

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Amerika Serikat merupakan negara yang menjadi ikon dunia karena kemajuan teknologi yang dimilikinya. Amerika yang memiliki teknologi dan informasi yang mumpuni tentunya menjadi pusat percontohan bagi negara-negara lain. Dengan mudah, Amerika Serikat dapat menggunakan sarana prasarana teknologinya sebagai alat diplomasi publik untuk menyebarkan budaya Amerika keseluruh dunia yang disebut budaya populer. Diplomasi publik sendiri menjadi senjata bagi setiap negara khususnya Amerika di era global saat ini, karena diplomasi publik merupakan upaya efektif suatu negara untuk mencapai kepentingan nasional dan kebijakan luar negerinya dengan menggunakan berbagai instrumen didalamnya untuk memahami, memberikan informasi, serta mempengaruhi publik dengan tujuan masyarakat internasional dapat memberikan persepsi yang baik bagi negara tersebut.

*Nation branding* adalah konsep yang relatif baru yang merupakan proses penerapan teknik *branding* negara melalui Lembaga pemerintahan, instansi perusahaan nasional, individu, dan lain sebagainya. Tujuan utamanya adalah untuk membangun dan mengelola reputasi suatu negara. *Nation branding* dipraktikkan oleh banyak negara termasuk Amerika Serikat. Ada minat yang tumbuh di antara negara-negara yang kurang makmur untuk mempraktikkan *branding* bangsa karena memiliki kapasitas untuk meningkatkan citra mereka di luar negeri dan mempromosikan perdagangan, pariwisata, dan investasi langsung. Demikian pula, *nation branding* jika dilakukan dengan tepat berpotensi melawan *stereotype* yang diasosiasikan dengan negara tertentu. Simon Anholt memperhatikan pentingnya dampak dari *nation branding* dan menyatakan negara telah

menjadi jauh lebih sadar akan nilai merek mereka sebagai suatu aset. Anholt adalah konseptualis di balik metode untuk mengevaluasi seberapa efektif *branding* suatu negara. Indeks merek suatu negara diperoleh dari rata-rata skor untuk beragam kriteria yang meliputi masyarakat, tata kelola, ekspor, pariwisata, budaya dan warisan, serta investasi dan imigrasi.

Memahami nilai merek nasional membantu negara mengaitkan investasi yang mereka lakukan dengan lebih baik di bidang yang memengaruhi citra global mereka. Dengan demikian, upaya *branding* telah melangkah ke era baru dan *branding* bangsa sebagai sebuah konsep telah menjadi sangat populer. Pemerintah kontemporer telah mulai mempekerjakan firma hubungan masyarakat untuk membantu mereka meluncurkan kampanye *branding* canggih yang bertujuan menarik investasi asing, mendorong perdagangan, dan bahkan meningkatkan pengaruh geopolitik secara keseluruhan.

Banyak kegiatan diplomasi budaya Amerika Serikat dilakukan melalui Biro Urusan Pendidikan dan Kebudayaan Departemen Luar Negeri Amerika Serikat. Badan ini sering memberikan dana untuk proyek-proyek yang dikelola oleh perusahaan atau organisasi nirlaba. Amerika Serikat sekarang berfokus pada interaksi warga dengan warga. Bagian non-pemerintah dari 'Brand America' adalah karena kekuatan dan kelaziman perusahaan dan produk Amerika (misalnya Disney, Nike dan Apple). Di satu sisi produk hasil *branding* musik, pakaian, dan film Amerika saat ini dapat dilihat di seluruh dunia dan sangat diminati; namun sisi lain masyarakat dunia enggan untuk menerima budaya populer yang disebarkan oleh Amerika.

Amerika Serikat memiliki citra internasional yang sangat menarik dan kompleks. Posisinya sebagai 'negara adikuasa' dunia yang membawa banyak kritik seiring dengan statusnya yang tinggi. Banyak yang menghormati otoritas, kekuatan, kecakapan ekonomi, dan ide-ide demokrasi yang diperjuangkan Amerika Serikat, sementara yang lain menyebutkan bahwa Amerika adalah

imperialis budaya, politik, dan ekonomi. Rekomendasi Amerika Serikat, mengingat reputasi, sejarah, dan posisinya yang genting dalam politik dunia, Amerika Serikat harus memfokuskan upayanya pada interaksi *people to people*. Hal ini akan meningkatkan dialog dua arah antara budaya dan kerja melawan kritik terhadap propaganda satu arah atau imperialisme budaya. Ini juga dapat memberi orang Amerika pandangan tentang dunia sambil juga menghilangkan *stereotype* terhadap orang Amerika. Pertukaran pendidikan, kolaborasi seni, festival musik dan salah satunya perfilman dapat meningkatkan kontak antara warga Amerika dan dunia.

