

UPAYA AMERIKA SERIKAT MENGAKUISISI TIKTOK TAHUN 2020

Ibnu Aditya Wahidin¹, Yuniarti²

Active English Course¹, Universitas Mulawarman², Indonesia

Email: ibnuaditia11@gmail.com

Abstract

TikTok is a social media company from China with the largest number of users in the United States. However, TikTok is considered a threat to the dominance of US companies and the security of the privacy of its users. Therefore, the United States seeks to acquire TikTok. The objective of this study is to explain the efforts of United States of America to acquire TikTok in Trump administration era in the year of 2020. This study uses descriptive method with primary and secondary data. The data analysis technique used is qualitative. The theory used in this study is hegemony theory by Antonio Gramsci, while the concept used in this study is economic nationalism by Serdar Dinc and Isil Erel. This research explains the efforts made by the United States to acquire TikTok to maintain US hegemony in the social media sector. The efforts made by the United States can be adapted to the theory of hegemony and the concept of economic nationalism. According to Dinc and Erel in an effort to acquire a company, The United States itself fulfills at least four methods in its efforts to acquire TikTok, namely: Public Interest through the use of national security reasons which are in the public interest, Moral Persuasion through support for domestic US companies conveyed through mass media, Playing for Time through Executive Order and Presidential Documents that provide a deadline for TikTok to sell its shares to US companies, and Creating National Champion through the formation of US companies capable of acquiring TikTok. The efforts of the United States are conducted through Executive Order No. 13942, which was passed by President Trump in 2020, has practically succeeded in forcing TikTok to sell its shares to a United States company. However, the acquiring process never got underway until the change of president and President Joe Biden's repeal of the Executive Order.

Keywords: *United States of America, TikTok, Acquire, Hegemony, Executive Order*

I. PENDAHULUAN

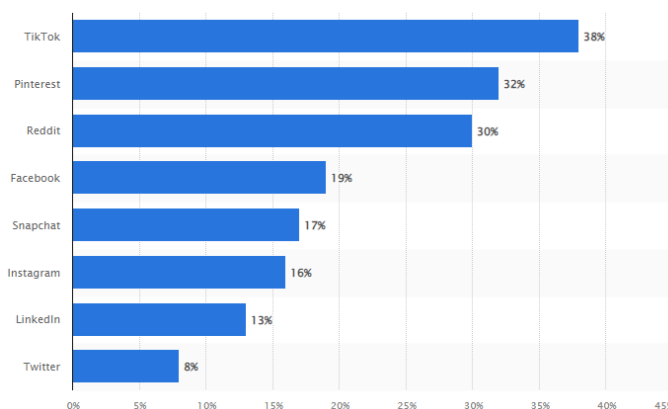
Penggunaan internet terus meningkat setiap tahunnya. Terhitung dari tahun 2005 pengguna internet yang berjumlah 1,1 miliar meningkat tajam hingga menjadi 3,9 miliar pengguna pada tahun 2019, dengan tingkat pertumbuhan 5% setiap tahunnya (Statista Research Department, 2022). Banyak perusahaan-perusahaan teknologi, khususnya yang berbasis di Amerika Serikat yang kemudian mengeksploitasi potensi dari sistem komunikasi global melalui berbagai macam sosial media yang terus bermunculan. Khususnya pada tahun 2020 perkembangan ekonomi dari komersialisasi sosial media berkembang dengan pesat. Perusahaan-perusahaan teknologi seperti Apple, Microsoft, Google, Amazon, dan Meta (Facebook) mendominasi sepuluh besar perusahaan paling bernilai (Barwise & Watkins, 2018). Perusahaan-perusahaan ini berkembang begitu pesat melalui layanan sosial media yang mereka sediakan. Sosial media Amerika Serikat seperti Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2006) dan Instagram (2010), merupakan sosial media terbesar di dunia.

Hal ini berakibat pada terciptanya dominasi perusahaan-perusahaan teknologi Silicon Valley dalam ekosistem digital, yang menghadirkan masalah dalam segi sosial, politik, dan ekonomi. Menurut Joanne E. Gray (Gray, 2021), akibat dari adanya dominasi dari sejumlah perusahaan-perusahaan Amerika Serikat ini menciptakan kondisi yang tidak demokratis dan anti-kompetisi pada kontrol sistem komunikasi, sosial, dan transaksi.

Namun ditengah-tengah dominasi perusahaan Amerika Serikat, pada tahun 2020 kita juga telah melihat kemunculan sosial media milik perusahaan Tiongkok mengalami peningkatan pengguna yang sangat signifikan. Sosial media TikTok milik perusahaan ByteDance merupakan sebuah sosial media yang digunakan sebagai platform berbagi video pendek telah mendominasi pasar aplikasi digital dengan menjadi sosial media yang paling banyak diunduh pada tahun 2020 (BBC, 2021), menggantikan Facebook yang telah menduduki peringkat pertama sosial media yang paling banyak diunduh dalam tiga tahun terakhir.

TikTok pertama kali diresmikan pada tahun 2017 pada pasar aplikasi Android dan iOS. Hingga tahun 2021, pertumbuhan pengguna TikTok sudah tersebar di lebih dari 150 negara dan tersedia dengan 75 bahasa di seluruh dunia dengan jumlah pengguna mencapai 756 juta jika dibandingkan dengan tahun 2020 sebanyak 500 juta pengguna (Feldkamp, 2021, pp. 73-85).

