

DIPLOMASI PUBLIK TESLA DALAM PENERAPAN ESG PASCASKANDAL TAMBANG KOBALT DI REPUBLIK DEMOKRATIK KONGO

Rani Dian Iswari¹

¹Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Gadjah Mada

¹ranidianiswari@mail.ugm.ac.id

Abstract

This article analyzes Tesla's public diplomacy strategy in addressing its reputational crisis following the cobalt mining scandal in the Democratic Republic of Congo (DRC). Although not directly involved in mining operations, Tesla faced global criticism for sourcing cobalt from supply chains linked to child labor and human rights abuses. Through a qualitative case study, this research explores how Tesla utilized corporate public diplomacy to rebuild its legitimacy and implement Environmental, Social, and Governance (ESG) principles. Key efforts include transparency through sustainability reporting, stakeholder engagement, and technological innovations like blockchain for supply chain traceability. The study concludes that while Tesla's public diplomacy strategy improved its image, systemic reforms remain essential for ethical global supply chains.

Keywords: Tesla, Cobalt, Democratic Republic of Congo (DRC), Environmental, Social, and Governance (ESG), Public Diplomacy

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan meningkatnya kesadaran publik terhadap keberlanjutan, perusahaan multinasional dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan finansial saja, tetapi juga memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui penerapan prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG). Tesla Inc., sebagai pelopor kendaraan listrik dan energi terbarukan, telah lama dipandang sebagai agen transisi menuju masa depan rendah emisi karbon. Akan tetapi, citra progresif tersebut mengalami tekanan serius setelah terungkapnya keterlibatan rantai pasokan perusahaan dalam praktik pertambangan kobalt yang bermasalah di Republik Demokratik Congo (Sovacool, 2021).

Kobalt merupakan bahan penting dalam produksi baterai lithium-ion yang merupakan komponen utama kendaraan listrik Tesla. Lebih dari 70% pasokan kobalt dunia berasal dari Republik Demokratik Kongo (RDK), yaitu negara di Afrika yang telah lama dilanda konflik, korupsi, dan ketidakstabilan politik. Sejumlah laporan dari organisasi hak asasi manusia menyebutkan bahwa industri tambang di RDK, khususnya tambang kobalt, sering menggunakan tenaga kerja anak, buruh tanpa perlindungan keselamatan kerja, serta melibatkan kondisi kerja yang tidak manusiawi (Amnesty International, 2016; RAID, 2023). Laporan tersebut menyebutkan adanya keterkaitan antara praktik tidak etis dalam pertambangan kobalt dengan berbagai perusahaan teknologi besar, salah satunya adalah Tesla.

Reaksi publik atas fakta lapangan tersebut sangat kritis. Meskipun Tesla tidak secara langsung mengelola tambang di RDK, perusahaan tetap dianggap bertanggung jawab secara moral atas praktik rantai pasokannya. Dalam upaya menjaga kredibilitasnya sebagai perusahaan ramah lingkungan dan sosial, Tesla kemudian menerapkan berbagai strategi diplomasi publik untuk mengelola persepsi dan memperbaiki citra perusahaan. Diplomasi publik dalam konteks ini merujuk pada upaya strategis sebuah aktor, dalam hal ini korporasi, untuk memengaruhi opini publik global melalui narasi, simbol, dan kebijakan yang mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai universal seperti hak asasi manusia, keadilan sosial, dan keberlanjutan (Zaharna, 2010).

Dalam menghadapi krisis kepercayaan yang muncul akibat skandal kobalt di Republik Demokratik Kongo, perusahaan seperti Tesla tidak hanya menghadapi tekanan pasar dan regulasi, tetapi juga menghadapi tuntutan publik global akan tanggung jawab moral dan transparansi. Dalam konteks ini, konsep *corporate public diplomacy* menjadi relevan untuk dikaji sebagai pendekatan strategis yang digunakan perusahaan dalam membangun kembali legitimasi dan reputasi mereka di mata publik internasional. *Corporate public diplomacy* merujuk pada bentuk diplomasi yang dilakukan oleh entitas korporasi melalui komunikasi global, dialog multistakeholder, serta pembuatan narasi yang menyelaraskan antara nilai perusahaan dengan

norma global mengenai keberlanjutan, hak asasi manusia, dan etika bisnis (Fitzpatrick, 2007).