Tidak bisa dipungkiri bahwa industri perfilman di Amerika yang dibantu dengan kecanggihan teknologi yang dimilikinya mampu meningkatkan citra Amerika Serikat sebagai negara adikuasa. Melalui teknologi komunikasi yang mumpuni, Amerika Serikat semakin menunjukkan citra positifnya melalui diplomasi publik dengan salah satu alatnya ada Industri perfilman. Industri film di Amerika Serikat telah terbentuk sebelum adanya Perang Dingin dengan tujuan sebagai media penghibur masyarakat pada masa itu. Namun, selama masa perang dingin berlangsung, perfilman kemudian berubah orientasi dari media hiburan komersial, menjadi alat tujuan propaganda politik dan militer secara eksplisit. Kehadiran film, sebagai seni yang memadukan unsur sastra, musik, seni rupa, dan videografi menjadi alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan propaganda suatu negara secara tersirat. Amerika dan Uni Soviet yang memiliki ideologis berbeda menimbulkan persaingan antara kedua negara. Hal ini tentunya kedua negara saling memperebutkan pengaruh secara global. Supaya dominasi Amerika menggapai negara-negara lain, Amerika mulai menerapkan kebijakan politik luar negeri yang ekspansif (Gaddis, 2010). Hal tersebut yang kemudian membuat citra negara ini menjadi kurang baik.

Produk yang dikeluarkan oleh industri perfilman Amerika merupakan bagian integral dari kehidupan warga negara manapun tanpa memandang usia, agama, dan genre. Film-film yang

dinaungi rumah produksi Amerika memiliki latar belakang dan karakter yang sangat memperlihatkan budaya Amerika Serikat. Hal ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan dan pemeliharaan citra Amerika Serikat di mata publik global. Seringkali di dalam setiap film Hollywood terdapat penyebaran gagasan tentang cara hidup dan sistem nilai Amerika. Konfrontasi ideologis dan politik internal dalam karya sejumlah rumah produksi dari sutradara Amerika telah memberikan ruang lingkup *nation branding* yang luas bagi Amerika. Pemerintah Amerika Serikat dan industri film telah mempererat kerjasama dalam peningkatan citra negara yang positif, menarik, dan menginspirasi kepada khalayak global (Fuller, 2019).

Untuk dapat mempertahankan hegemoni Amerika Serikat tetap stabil, negara tersebut membutuhkan instrumen *nation branding* dan propaganda sebagai *tools* diplomasi publik dalam membentuk opini yang dapat dengan mudah diterima masyarakat dunia. Salah satu instrument tersebut adalah industri film Hollywood. Kekayaan Amerika Serikat berasal dari pendapatan yang dihasilkan oleh sektor *Art and Entertainment*. Pada tahun 2017, sektor tersebut memberikan 4 persen pendapatan Amerika Serikat dan menempati posisi ke-11 industri terbesar di Amerika Serikat. Di dalam sektor ini terdapat industri film global yang didominasi oleh film Amerika Serikat yaitu Hollywood yang di dalamnya terdapat 6 studio besar seperti Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal, dan Warner Brothers yang menghasilkan 22,4 miliar dollar dari total box office global. Keberhasilan Amerika Serikat dari pasar ekspor melalui film bukan hanya berasal dari korporasi media multinasional Amerika Serikat yang cerdas untuk menyebarluaskan produk-produk Hollywood ke seluruh penjuru dunia, tapi juga karena kemampuan mereka memberikan film yang menarik kuat selera penonton dengan membuat film beranggaran besar.

Melalui jumlah besar yang diperoleh tersebut, pemerintah Amerika Serikat tidak hanya melakukan proteksi, namun juga control ketat dan sangat terlibat dalam tata kelola kebijakan

industri perfilman di Hollywood. Pemerintah Amerika Serikat memberikan bantuan-bantuan dalam bentuk tertentu kepada industri film Hollywood. Melalui Biro Investigasi Federal Amerika Serikat yaitu CIA, Amerika Serikat melancarkan dukungannya. Pada akhir tahun 1950-an, CIA membiayai distribusi film-film asing daerah-daerah di berbagai dunia yang rentan terhadap komunisme. Pada tahun 1958, CIA membiayai penyebaran *rosary films* yang merupakan film yang mendukung agama Katolik, persatuan keluarga, dan doa. Film ini dipilih karena menanamkan unsur agama yang kuat dalam masyarakat dan dapat melawan komunisme. DCI Allen Dulles dan Wakil Presiden Richard Nixon memberikan bantuan sebesar 20.000 dollar.