Grafik 1 Pertumbuhan Pengguna Sosial Media di Dunia 2019-2021



Sumber: Tech.co

Dari grafik diatas terlihat bahwa selama tahun 2019-2021 pertumbuhan pengguna TikTok mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan sosial media dari Amerika Serikat. Kondisi ini membuat perusahaan-perusahaan sosial media AS khawatir terhadap pertumbuhan besar-besaran pengguna TikTok. Pada tahun 2020 pemerintahan Trump terlibat dalam perang teknologi dengan Beijing (Sun, 2019, p. 197), akibat perbedaan ideologi dan kontestasi pengaruh geopolitik kedua negara dalam wilayah regional dan global. Amerika Serikat menganggap Tiongkok sebagai kompetitor utama dan berusaha untuk mencegah perkembangan industri teknologi Tiongkok.

TikTok kemudian dilihat sebagai ancaman terhadap Amerika Serikat akibat jumlah penggunaanya yang terus tumbuh dengan cepat. Tercatat pada tahun 2020 saja pengguna TikTok di Amerika Serikat mencapai 65,9 juta pengguna. Menanggapi meningkatnya pengaruh TikTok di pasar sosial media dan ancaman keamanan siber, menyebabkan Amerika Serikat berupaya untuk mengakuisisi TikTok untuk mempertahankan hegemoninya di pasar sosial

media global. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana upaya Amerika Serikat mengakuisisi TikTok pada tahun 2020.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan data primer dan sekunder yang dikumpulkan dengan teknik studi literatur. Data-data tersebut berasal dari dokumen pemerintah, buku, jurnal, skripsi, dan juga internet yang berhubungan dengan upaya Amerika Serikat melakukan akuisisi terhadap TikTok. Data yang didapatkan kemudian di analisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif yang nantinya kemudian menunjukkan apakah data tersebut dapat digunakan atau tidak.

Artikel ini menggunakan teori hegemoni dan konsep nasionalisme ekonomi untuk menganalisis permasalahan yang diangkat. Pertama, teori hegemoni digunakan untuk menjelaskan posisi Amerika Serikat dalam struktur ekonomi politik global khususnya dalam ruang siber global. Hegemoni sendiri berasal dari bahasa Yunani 'eugemonia' yang berarti penguasaan satu bangsa atas bangsa lainnya. Namun berbeda dari makna aslinya, hegemoni menurut pengertian Gramsci adalah sebuah organisasi konsensus dimana ketertundukan diperoleh melalui penguasaan ideologi dari kelas yang menghegemoni (Siswati, 2017).

Tujuan dari hegemoni bukan membentuk dominasi menggunakan kekuasaan, melainkan membentuk suatu konsensus atau persetujuan melalui kepemimpinan politik dan ideologis. Menurut Robert W. Cox (Bakry, 2016) pemikiran Gramsci juga dapat digunakan sebagai alat analisis struktur ekonomi politik global.

Hal ini dapat dilihat melalui berbagai aspek, yaitu; Pertama, teknologi Amerika Serikat sangat maju, khususnya dalam sosial media. Hal ini bisa dilihat melalui kemunculan sosial media seperti Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2006) dan Instagram (2010), yang mendahului kemunculan sosial media non-AS seperti TikTok (2017).

Kedua, ekonomi. Hingga saat ini sosial media Amerika Serikat masih merupakan sosial media dengan pendapatan tertinggi. Total pada tahun 2021 lalu platform sosial media Amerika Serikat mendapatkan keuntungan lebih dari US\$ 100 miliar jika dilihat hanya melalui rata-rata pendapatan per pengguna, tentu saja jika menghitung pendapatan dengan cara lain nilai ini akan terus bertambah. Perusahaan-perusahaan teknologi Amerika Serikat seperti Apple, Microsoft, Google, Amazon, dan Meta (Facebook) mendominasi sepuluh besar perusahaan paling bernilai. Akibatnya, perusahaan-perusahaan ini memiliki kekuasaan yang sangat besar terhadap kebijakan sosial media global (Barwise & Watkins, 2018). Sedangkan satu-satunya sosial media luar Amerika Serikat yang masuk dalam 10 besar sosial media dengan pendapatan lebih dari US\$ 30 miliar adalah TikTok.

Ada tiga tingkatan hegemoni yang dikemukakan oleh Gramsci, yaitu;

1. Pertama, hegemoni total, keadaan dimana masyarakat menunjukkan kesatuan moral dan intelektual yang kokoh.
2. Kedua, hegemoni merosot, yaitu jenis hegemoni yang mulai menurun.
3. Ketiga, hegemoni minimum, dimana tidak adanya lagi kesatuan moral dan intelektual.

Diketahui hegemoni Amerika Serikat dapat dilihat dari pengaruhnya dalam meregulasi sosial media. Upaya Amerika Serikat dapat dianggap hegemoni total, apabila upaya Amerika Serikat menggunakan dominasi dan kepemimpinan moral yang kokoh. Sedangkan upaya

Amerika Serikat dapat dianggap hegemoni merosot, apabila upaya dominasi dan kepemimpinan moral semakin melemah.

Kedua, konsep nasionalisme ekonomi yang berfokus pada upaya akuisisi digunakan untuk menggambarkan upaya Amerika Serikat membangun hegemoni di pasar siber domestik dan global.

Nasionalisme ekonomi dapat didefinisikan sebagai segala kebijakan negara yang dapat mengakibatkan hubungan ekonomi antara penduduk suatu negara dengan orang-orang yang tinggal di luar batas negaranya lebih sulit jika dibandingkan dengan hubungan ekonomi antar penduduk negara tersebut (Heilperin, 2010, p. 24). Secara lebih sederhana nasionalisme ekonomi dapat digambarkan sebagai usaha melakukan penyekatan ekonomi suatu negara, namun tidak sampai mengisolasi dari seluruh dunia.