Studi mengenai diplomasi publik korporasi menjadi semakin penting ketika krisis reputasi melibatkan isu-isu sensitif seperti hak buruh, eksploitasi anak, serta ketimpangan global dalam rantai pasok. Dalam kasus Tesla, munculnya sorotan terhadap praktik pertambangan kobalt di RDK telah memunculkan pertanyaan besar mengenai bagaimana perusahaan besar merespons tuduhan pelanggaran ESG, serta bagaimana mereka menggunakan komunikasi strategis dan keterlibatan publik untuk mempertahankan citra dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana pendekatan diplomasi publik yang dijalankan oleh Tesla dalam konteks ESG pasca skandal tersebut bukan hanya sebagai respons krisis, melainkan juga sebagai upaya jangka panjang dalam membangun kredibilitas dan tanggung jawab sosial korporasi.

Dari permasalahan tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Tesla menggunakan diplomasi publik sebagai instrumen untuk memulihkan reputasi dan mengimplementasikan prinsip ESG pascaskandal kobalt di RDK. Analisis akan difokuskan pada strategi komunikasi, keterlibatan multi-pemangku kepentingan, serta upaya membangun legitimasi dalam konteks geopolitik rantai pasok global. Dengan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus, artikel ini dapat mengkaji diplomasi publik korporasi dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam konteks industri strategis.

Kerangka Konseptual Environmental, Social & Governance (ESG)

Prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG) merupakan kerangka multidimensional yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan atau organisasi menerapkan tanggung jawab non-finansial dalam operasional dan strategi bisnisnya. ESG tidak hanya menjadi indikator keberlanjutan, tetapi juga dipandang sebagai refleksi komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan secara global. Ketiga dimensi ESG yang meliputi lingkungan (environmental), sosial (social), dan tata kelola

(governance), mewakili tiga pilar utama yang harus dipenuhi untuk menciptakan model bisnis yang etis, transparan, dan berkelanjutan (Friede, Busch, & Bassen, 2015).

Dimensi lingkungan (E) dalam ESG menekankan pada tanggung jawab perusahaan dalam menjaga ekosistem dan meminimalkan dampak ekologis dari kegiatan bisnisnya. Hal ini mencakup aspek seperti emisi karbon, penggunaan energi terbarukan, efisiensi sumber daya, pengelolaan limbah, serta perlindungan keanekaragaman hayati (Eccles & Krzus, 2018). Dalam industri yang sangat bergantung pada sumber daya alam, seperti manufaktur kendaraan listrik, tanggung jawab lingkungan menjadi isu kritis, terlebih ketika proses produksi melibatkan bahan baku dari wilayah konflik atau rentan eksploitasi. Oleh karena itu, pemenuhan aspek lingkungan dalam ESG tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyangkut dimensi etika dan geopolitik dari rantai pasokan global.

Sementara itu, dimensi sosial (S) berkaitan dengan cara perusahaan berinteraksi dengan masyarakat, tenaga kerja, komunitas lokal, serta pemangku kepentingan lainnya. Prinsip ini menuntut perusahaan untuk menghormati hak asasi manusia, menciptakan kondisi kerja yang layak, menjamin keselamatan kerja, mendorong keberagaman dan inklusi, serta berkontribusi positif terhadap kesejahteraan sosial (Kotsantonis, Pinney, & Serafeim, 2016). Dalam konteks industri teknologi dan otomotif, seperti Tesla, perhatian terhadap kondisi kerja dalam rantai pasokan menjadi aspek krusial. Ketika sumber daya seperti kobalt diperoleh dari negara-negara dengan tingkat kesejahteraan rendah dan lemahnya penegakan hukum, dimensi sosial dari ESG menjadi tolok ukur utama dalam menilai integritas moral perusahaan.