Lebih dari satu per lima film yang menggambarkan penerapan pasukan militer Amerika Serikat dari tahun 1991 hingga 2020 mendapat pembiayaan dari Pentagon (*Department of Defense*). Selain bantuan dana yang diberikan, pemerintah Amerika Serikat memberikan dukungan akses ke ruang privat pemerintahan seperti peminjaman berbagai alat militer dan memberikan akses kepada informasi-informais rahasia yang tidak sembarang orang dapat melihat. Pemerintah Amerika Serikat juga ikut terlibat dalam pembuatan film, seperti melakukan perubahan pada naskah film tersebut. Bahkan film besar seperti James Bond, serial Transformers, juga film dari *Marvel Cinematic Universe*.

Salah satu rumah produksi/studio yang memiliki peran strategis bagi pemerintah untuk berdiplomasi publik dalam upaya pembentukan citra Amerika Serikat melalui film adalah Marvel Cinematic Universe (MCU) dibawah naungan Marvel Studios dan Walt Disney Co. Kesuksesan MCU dibawah naungan Disney kini telah menjadi waralaba dunia perfilman dari segi penyebaran nilai Amerika serta pendapatan dari hasil penjualan film baik domestik maupun global. Meski tergolong pendatang baru, Marvel hingga kini menjadi studio paling sukses secara komersial. Apabila diukur dari tingkat inflasi Amerika Serikat, pendapatan kotor Marvel mencapai 9,1 miliar

dolar AS atau setara dengan 132,9 triliun, pada tahun 2020 dengan lebih dari 25 film yang tayang di bioskop maupun series yang tayang di layanan online, setiap film tersebut selalu menjadi perbincangan dan daya tarik masyarakat di setiap penjuru dunia. Saat ini pun film superhero menjadi sorotan publik. karena ceritanya yang bersambung antara satu film dengan film yang lain (Javier, 2021).

Melalui tokoh-tokoh superhero yang ada di MCU, Amerika Serikat berusaha untuk memasukan muatan *nation branding* dan propaganda guna meningkatkan citra, menyebarkan idealisme, dan meredam isu nasional. Setiap tokoh pahlawan cenderung memiliki karakter dan sikap yang didasari oleh pengaruh politik. Hal ini dapat dilihat pada beberapa karakter Marvel seperti *Captain America*, *Iron Patriot*, dan *Falcon* yang memiliki ornamen bendera Amerika Serikat. Hal ini tentu memiliki peranan sosial yang begitu penting bagi Amerika Serikat dalam penyebaran budaya negara secara eksplisit.

Salah satu contoh, tokoh Captain America yang berlatar belakang era Perang Dunia II pada film *Captain America: the First Avengers* (2011) (J. M. DeMatteis, 2009). Film ini dinilai oleh masyarakat dan media memiliki potensi sebagai propaganda yang dibuat untuk memperlihatkan idealisme Amerika. Selain itu, tokoh Black Panther yang dijadikan film pada tahun 2018 dinilai sebagai cara Amerika untuk meredam isu tindak diskriminasi kulit hitam yang meningkat di Amerika. Cara diplomasi publik yang dibalut dalam bentuk film guna mempengaruhi opini masyarakat global memiliki efek kuat terhadap emosi seseorang.

Tentunya dengan kepopuleran MCU saat ini telah menarik minat pemerintah Amerika untuk bekerjasama dalam menciptakan pandangan positif negara dalam mempertahankan citranya di tengah-tengah dunia. Pemerintah melalui Departemen Pertahanan Amerika Serikat atau yang sering disebut Pentagon juga ikut terlibat dan berkolaborasi dengan *Marvel Cinematic Universe*.