Tujuan dari nasionalisme ekonomi adalah menciptakan perkembangan ekonomi yang lebih "otonom" dibandingkan dengan internasionalisme ekonomi (Heilperin, 2010, p. 27). Meskipun kebijakan yang diterapkan bukan digunakan sebagai wahana mencapai swasembada, kebijakan ini tetap dapat digunakan dengan maksud demikian. Tujuan ini dapat dicapai dengan cara militer maupun cara non-militer. Salah satu cara non-militer yang dapat digunakan dalam nasionalisme ekonomi adalah nasionalisme produk luar negeri dengan cara akuisisi.

Akuisisi merupakan salah satu cara perusahaan mengambil alih kepemilikan suatu perusahaan lain dengan cara membeli saham atau aset tanpa menghilangkan nama dari perusahaan tersebut. Nasionalisme ekonomi dalam akuisisi dapat digunakan suatu negara untuk melindungi perusahaan nasional dari akuisisi negara lain maupun dukungan terhadap perusahaan domestik untuk mengakuisisi perusahaan asing.

Menurut Dinc dan Erel (2013, pp. 2476-2477) ada beberapa metode yang umumnya digunakan suatu negara dalam menjalankan nasionalisme ekonomi dalam akuisisi. Metode pertama adalah aturan-aturan *Prudential* bagi perusahaan keuangan. Kedua, melindungi kepentingan publik, di mana suatu negara dapat menolak atau mendukung suatu akuisisi dengan alasan melindungi kepentingan publik. Ketiga, memberikan dorongan moral, umumnya digunakan suatu negara ketika akuisisi masih berada pada tahap rumor dengan cara menyatakan dukungan maupun penolakan terhadap suatu proses akuisisi. Keempat, *Golden Shares* atau hak veto pemerintahan domestik dalam pengambilan keputusan akuisisi. Kelima, bermain dengan waktu, umumnya akuisisi dilaksanakan dalam batas tertentu sehingga negara dapat mempercepat maupun menghambat suatu usaha akuisisi melalui kebijakan-kebijakannya. Keenam, memberikan dukungan finansial terhadap perusahaan domestik. Ketujuh, menemukan "*White Knight*" berupa perusahaan domestik dengan harapan menjadikan mereka partner yang lebih bersahabat. Kedelapan, membentuk "*national champion*" atau perusahaan nasional terbesar yang diharapkan dapat mengakuisisi atau menggagalkan suatu akuisisi. Dalam penelitian ini Amerika Serikat berupaya mengakuisisi TikTok dengan berbagai metode, khususnya metode kedua, ketiga, kelima, dan kedelapan.

III. PEMBAHASAN DAN HASIL

Ekspansi TikTok di pasar sosial media Amerika Serikat sejak tahun 2018 membuat perusahaan ini menjadi sebuah perusahaan yang sangat bernilai dalam segi ekonomi. Namun perkembangan TikTok menghadapi tantangan ketika pemerintah Trump memberlakukan *Executive Order* No. 13942 yang berisi pelarangan terhadap penggunaan TikTok di Amerika Serikat, kecuali TikTok diakuisisi oleh perusahaan Amerika Serikat.

A. Pasar TikTok di Amerika Serikat

TikTok pertama kali diluncurkan pada tahun 2017, satu tahun setelah versi Tiongkok dengan nama Douyin diluncurkan pada tahun 2016. Pada tahun 2017, perusahaan induk TikTok, ByteDance juga mengakuisisi Musical.ly aplikasi *lip-syncing* yang berpusat di Shanghai, Tiongkok dengan jumlah pengguna mencapai 130 juta dan pengguna aktif bulanan sekitar 40 juta pada akhir tahun 2016. Pada tahun 2017 sampai 1 Agustus 2018, Musical.ly dan TikTok masih merupakan dua aplikasi berbeda, hingga pada 2 Agustus 2018, ByteDance mengumumkan bahwa kedua aplikasi tersebut akan disatukan. Seluruh akun dan konten pengguna Musical.ly diimigrasikan secara otomatis ke dalam TikTok, menjadikan transisi sekitar 130 juta akun pengguna berlangsung dengan lancar. Merger ini kemudian berimbas pada meningkatnya jumlah unduhan aplikasi TikTok, menjadikannya aplikasi dengan jumlah unduhan paling banyak kedua di dunia, baik dalam sistem operasi iOS maupun Android dengan lebih dari 165 juta kali.

Sementara itu di Amerika Serikat, setelah proses merger dengan Muscal.ly yang memang memiliki populasi pengguna terbesar di Amerika Serikat, TikTok mengalami peningkatan pengguna dari kurang lebih 11 juta pada tahun 2018 meningkat hingga 27 juta pada tahun 2019. Pada tahun 2020, TikTok mengungkapkan dalam laporannya bahwa jumlah pengguna aktif bulanan aplikasi ini telah meningkat sebanyak 800% jika dibandingkan dengan tahun 2018. Tercatat pada Juni 2020, jumlah total pengguna aktif bulanan TikTok mencapai 91 juta pengguna. TikTok juga menyampaikan dalam laporannya bahwa setiap harinya setidaknya ada 50 juta pengguna aktif di Amerika Serikat saja.

Dengan pertumbuhan pengguna yang begitu pesat, menjadikan TikTok sebagai model bisnis yang dapat digunakan oleh suatu negara untuk mendapatkan keuntungan ekonomi. Tiongkok sebagai *home country* dari TikTok merupakan negara dengan ekonomi terbesar kedua di dunia dan memiliki aspirasi yang tinggi untuk menjadi negara ekonomi terbesar di dunia. Oleh karena itu, TikTok menjadi bagian yang sangat penting bagi Tiongkok. Pada tahun 2019, TikTok mencapai pendapatan hingga 176,9 juta US\$ (mengecualikan pendapatan dari iOS Chinese) dan 247,6 juta US\$ pendapatan total (Iqbal, 2022). Pendapatan TikTok terus meningkat, bahkan pada tahun 2020 di pasar Amerika Serikat saja pendapatan TikTok diperkirakan sekitar 500 juta US\$ (Zhang & Dotan, 2020).