Dimensi ketiga, yaitu tata kelola (G), mencakup prinsip transparansi, akuntabilitas, integritas manajemen, serta kepatuhan terhadap regulasi. Tata kelola yang baik memastikan bahwa perusahaan dikelola secara etis, bertanggung jawab, dan sesuai dengan kepentingan pemegang saham maupun publik secara luas. Hal ini termasuk struktur dewan direksi, kebijakan anti-korupsi, pelaporan keuangan yang jujur, serta mekanisme

pengawasan internal yang efektif (Gillan, Koch, & Starks, 2021). Governance dalam konteks ESG bertujuan menciptakan sistem pengambilan keputusan yang transparan, yang dapat memitigasi risiko reputasi dan hukum.

ESG telah berkembang menjadi standar evaluasi bagi investor global. Semakin banyak lembaga keuangan dan investor institusional yang menilai performa ESG sebagai indikator risiko jangka panjang dan stabilitas investasi. Laporan dari Morgan Stanley (2021) menunjukkan bahwa perusahaan dengan skor ESG tinggi cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik dan mampu mengelola risiko secara lebih efektif. ESG juga digunakan oleh konsumen dan masyarakat sipil untuk menilai apakah nilai-nilai perusahaan selaras dengan etika publik dan keberlanjutan planet.

Dalam kerangka penelitian ini, ESG diposisikan sebagai konsep analitik untuk menilai strategi diplomasi publik korporasi, khususnya dalam konteks krisis reputasi. ESG tidak hanya menjadi ukuran kepatuhan, tetapi juga instrumen diplomatik yang digunakan perusahaan untuk membangun legitimasi sosial dan politik di era transparansi digital. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap prinsip ESG menjadi dasar konseptual dalam menganalisis bagaimana perusahaan seperti Tesla merespons tantangan etis dalam rantai pasok global melalui pendekatan diplomasi publik.

Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan salah satu konsep penting dalam studi hubungan internasional dan komunikasi global yang mengalami perkembangan signifikan sejak akhir Perang Dingin. Berbeda dari diplomasi tradisional yang dilakukan secara tertutup oleh pejabat pemerintah (Djemat, 2021), diplomasi publik melibatkan komunikasi langsung dengan masyarakat asing untuk membentuk opini publik, menciptakan persepsi positif, serta memperkuat legitimasi kebijakan luar negeri atau kepentingan aktor tertentu (Melissen, 2005). Dalam konteks ini, diplomasi publik tidak hanya dijalankan oleh negara, tetapi juga oleh aktor non-negara seperti organisasi internasional, LSM, bahkan korporasi multinasional. Hal ini

mencerminkan perluasan ruang diplomasi ke ranah yang lebih terbuka, partisipatif, dan berbasis narasi.

Secara konseptual, diplomasi publik dapat dipahami sebagai proses komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun hubungan timbal balik antara suatu aktor (biasanya negara atau entitas global) dengan masyarakat internasional melalui media, budaya, pendidikan, dan kebijakan luar negeri yang bersifat persuasif (Cull, 2009). Diplomasi publik tidak semata-mata tentang penyampaian informasi, tetapi juga tentang penciptaan makna, pemeliharaan kredibilitas, dan pembentukan kepercayaan jangka panjang. Oleh karena itu, aktor dalam diplomasi publik harus mempertimbangkan sensitivitas budaya, persepsi lokal, dan dinamika global dalam membangun komunikasi yang efektif.

Terdapat beberapa komponen utama dalam praktik diplomasi publik. Nicholas Cull (2009) mengidentifikasi lima dimensi utama, yaitu (1) mendengarkan (*listening*), (2) advokasi (*advocacy*), (3) diplomasi budaya (*cultural diplomacy*), (4) diplomasi pertukaran (*exchange diplomacy*), dan (5) diplomasi internasional berbasis media. Masing-masing elemen ini memainkan peran penting dalam menciptakan dialog dua arah antara aktor dan publik asing. *Listening* menjadi fondasi penting dalam memahami nilai, aspirasi, dan kekhawatiran masyarakat global, sehingga komunikasi tidak bersifat satu arah. Sementara itu, advokasi melibatkan penyebaran nilai atau posisi tertentu yang ingin ditekankan oleh aktor diplomatik.