Salah satu contoh, film Iron-man yang secara langsung diberikan fasilitas militer dan naskah film yang dimana pemerintah memiliki keterlibatan dalam perancangannya. FBI dan Pentagon terlibat dalam beberapa dekade terakhir dengan perfilman Amerika Serikat. Walt Disney sebagai penaung dari MCU bahkan menjabat sebagai informan FBI, yang menyerahkan tersangka komunis dengan imbalan akses untuk membuat film di dalam markas FBI. Pemerintah Amerika Serikat juga memiliki kantor penghubung dalam menunjang integrasi dengan industri perfilman dan diatur dalam undang-undang kebebasan informasi Amerika Serikat yang berarti setiap film MCU yang memiliki unsur politik dan bersifat komersial diatur oleh pemerintah (Robbins, 2021).

Keberhasilan film MCU telah menembus seluruh dunia baik wilayah Asia, Eropa, Amerika, Australia. Dengan luasnya penyebaran yang berhasil sampai dimata seluruh masyarakat dunia membuat citra Amerika Serikat semakin terbangun. Seperti yang dikatakan Jan Mellisen, Diplomasi Publik sebagai usaha atau upaya untuk mempengaruhi orang atau organisasi di luar negaranya dengan cara positif sehingga mampu dengan efektif mengubah cara pandang suatu individu terhadap suatu negara. Amerika Serikat menggunakan media perfilman superhero sebagai *hype* baru di tengah masyarakat global untuk memperkuat posisi citranya di tengah-tengah masyarakat global (McSweeney, 2018). Walaupun begitu banyak isu-isu yang bertebaran terkait keberadaan Amerika Serikat dalam berbagai segi baik politik, ekonomi, dan lain sebagainya, peneliti ingin melihat seberapa efektif diplomasi publik Amerika Serikat melalui *Marvel Cinematic Universe* dalam kontribusinya meningkatkan citra nasional.

Dalam penelitian ini, kebaruan menjadi salah satu aspek yang diperhatikan oleh peneliti sebagai fokus pembeda dengan penelitian-penelitian yang lain. Kebaruan dari penelitian ini terdapat pada muatan informasi yang dimiliki dimana *Marvel Cinematic Universe* semakin berkembang dan bertambah jumlah film dan penyebarluasannya yang semakin massif. Penelitian

ini juga menitikberatkan kepada peran *Marvel Cinematic Universe* sebagai alat diplomasi public Amerika Serikat yang artinya, secara luas dan lengkap akan dijelaskan terkait dampak pengenalan karakter-karakter Marvel yang di dalamnya terdapat bentuk propaganda Amerika Serikat.

Pada penelitian ini terdapat 3 bahan acuan dari penelitian terdahulu yang sangat bermanfaat sebagai rujukan ilmiah, yaitu, pertama penelitian dari Rafi Hugo Putra Pratama pada tahun 2020 dengan judul “Propaganda Amerika Melalui Tokoh *Captain America*. Studi Kasus: *Captain America: the First Avengers*”. Dalam penelitian ini menganalisis terkait salah satu tokoh yang tergabung dalam *Marvel Cinematic Universe*. Dalam penelitian ini menjelaskan terkait peran film *Captain America: the First Avengers* dalam menaikkan citra positif negara Amerika Serikat. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil bahan acuan terkait 7 faktor propaganda menurut *Institute of Propaganda Analysis (IPA)*.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang menjadi bahan acuan adalah penelitian dari Prasetyo Hingkawono Aji, Dra. Christy Damayanti. M.Si., dan Drs. GPH Dipokusumo, M.Si dengan judul “Peran Industri Komik Superhero bagi Diplomasi Publik Amerika Serikat”. Dalam penelitian ini dijelaskan seberapa besar dampak penyebaran karakter-karakter superhero yang ada di komik terhadap reaksi dan cara pandang masyarakat global melihat Amerika Serikat melalui karakter-karakter tersebut.

Terakhir, penelitian dari Hari Suryanto dan Mariani Amri tahun 2018 dengan judul “*Film as Cultural Diplomation Assets*”. Penelitian ini menjelaskan terkait kemampuan film untuk berdiplomasi dalam mengkomunikasikan nilai budaya suatu bangsa. Penelitian ini juga menjelaskan terkait film yang merupakan gabungan dari berbagai seni yang didukung oleh teknologi sehingga film memiliki kemampuan untuk menjadi media komunikasi yang efektif di era sekarang ini. Pada penelitian ini, peneliti mengambil acuan terkait dua unsur film, yaitu unsur



naratif sebagai pembangun cerita dalam tema untuk mempertajam pesan cerita, dan unsur sinematik yang memberikan dukungan audio visual lebih jelas dan detail.