B. Isu-isu Keamanan TikTok di Amerika Serikat

Pada November tahun 2019 *Committee on Foreign Investment in the United State* (CFIUS) melakukan investigasi terhadap ByteDance (Roumeliotis et al, 2019). Investigasi ini merupakan perkembangan dari kekhawatiran Amerika Serikat terhadap pencurian data warga negaranya. Dalam laporan yang dibuat oleh anggota kongres Amerika Serikat, Senator Marco Rubio, kepada CFIUS menuduh TikTok melakukan penghapusan konten yang tidak sesuai dengan pandangan pemerintah Tiongkok dan Partai Komunis. Isu-isu mengenai pengumpulan data pengguna bukan merupakan isu yang spesifik ditujukan hanya kepada TikTok. Sosial media Amerika Serikat seperti Facebook, Instagram, Youtube dan Twitter juga melakukan eksploitasi dari pengumpulan data pengguna mereka (Gray, 2021).

Sementara itu di Amerika Serikat, setelah proses merger dengan Muscal.ly yang memang memiliki populasi pengguna terbesar di Amerika Serikat, TikTok mengalami peningkatan pengguna dari kurang lebih 11 juta pada tahun 2018 meningkat hingga 27 juta pada tahun 2019. Pada tahun 2020, TikTok mengungkapkan dalam laporannya bahwa jumlah pengguna aktif bulanan aplikasi ini telah meningkat sebanyak 800% jika dibandingkan dengan

tahun 2018. Tercatat pada Juni 2020, jumlah total pengguna aktif bulanan TikTok mencapai 91 juta pengguna. TikTok juga menyampaikan dalam laporannya bahwa setiap harinya setidaknya ada 50 juta pengguna aktif di Amerika Serikat saja.

CFIUS melakukan investigasi terhadap akuisisi ByteDance terhadap Musical.ly, yang kemudian disatukan dengan TikTok. Investigasi ini akibat kekhawatiran Amerika Serikat terhadap sensor-sensor politik dan pengumpulan data pengguna. Akibat dari investigasi ini, sejak Desember 2019 TikTok telah mengeluarkan laporan mengenai kumpulan data pengguna yang mereka kumpulkan kepada publik. Dalam laporan pada tahun 2019 dan 2020, TikTok tidak pernah menerima permintaan apa pun dari pemerintah Tiongkok dan mayoritas permintaan informasi pengguna pada rentang waktu 1 Juli 2019 hingga 31 Desember 2020 merupakan permintaan yang dibuat oleh India dan Amerika Serikat (TikTok, 2020).

Lebih jauh pada hasil investigasi badan intelijen Amerika Serikat, *Central Intelligence Agency* (CIA), menyatakan bahwa meskipun ada kemungkinan bahwa pemerintah Tiongkok bisa saja mengambil data TikTok, tidak ada bukti bahwa hal ini telah terjadi (Sanger & Barnes, 2020). Oleh karena itu, kekhawatiran Amerika Serikat terhadap data pengguna TikTok dapat jatuh ke tangan Tiongkok masih berupa dugaan sementara. Kekhawatiran ini terjadi karena perusahaan induk TikTok, ByteDance merupakan perusahaan Tiongkok, menjadikannya subjek dari peraturan keamanan siber Tiongkok. Dalam peraturan keamanan siber Tiongkok, perusahaan-perusahaan memiliki kewajiban untuk membantu pemerintah menginvestigasi ancaman ideologi dan politik terhadap negara. Oleh karena itu, keadaan ini dilihat Trump sebagai ancaman terhadap Amerika Serikat yang merupakan kompetitor Tiongkok dalam perang teknologi (Sun, 2019).

Pada 5 Agustus 2020, Mike Pompeo selaku Menteri Luar Negeri Amerika Serikat kala itu mengeluarkan regulasi "*Clean Network*" atau Jaringan Bersih dengan alasan menjaga keamanan aset-aset nasional, termasuk informasi pribadi warga dan perusahaan dari ancaman asing, khususnya Partai Komunis Cina. Kebijakan Jaringan Bersih ini sendiri dalam laman resmi kementerian luar negeri Amerika Serikat yang sudah diarsipkan dibagi menjadi 6 sektor utama, yaitu: *Clean Carrier*, *Clean Store*, *Clean Apps*, *Clean Cloud*, *Clean Cable*, dan *Clean Path* (U.S. Department of State, 2019). Kebijakan ini kemudian diikuti dengan *Executive Order* No. 13942 yang dikeluarkan pada 6 Agustus 2020 oleh Presiden Trump untuk melarang penggunaan TikTok di Amerika Serikat kecuali mereka menjual mayoritas sahamnya kepada perusahaan Amerika Serikat, dan kemudian diikuti dengan upaya-upaya lainnya. Upaya-upaya inilah yang kemudian akan di analisa pada bagian selanjutnya menggunakan teori hegemoni dan konsep nasionalisme ekonomi.

C. Upaya Pemerintah Amerika Serikat Mengakuisisi TikTok

Amerika Serikat berupaya untuk mengakuisisi TikTok karena adanya potensi ekonomi yang sangat besar dari platform sosial media tersebut, berbeda dengan WeChat yang hanya mengalami pelarangan meskipun keduanya dicurigai sebagai ancaman keamanan nasional. Upaya Amerika Serikat untuk mengakuisisi TikTok dapat kita analisa melalui dua hal, yaitu upaya Amerika Serikat untuk membangun konsensus masyarakat internasional terhadap bahaya TikTok, dan upaya Amerika Serikat untuk mengendalikan mode produksi ekonomi TikTok.