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan media sosial, diplomasi publik juga mengalami transformasi menjadi lebih digital dan terdesentralisasi. Konsep digital public diplomacy atau e-diplomacy muncul untuk menjelaskan bagaimana aktor internasional menggunakan platform digital seperti Twitter, YouTube, atau Instagram sebagai sarana untuk menjangkau masyarakat global (Bjola & Holmes, 2015). Teknologi ini memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, tetapi juga menghadirkan tantangan baru seperti disinformasi, fragmentasi audiens, dan kebutuhan akan keaslian naratif. Dalam lingkungan digital, narasi yang dibangun harus

konsisten dan terverifikasi agar tidak memunculkan kontradiksi yang dapat merusak legitimasi.

Dalam beberapa dekade terakhir, konsep diplomasi publik telah diperluas ke dalam dunia korporasi, melahirkan istilah *corporate public diplomacy* atau diplomasi publik korporasi. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan-perusahaan besar, khususnya yang beroperasi secara global, juga perlu mengelola citra dan reputasi mereka di mata publik internasional. Korporasi, dalam banyak kasus, bukan hanya aktor ekonomi, tetapi juga aktor politik dan sosial yang berkontribusi pada pembentukan opini global dan tata kelola internasional (Fitzpatrick, 2007). Dalam konteks ini, perusahaan menggunakan strategi komunikasi publik, pelaporan keberlanjutan, serta kemitraan lintas sektor sebagai bagian dari diplomasi publik mereka untuk merespons krisis reputasi, seperti yang terjadi dalam kasus Tesla.

Diplomasi publik juga erat kaitannya dengan *soft power*, yaitu kemampuan untuk memengaruhi melalui daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan yang disukai, dibandingkan dengan paksaan atau imbalan materi (Nye, 2004). Dalam praktiknya, diplomasi publik menjadi instrumen utama untuk membangun *soft power*. Bagi korporasi, kemampuan membangun *soft power* dapat meningkatkan loyalitas konsumen, menarik investasi, serta membentuk legitimasi moral dalam isu-isu sensitif seperti keberlanjutan dan hak asasi manusia. Oleh karena itu, pemahaman terhadap diplomasi publik sangat penting dalam menganalisis bagaimana aktor-aktor non-negara membangun dan mempertahankan kredibilitas dalam lanskap global yang semakin kompleks dan transparan.

PEMBAHASAN

Kronologi dan Dampak Skandal Tambang Kobalt di RDK

Kobalt merupakan mineral strategis dalam era transisi energi bersih karena penggunaannya yang sangat penting dalam baterai litium-ion untuk kendaraan listrik (EV). Tesla, sebagai pemimpin pasar kendaraan listrik dunia, sangat bergantung pada pasokan kobalt untuk menunjang produksi

baterainya. Namun, sumber utama kobalt dunia yakni Republik Demokratik Kongo (RDK), telah lama dikaitkan dengan praktik pertambangan yang bermasalah, termasuk eksploitasi buruh anak, kondisi kerja tidak aman, dan kerusakan lingkungan yang parah. Sorotan global terhadap praktik pertambangan kobalt di RDK meletakkan Tesla di tengah krisis reputasi dan etika yang kompleks.

Republik Demokratik Kongo menyumbang sekitar 70% dari total produksi kobalt global, dan sekitar 15–20% dari kobalt yang diproduksi di negara tersebut berasal dari tambang-tambang kecil berskala artisanal yang tidak diatur secara resmi oleh pemerintah (Sovacool, 2021). Tambang-tambang ini sering kali beroperasi di luar kerangka hukum, menggunakan metode kerja manual tanpa alat pelindung keselamatan, serta mempekerjakan anak-anak di bawah umur untuk melakukan pekerjaan berat dan berbahaya. Sejumlah besar dari hasil tambang ini kemudian dijual ke perusahaan dagang besar yang beroperasi sebagai perantara dalam rantai pasok global.