Dalam judul penelitian yang peneliti ambil berdasarkan dengan afiliasi terhadap beberapa mata kuliah yang sudah peneliti pelajari, pertama yaitu Diplomasi dan Negosiasi. Dalam mata kuliah ini membantu peneliti dalam memahami diplomasi sebagai praktik mempengaruhi perilaku aktor negara lain melalui dialog mulai menjadi alat yang sering digunakan negara guna menjalin hubungan kerjasama maupun untuk memperkuat kekuatan nasional. Salah satu diplomasi yang digunakan dalam praktik interaksi global adalah diplomasi publik. Diplomasi publik sendiri merupakan upaya pemenuhan kepentingan nasional melalui *understanding, informing, and influencing foreing audiences*. Lalu selanjutnya, mata kuliah Komunikasi Internasional. Melalui mata kuliah ini peneliti dibantu dalam memahami pola komunikasi yang di bangun dalam hubungan internasional, pola yang semakin bervariasi dengan begitu banyak alat komunikasi yang dapat memperkuat peran negara di lingkungan internasional. Mata kuliah terakhir yang membantu peneliti adalah Pengantar Hubungan Internasional. Mata kuliah ini merupakan pedoman dasar bagi peneliti untuk menentukan arah penelitian dalam studi hubungan internasional.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam usulan penelitian yang berjudul: **“Diplomasi Publik Amerika Serikat Melalui Industri Film *Marvel Cinematic Universe* Dalam Upaya Peningkatan Citra Nasional”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini adalah: **“Bagaimana Diplomasi Publik Amerika Serikat Dilakukan Melalui *Marvel Cinematic Universe* Dalam Meningkatkan Citra Nasionalnya?**

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

1. Bagaimana bentuk Diplomasi Publik Amerika Serikat meningkatkan citra nasional menggunakan *Marvel Cinematic Universe* ?
2. Bagaimana bentuk kesepakatan pemerintah Amerika Serikat dengan *Marvel Cinematic Universe* dalam upaya meningkatkan citra nasional?
3. Dampak apa yang ditimbulkan dari upaya meningkatkan citra Amerika Serikat melalui film-film *Marvel Cinematic Universe* terhadap masyarakat Indonesia?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Penelitian ini memiliki pembatasan masalah dari tahun 2012-2022 dikarenakan dalam jangka waktu tahun ini, pemerintah Amerika Serikat sudah mulai terlibat dari film Avengers (2012) dalam menggunakan *Marvel Cinematic Universe* sebagai alat diplomasi publiknya melalui pemberian bantuan dana, fasilitas militer, dan akses rahasia terhadap data yang di pegang oleh FBI. Dalam jangka waktu ini juga, hanya beberapa film MCU yang akan dijadikan bahan penelitian.

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini ialah untuk memenuhi tugas akhir skripsi. Selain itu, peneliti juga memiliki maksud untuk memberikan informasi terbaru yang sudah dibaharui serta membentuk bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka dapat ditentukan bahwa tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui langkah yang dilakukan Amerika Serikat untuk meningkatkan citra nasional melalui *Marvel Cinematic Universe*.
2. Mengetahui bentuk kesepakatan pemerintah Amerika Serikat dengan *Marvel Cinematic Universe* dalam peningkatan citra Amerika Serikat.
3. Menganalisis dampak yang ditimbulkan dari upaya meningkatkan citra Amerika Serikat melalui film-film *Marvel Cinematic Universe* terhadap masyarakat Internasional.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini dapat digunakan dalam memberikan masukan bagi pengembangan serta penalaran terkait diplomasi dalam Ilmu Hubungan Internasional dalam mengatasi dan memberi pemahaman terkait fenomena internasional yang terjadi di dunia khususnya mengenai peran perfilman sebagai alat diplomasi publik dalam meningkatkan citra suatu negara.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

a) Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk menyelesaikan program pendidikan strata satu di jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UNIKOM. Selain itu penelitian ini sangat bermanfaat bagi peneliti sebagai buah karya ilmiah. Mengetahui diplomasi publik Amerika Serikat melalui *Marvel Cinematic Universe* dalam peningkatan citra negara.

b) Bagi Program Studi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi perpustakaan dan bahan pembanding bagi mahasiswa yang ingin melakukan pengembangan penelitian berikutnya di bidang yang sama di masa mendatang.

c) Bagi Universitas Komputer Indonesia

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pustaka bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam meningkatkan Pendidikan strata 1.