1. Upaya Amerika Serikat Membangun Konsensus

Sejak kemunculannya sebagai platform sosial media berbagi video pendek, TikTok telah mendapatkan berbagai kritik dari beberapa pemerintah di seluruh dunia yang berakhir dengan

beberapa negara melakukan pelarangan terhadap aplikasi ini. Kritik yang diterima oleh TikTok kebanyakan terjadi karena asalnya yang berasal dari Tiongkok (Gray, 2021). Perusahaan-perusahaan internet Tiongkok dipandang oleh masyarakat internasional berada di bawah pengawasan yang ketat oleh pemerintah, oleh karena itu sangat mungkin bagi perusahaan-perusahaan ini untuk memberikan data penggunanya kepada pemerintah sehingga menjadi ancaman bagi keamanan nasional dan privasi pengguna.

Keadaan ini kemudian dimanfaatkan Amerika Serikat untuk membentuk konsensus di dalam masyarakat internasional terhadap ancaman dari TikTok sebagai sebuah platform sosial media yang berbasis di Tiongkok. Setidaknya ada 3 pihak yang telah menyatakan kekhawatirannya terhadap TikTok, yaitu:

a. India

Pada Juni 2020, pemerintah India melakukan pelarangan terhadap 59 aplikasi perangkat lunak Tiongkok (Miao, Huang, & Huang, 2021). Salah satu aplikasi yang termasuk dalam pelarangan ini adalah TikTok. Pelarangan ini terjadi karena kekhawatiran pemerintah India terhadap ancaman keamanan data lokal pengguna serta ancaman terhadap keamanan nasional dan kedaulatan India. Pelarangan ini terjadi pasca kejadian konfrontasi di perbatasan India dan Tiongkok pada awal Juni 2020. Konfrontasi di perbatasan terjadi akibat adanya aksi dari Tiongkok yang mengerahkan ribuan pasukan dan senjata artileri, serta membangun infrastruktur di wilayah sengketa Ladakh. Akibat konfrontasi ini, muncul sentimen anti-Tiongkok di India. Oleh karena itu masyarakat India menolak produk-produk dari Tiongkok (Anand, 2020).

Pelarangan ini kemudian dimanfaatkan oleh pemerintah dan media massa Amerika Serikat untuk membentuk konsensus mengenai ancaman TikTok. Dalam penelitian Miao (2021), yang berjudul *More than business: The de-politicisation and re-politicisation of TikTok in the media discourses of China, America and India* menemukan bahwa setidaknya pada tahun 2020 ada 61,9% peningkatan dalam pemberitaan TikTok dalam dikursus politik, khususnya mengenai hubungannya dengan pemerintah Tiongkok, jika dibandingkan dengan tahun 2019. Sementara itu pemberitaan TikTok dalam dikursus bisnis justru mengalami penurunan dari 36,15% pada 2019, menjadi 23,18% pada 2020. Jumlah berita mengenai TikTok juga meningkat dari 130 artikel berita pada 2019 menjadi 233 pada 2020. Hal ini menunjukkan adanya upaya pembentukan konsensus mengenai TikTok yang awalnya didominasi oleh dikursus bisnis, menjadi dikursus politik pasca pelarangan TikTok oleh India.

b. Uni Eropa

Pada 10 Juni 2020, *European Data Protection Board* (EDPB) menyatakan bahwa mereka akan membentuk tim khusus untuk melakukan investigasi terhadap aktivitas TikTok di seluruh negara anggota *European Union* (EU) setelah Belanda melakukan investigasi terhadap TikTok mengenai kebijakan perusahaan dalam perlindungan data anak di bawah umur (Rubab, 2020).

Investigasi ini dilakukan pasca adanya laporan oleh anggota parlemen EU Moritz Korner melalui suratnya pada November 2019. Dalam surat itu Korner menyampaikan kekhawatirannya mengenai risiko keamanan TikTok. Korner menyampaikan bahwa TikTok telah didenda oleh Amerika Serikat pada tahun 2019 sebesar 5,7 juta US\$ akibat pengumpulan data anak di bawah umur secara ilegal. Selanjutnya Korner menanyakan apakah European Commission telah berhubungan dengan EDPB mengenai ancaman keamanan TikTok pasca investigasi Amerika Serikat terhadap ByteDance pada tahun 2017 mengenai akuisisi Musical.ly (Rubab, 2020).

Meskipun demikian, Moritz Korner menyatakan bahwa TikTok tidak akan dilarang di Uni Eropa selama mengikuti aturan yang berlaku. Hal ini menyebabkan Amerika Serikat melobi Uni Eropa untuk melakukan pelarangan kepada aplikasi-aplikasi dari Tiongkok, termasuk TikTok. Pada 31 Mei 2019, Menteri Luar Negeri Amerika Serikat Mike Pompeo menyampaikan kepada Kanselir Jerman, Angela Merkel untuk segera mengambil tindakan terhadap jaringan informasi Tiongkok. Amerika Serikat bahkan mengancam akan memutus pembagian data dengan Eropa jika mereka masih menolak untuk memutus hubungan dengan perusahaan Tiongkok (Brunnstrom, 2019).

c. Australia dan Selandia Baru

Pada 2 Agustus 2020, pemerintah Australia melalui Perdana Menteri Scott Morrison menyatakan bahwa pihaknya telah mengadakan dua investigasi terhadap TikTok untuk mengetahui ancaman keamanan yang disebabkan oleh TikTok. Investigasi ini dilaksanakan setelah TikTok dilarang oleh Amerika Serikat. Pada saat yang sama Kementerian Dalam Negeri Australia juga membahas mengenai langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk mencegah risiko keamanan dan privasi pengguna.