Puncak perhatian internasional terhadap isu ini terjadi pada tahun 2016, ketika Amnesty International merilis laporan investigatif berjudul *This is What We Die For*. Laporan tersebut menunjukkan adanya hubungan antara kobalt dari tambang artisanal yang mempekerjakan buruh anak dan rantai pasok perusahaan teknologi global seperti Apple, Samsung, Microsoft, dan Tesla (Amnesty International, 2016). Amnesty menelusuri bahwa kobalt tersebut dijual ke perusahaan-perusahaan dagang asal Cina seperti Huayou Cobalt, yang kemudian memasoknya ke produsen komponen baterai dan perusahaan otomotif besar.

Pada Desember 2019, organisasi *International Rights Advocates* (IRA) mengajukan gugatan perdata terhadap lima perusahaan teknologi, termasuk Tesla, Apple, dan Google, di pengadilan federal di Washington D.C., atas dugaan keterlibatan tidak langsung dalam kematian dan cedera anak-anak buruh tambang di RDK. Gugatan tersebut diajukan atas nama 14 anak dan keluarga mereka, yang menyatakan bahwa anak-anak itu dipaksa bekerja dalam kondisi yang sangat berbahaya dan tidak manusiawi, dan beberapa di

antaranya mengalami luka permanen atau meninggal (International Rights Advocates, 2019).

Meski perusahaan-perusahaan ini tidak secara langsung menjalankan tambang di RDK, penggugat menuduh bahwa mereka gagal melakukan pengawasan dan uji tuntas (due diligence) yang memadai terhadap sumber bahan baku dalam rantai pasok mereka. Tesla dituduh lalai memastikan bahwa kobalt yang digunakan dalam baterainya tidak berasal dari eksploitasi anak-anak.

Keterlibatan Glencore dalam Rantai Pasok Tesla serta Dampak Etis dan Reputasional Bagi Tesla

Dalam konteks ini, penting untuk mencermati peran Glencore, salah satu perusahaan pertambangan dan komoditas terbesar di dunia yang berbasis di Swiss. Glencore merupakan salah satu pemasok utama kobalt bagi industri otomotif global, termasuk Tesla. Tidak seperti tambang artisanal, Glencore mengoperasikan tambang industri besar yang secara hukum terdaftar dan diawasi, seperti Tambang Mutanda dan Katanga di RDK. Pada tahun 2020, Tesla dan Glencore secara terbuka mengonfirmasi hubungan pasokan mereka, di mana Glencore setuju memasok hingga 6.000 ton kobalt per tahun ke Tesla untuk digunakan dalam gigafactory di Shanghai dan Berlin (Financial Times, 2020).

Posisi Tesla sebagai konsumen kobalt dari Glencore memiliki implikasi hukum yang signifikan. Tesla bukanlah operator atau pemilik tambang. Tesla hanya membeli kobalt dari pemasok yang disertifikasi secara formal, seperti Glencore, yang mengklaim mematuhi standar keberlanjutan internasional. Hal ini menjadi argumen utama Tesla dalam proses hukum di pengadilan Amerika Serikat. Pada tahun 2021, hakim pengadilan federal memutuskan untuk menolak gugatan tersebut karena penggugat gagal menunjukkan bahwa perusahaan seperti Tesla memiliki kendali langsung atas aktivitas pertambangan yang menyebabkan cedera dan kematian anak-anak di RDK (U.S. District Court for the District of Columbia, 2021). Pengadilan menekankan bahwa hubungan antara Tesla dan tambang artisanal bersifat

terlalu tidak langsung dan tidak dapat dijadikan dasar hukum untuk pertanggungjawaban perdata.

