qzone, 2

P

pemberian layanan, 14, 15

perang dagang, x, 31, 32, 34, 40, 42, 46, 47, 49, 50, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 72, 100

perdagangan internasional, 23, 26, 27, 28, 30, 31, 33, 35, 38, 58, 63, 69, 72, 87

politik domestik, v, 5

politik internasional, 16, 28, 36, 46, 91

politik luar negeri, v, vii, viii, xi, 1, 6, 8, 16, 17, 79, 96, 111

R

reformasi birokrasi, 11

regional, vii, x, xiii, 7, 9, 36, 37, 39, 46, 53, 55, 64, 65, 66, 74, 79, 94, 111

regional comprehensive economic partnership, 66

Retno Marsudi, 79, 83

rivalitas, xi, 69

S

second track diplomacy, 96

sinergi, viii, 8, 9, 11, 38, 96

smart city, 10

snapchat, 2

soft power, 32

T

tariff barrier, 30, 61

teknologi komunikasi, 1, 8, 9, 19, 34, 38

transparansi, 2, 5, 9, 18, 34, 56, 78, 100

trilema globalisasi, 28
twitter, vi, xii, 2, 4, 8, 16, 17, 19, 77,
85, 86, 88, 90, 91, 101, 104, 108,
111
two level game, 74

U

UMKM, 48, 49, 59, 60
Uni Eropa, x, 13, 28, 29, 31, 32, 42,
43, 47, 56, 70

W

website, 22, 108
World Trade Organization, 71

X

Xi Jinping, 54

TENTANG PENULIS

Dr. Humphrey Wangke, M.Si., Peneliti Ahli Utama/IVD, menyelesaikan pendidikan S-1 Hubungan Internasional tahun 1988 di FISIP Universitas Jember dan pendidikan S-2 tahun 1998 pada Program Kajian Wilayah Amerika Universitas Indonesia. Pada tahun 2018 menyelesaikan studi S-3 di Sekolah Ilmu Lingkungan (SIL) Universitas Indonesia.

Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui jurnal dan buku, antara lain: *Diplomasi Indonesia dan Pembangunan Konektivitas Maritim*, (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018); *Kerjasama Indonesia-Malaysia dalam Pengelolaan Perbatasan di Kalimantan* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), *Solving the Problem of Illegal Logging through the Implementation of the Model of Partnership Between Balai TNK and the Local Community (The Case Study of Illegal Logging in TNK, East Kalimantan)* (RJSSM, 2017), *The Management of Kutai National Park through the Multistakeholder Partnership* (Atlantis Press, 2017), Implementasi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Melalui Kemitraan Multistakeholder” dalam Humphrey Wangke (ed.), *Membangun Kemitraan untuk Keberlanjutan Pembangunan* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2019), *Implications of United States - China Trade War to Indonesia* (IJBER, 2020).

Menjadi pendamping delegasi BKSAP DPR RI dalam Konferensi *World Parliamentary Forum on Sustainable Development* (WPFSD) dengan topik “Combating Inequality Through Social and Financial Inclusion” di Denpasar, Bali, 4-5 September 2019.

Pemimpin Redaksi Jurnal “Politica” Puslit Setjen DPR RI (2019-sekarang).