Pada 4 Agustus 2020, anggota parlemen Selandia Baru telah mendapatkan himbuan oleh tim keamanan siber Selandia Baru untuk menghapus aplikasi sosial media TikTok dari perangkat mereka. Dalam himbuan tersebut tim keamanan siber menyampaikan bahwa TikTok memiliki risiko tinggi mengenai keamanan dan privasi pengguna.

Meskipun kedua negara mengambil langkah-langkah pencegahan terhadap risiko keamanan yang ditimbulkan oleh TikTok, kedua negara masih belum memutuskan untuk melarang penggunaan TikTok di negaranya. Melalui Menteri Perbendaharaannya, Josh Frydenberg, pemerintah Australia menyatakan bahwa mereka akan mendiskusikan isu-isu mengenai ancaman keamanan TikTok dengan *Five Eyes Intelligence Alliance*, yang beranggotakan Australia, Selandia Baru, Kanada, Inggris, dan Amerika Serikat (Daoud, 2020)

Dalam membangun konsensus, Amerika Serikat menggunakan beberapa metode. Pertama, Amerika Serikat dalam upayanya membangun konsensus dengan India memanfaatkan media massa sebagai media penyebaran informasi mengenai hubungan TikTok dengan pemerintah Tiongkok. Kedua, Amerika Serikat dalam upayanya membangun konsensus dengan Uni Eropa menggunakan lobi dan ancaman pemutusan pembagian data jika Uni Eropa masih enggan memutus hubungan dengan TikTok. Sedangkan dengan Australia dan Selandia Baru, Amerika Serikat memanfaatkan keanggotaannya dalam *Five Eyes Intelligence Alliance* untuk membangun konsensus.

Oleh karena itu, upaya Amerika Serikat dapat dinilai sebagai hegemoni merosot karena dalam upayanya membangun konsensus tidak diikuti oleh Uni Eropa dan Australia serta Selandia Baru. Menunjukkan semakin melemahnya dominasi dan kepemimpinan Amerika Serikat.

2. Upaya Amerika Serikat Mengendalikan Mode Produksi

Selain melalui upaya-upaya membangun konsensus dalam masyarakat internasional, Amerika Serikat juga melakukan langkah-langkah untuk mengendalikan mode produksi, khususnya dengan berupaya melakukan akuisisi terhadap TikTok. Menurut Dinc dan Erel (2013, pp. 2476-2477) ada beberapa metode yang umumnya digunakan suatu negara dalam upaya melakukan akuisisi. Dalam upaya yang dilakukan oleh Amerika Serikat setidaknya ada 4 metode yang telah dilakukan oleh Amerika Serikat, yaitu:

a. Public Interest

Suatu negara dapat menggunakan alasan melindungi kepentingan publik untuk mendukung ataupun menolak upaya akuisisi, namun kepentingan publik tersebut harus

merupakan kepentingan publik yang telah diakui oleh negara bersangkutan. Oleh karena itu, Amerika Serikat menggunakan alasan kepentingan publik dalam mendorong upayanya untuk mengakuisisi TikTok.

Kepentingan publik yang kemudian dijadikan alasan oleh Amerika Serikat untuk mendesak TikTok agar menjual perusahaannya ke perusahaan Amerika Serikat adalah ancaman TikTok terhadap keamanan nasional, khususnya mengenai perlindungan terhadap data-data pengguna Amerika Serikat yang bisa diambil oleh pemerintah Tiongkok guna mengakses informasi-informasi pribadi pengguna yang kemudian akan digunakan untuk keperluan pemerasan, spionase, dan kampanye-kampaye disinformasi yang disebar oleh Partai Komunis Cina (Hochen, 2021).

Kepentingan publik tersebut diperkuat dalam *Executive Order* No. 13942 yang dikeluarkan pada 6 Agustus 2020 oleh Presiden Trump *menggunakan International Emergency Economic Powers Act* (IEEPA) sebagai landasan yuridis. Akta tersebut memberikan kekuasaan kepada Presiden Amerika Serikat untuk mengatasi ancaman tidak biasa terhadap keamanan nasional dan ekonomi Amerika Serikat, setelah menyatakan bahwa ancaman tersebut merupakan ancaman darurat. *Executive Order* tersebut memberikan dua perlindungan, yaitu perlindungan pengumpulan data pengguna dan penyebaran disinformasi.

Menggunakan kedua alasan tersebut, Amerika Serikat berupaya untuk memanfaatkan gagasan perlindungan terhadap kepentingan publik tidak hanya untuk memberikan tekanan terhadap TikTok untuk menjual perusahaannya, namun juga digunakan Amerika Serikat untuk memungkinkan mereka melakukan pelarangan terhadap TikTok tanpa mengalami sanksi dari *World Trade Organization* (WTO). Meskipun produk sosial media tidak disebutkan secara jelas dalam *General Agreement on Trade in Services* (GATS), aplikasi-aplikasi digital tersebut umumnya dimasukkan dalam kategori "*new services or digital services*". Oleh karena itu dalam GATS, pelarangan TikTok di Amerika Serikat bisa saja dikenai sanksi jika panel WTO menyatakan dalam persidangan bahwa TikTok termasuk dalam "*new services or digital services*".

Untuk mengatasi potensi sanksi dari WTO, Amerika Serikat menggunakan alasan melindungi kepentingan nasional. Berdasarkan Artikel XXI *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT), terdapat tiga situasi yang membolehkan suatu negara anggota WTO untuk melepaskan diri dari kewajiban perjanjian dagang dengan alasan menjaga keamanan nasional. Hal ini juga yang kemudian membuat WTO tidak terlibat dalam pelarangan Amerika Serikat terhadap TikTok.

b. Moral Persuasion

Memberikan dorongan moral sangat sering dijumpai ketika suatu negara berusaha untuk menghentikan atau memulai suatu rumor akuisisi dengan cara menyampaikan penolakan atau dukungan terhadap akuisisi tersebut. Dalam upaya Amerika Serikat mengakuisisi TikTok, meskipun dorongan moral tidak memiliki dampak langsung dalam proses akuisisi, namun dorongan moral dapat digunakan sebagai ancaman terhadap perusahaan asing bahwa mereka akan berurusan dengan pemerintah domestik jika menolak akuisisi.

Dalam memberikan dorongan moral terhadap perusahaan domestik Amerika Serikat, pemerintahan Trump memanfaatkan media massa dalam menyampaikan dukungannya melalui *speech act* terhadap upaya akuisisi TikTok oleh perusahaan domestik. Dalam penelitian Miao (2021), yang berjudul *More than business: The de-politicisation and re-politicisation of TikTok in the media discourses of China, America and India* pemberitaan mengenai TikTok pada media massa Amerika Serikat mengalami peningkatan yang sangat signifikan dalam dikursus politik.

c. *Playing for Time*

Dalam proses Akuisisi, diperlukan waktu untuk pihak-pihak yang terlibat untuk mencapai persetujuan. Oleh karena itu, pemerintah suatu negara umumnya menggunakan metode 'Playing for Time' guna memberikan waktu untuk mencari cara menggagalkan akuisisi atau memberikan tekanan terhadap perusahaan asing agar proses akuisisi berlangsung dengan cepat. Pada 6 Agustus 2020, melalui *Executive Order* No. 13942, Presiden Trump memberikan waktu 45 hari untuk TikTok menyelesaikan seluruh proses akuisisi jika tetap ingin beroperasi di Amerika Serikat (Trump, 2020).

Kemudian pada 14 Agustus 2020, melalui *Presidential Document*, Presiden Trump menyatakan bahwa ByteDance dilarang beroperasi di Amerika Serikat. Presiden Trump juga memberikan waktu 90 hari untuk ByteDance melepaskan semua investasinya di Amerika Serikat. Kemudian ByteDance diberikan waktu tambahan hingga 30 hari (Trump, 2020). Secara total ByteDance dan TikTok hanya memiliki waktu 120 hari untuk menemukan calon pembeli dan menyelesaikan proses akuisisi jika TikTok masih ingin beroperasi di Amerika Serikat.

Melalui jangka waktu ini, pemerintah Amerika Serikat membatasi TikTok dan ByteDance untuk membangun negosiasi yang lebih menguntungkan bagi mereka. Selain itu perusahaan Amerika Serikat ditempatkan dalam posisi yang menguntungkan mengingat pasca pelarangan TikTok di India, Amerika Serikat merupakan pasar terbesar TikTok dengan jumlah pengguna bulanan terbesar.

d. *Creating National Champion*

National Champion merupakan perusahaan domestik yang sangat besar sehingga dapat dengan mudah mengakuisisi atau menggagalkan proses akuisisi. Dalam membentuk National Champion, pemerintah umumnya mendorong merger dua atau lebih perusahaan domestik. Namun dalam upayanya Amerika Serikat tidak mendorong perusahaan domestik melakukan merger untuk membentuk satu perusahaan besar, pemerintah Amerika Serikat justru mendorong perusahaan-perusahaan yang ada di Amerika Serikat untuk menjadi National Champion. Hal ini terjadi karena pada dasarnya perusahaan teknologi Amerika Serikat merupakan perusahaan-perusahaan dengan nilai ekonomi terbesar di dunia (Barwise & Watkins, 2018).

Oleh karena itu, dalam upayanya membentuk National Champion pemerintah Amerika Serikat melakukan dukungan terhadap perusahaan apapun yang ingin mengakuisisi TikTok. Perusahaan pertama yang didukung oleh Amerika Serikat adalah Microsoft. Microsoft sudah menyatakan ketertarikannya untuk mengakuisisi TikTok sejak 2 Agustus 2020, bahkan sebelum aplikasi tersebut dilarang di Amerika Serikat. Lebih jauh, Microsoft tidak hanya tertarik untuk mengakuisisi TikTok Amerika Serikat melainkan juga TikTok yang beroperasi di Australia, Selandia Baru, dan Kanada. Namun, pasca *Presidential Document* yang mengharuskan ByteDance untuk melepas seluruh investasinya di Amerika Serikat. Melalui pernyataan dari Microsoft pada 14 September 2020, ByteDance tidak akan menjual TikTok Amerika Serikat kepada Microsoft.

Perusahaan lain yang tertarik untuk mengakuisisi TikTok adalah Oracle. Oracle merupakan perusahaan teknologi multinasional yang berkantor pusat di Austin, Texas. Pada 18 Agustus 2020, Oracle untuk pertama kalinya melakukan komunikasi dengan ByteDance mengenai akuisisi TikTok. Pada 19 September 2020 melalui siaran pers dari laman resmi Oracle yang berisi mengenai kesepakatan sementara antara Oracle, Walmart, dan pemerintah Amerika Serikat mengenai akuisisi 20% saham TikTok, dan kemudian perubahan nama menjadi TikTok Global (Oracle, 2020).

Melalui kesepakatan sementara ini, TikTok Global akan menjadi perusahaan yang bertanggung jawab terhadap seluruh layanan TikTok di Amerika Serikat. Selain itu, Oracle juga

akan menjadi penyedia layanan cloud untuk menyimpan data pengguna Amerika Serikat, demi mengatasi kekhawatiran pemerintah Amerika Serikat terhadap kebocoran data pengguna ke Tiongkok. TikTok Global akan dimiliki oleh mayoritas investor Amerika Serikat, termasuk Oracle dan Walmart (Oracle, 2020). Oleh karena itu, TikTok Global akan menjadi perusahaan Amerika yang independen dengan kantor pusat di Amerika Serikat.

IV. PEMBAHASAN DAN HASIL

Dalam mencapai tujuannya untuk mengakuisisi TikTok, Amerika Serikat kemudian melakukan beberapa upaya. Upaya-upaya tersebut kemudian dapat dibagi menjadi upaya Amerika Serikat untuk membangun konsensus dengan negara lain dan upaya Amerika Serikat untuk mengendalikan mode produksi.

Upaya Amerika Serikat untuk membangun konsensus dengan negara lain khususnya dengan India, Uni Eropa, dan Australia serta Selandia Baru dilakukan untuk memberikan tekanan terhadap TikTok. Sedangkan upaya Amerika Serikat untuk mengedalikan mode produksi dilakukan dengan memberikan bantuan kepada perusahaan domestik Amerika Serikat untuk mengakuisisi TikTok. Bantuan yang diberikan Amerika Serikat berupa *Executive Order* No. 13942, kebijakan *Clean Network*, dan *Presidential Document*.

Upaya-upaya yang dilakukan oleh Amerika Serikat secara praktis telah mampu memaksa TikTok untuk sepatat menjual mayoritas saham operasinya di Amerika Serikat. Namun, kesepakatan ini kemudian tidak terlaksana akibat pergantian presiden, pasca naiknya Joe Biden sebagai Presiden Amerika Serikat. Lebih jauh, Presiden Biden mencabut *Executive Order* No. 13942 dan *Presidential Document* yang melarang TikTok beroperasi di Amerika Serikat melalui *Executive Order* No. 14034.

V. REFERENSI

- Anand, Shefali. 2020. India's China Border Face-Off Fuels a Wallet War. [online] US News & World Report. Available at: <https://www.usnews.com/news/best-countries/articles/2020-06-29/rising-anti-china-sentiment-in-india-targets-consumer-products>.
- Bakry, U.S., 2016. Metode Penelitian Hubungan Internasional. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 14.
- Barwise, P. and Watkins, L., 2018. The evolution of digital dominance. Digital dominance: the power of Google, Amazon, Facebook, and Apple. pp.21-49.
- Brunnstrom, D. 2019. Pompeo tells Germany: Use Huawei and lose access to our data. Reuters. Thomson Reuters. Available at: <https://www.reuters.com/article/us-usa-germany-idUSKCN1T10HH> (Accessed: December 8, 2022).
- Daoud, E. 2020. TikTok security to be questioned in Australia as US 'looks at' banning app. [online] 7NEWS. Available at: <https://7news.com.au/technology/tiktok-security-to-be-questioned-in-australia-as-us-looks-at-banning-app-c-1152377> [Accessed 26 Dec. 2022].
- Feldkamp, J., 2021. The Rise of TikTok: The Evolution of a Social Media Platform During COVID-19. Dalam Christian Hovestadt et al. (Ed). Digital Responses to Covid-19: Digital Innovation, Transformation, and Entrepreneurship During Pandemic Outbreaks, pp.73-85.
- Gray, J., 2021. The Gopolitics of 'Platforms': The TikTok Challenge. Internet Policy Review. Tersedia di: <https://eprints.qut.edu.au/210269/>
- Heilperin, M.A., 2010. Studies in Economic Nationalism (No. 35). Ludwig von Mises Institute.

- Hochen, R., 2021. When Your Apps Threaten National Security-A Review of the Tiktok and Wechat Bans and Government Actions under IEEPA and FIRRMA. *Brook. J. Corp. Fin. & Com. L.*, 16, p.193.
- Miao, W., Huang, D. and Huang, Y., 2021. More than business: The de-politicisation and re-politicisation of TikTok in the media discourses of China, America and India (2017–2020). *Media International Australia*, p.1329878X211013919.
- Sanger, D.E. and Barnes, J.E. 2020. Is tiktok more of a parenting problem than a security threat?. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2020/08/07/us/politics/tiktok-security-threat.html> (Accessed: December 8, 2022).
- Serdar Dinc, I. and Erel, I., 2013. Economic Nationalism in Mergers and Acquisitions. *The Journal of Finance*, 68(6), pp.2471-2514.
- Siswati, E., 2017. Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 5(1), pp.11-33.
- Statista Research Department, 2022. Number of internet users worldwide from 2005 to 2021 | Statista. [online] Statista. Tersedia di: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
- Sun, H., 2019. US-China Tech War: Impacts and Prospects. *China Quarterly of International Strategic Studies*, 5(02), pp.197-21
- Trump, D. 2020. Executive Order on Addressing the Threat Posed by TikTok. The White House. <https://trumpwhitehouse.archives.gov/presidential-actions/executive-order-addressing-threat-posed-tiktok/>
- Trump, D. 2020. Order Regarding the Acquisition of Musical.ly by ByteDance Ltd. The White House. <https://trumpwhitehouse.archives.gov/presidential-actions/order-regarding-acquisition-musical-ly-bytedance-ltd/>
- United States Department of State. (n.d.). The Clean Network. [online] Tersedia di: <https://2017-2021.state.gov/the-cleannetwork/index.html> [Accessed 12 Dec. 2021].