Walaupun Tesla menang dalam proses hukum tersebut, dampak reputasi dari skandal ini tidak dapat diabaikan. Narasi bahwa kendaraan listrik adalah solusi hijau bagi masa depan menjadi dipertanyakan ketika bahan yang digunakan dalam produksi berasal dari sumber yang tercemar oleh eksplorasi dan pelanggaran HAM. Ini menimbulkan ketegangan antara klaim keberlanjutan perusahaan dan kenyataan sosial-politik di lapangan (RAID, 2023).

Isu ini juga menjadi sorotan dalam kajian ESG (Environmental, Social, and Governance), terutama dalam dimensi sosial dan tata kelola. Dalam kerangka ESG, tanggung jawab perusahaan tidak berhenti pada praktik internal, tetapi mencakup seluruh rantai pasokan global, termasuk di negara-negara berkembang. Masyarakat sipil dan investor kini menilai bukan hanya apakah sebuah perusahaan mematuhi hukum, tetapi juga apakah ia bertindak secara etis dan proaktif dalam mencegah praktik eksplorasi (Kotsantonis, Pinney, & Serafeim, 2016).

Bagi Tesla, skandal ini menciptakan krisis kredibilitas. Walaupun tidak terbukti secara hukum terlibat langsung, citra perusahaan sebagai pelopor keberlanjutan terganggu oleh kegagalannya dalam melakukan verifikasi menyeluruh terhadap sumber kobalt. Dalam era digital dan meningkatnya kesadaran konsumen, reputasi korporasi menjadi modal strategis yang nilainya tak kalah penting dari modal finansial. Tekanan publik mendorong Tesla dan perusahaan lain di sektor yang sama untuk melakukan transformasi dalam sistem pengadaan bahan baku, termasuk penerapan sistem pelacakan digital seperti blockchain, audit pihak ketiga, dan sertifikasi etis yang independen.

Skandal ini juga menyoroti ketimpangan dalam rantai pasok global. Negara-negara di Afrika Tengah, yang menjadi sumber utama mineral penting seperti kobalt, kerap menjadi korban dari sistem ekonomi global yang menempatkan mereka dalam posisi subordinat. Sementara perusahaan

besar menikmati keuntungan dari transisi energi bersih, masyarakat lokal tetap terjebak dalam kemiskinan, eksplorasi, dan konflik. Dalam konteks ini, akuntabilitas ESG seharusnya tidak hanya fokus pada perusahaan-perusahaan besar, tetapi juga mendorong reformasi sistemik dalam tata kelola sumber daya di negara produsen.

Respons Tesla: Strategi Diplomasi Publik Untuk Memulihkan Reputasi dan Mengimplementasikan Prinsip ESG Pascaskandal Kobalt Di RDK

Skandal kobalt di Republik Demokratik Kongo (RDK) yang menyeret nama Tesla ke dalam pusaran tuduhan pelanggaran hak asasi manusia menimbulkan tekanan reputasi yang besar terhadap perusahaan yang selama ini diposisikan sebagai simbol revolusi energi bersih. Sebagai pemimpin industri kendaraan listrik, Tesla membangun identitas korporat berbasis inovasi teknologi dan keberlanjutan. Namun, ketika laporan dari Amnesty International (2016) dan organisasi lainnya mengungkap adanya keterkaitan antara rantai pasok kobalt global dan praktik eksplorasi buruh anak di RDK, Tesla menghadapi krisis legitimasi yang serius. Meskipun perusahaan menang secara hukum karena tidak terlibat langsung dalam penambangan, tekanan moral dari publik, media, dan investor tetap menuntut Tesla untuk bertindak.

Dalam konteks ini, Tesla menerapkan strategi diplomasi publik korporasi (*corporate public diplomacy*) sebagai respons reputasional sekaligus upaya mengimplementasikan prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) secara lebih sistematis. Diplomasi publik korporasi mengacu pada upaya strategis perusahaan untuk membangun dan mempertahankan legitimasi global melalui komunikasi terbuka, narasi keberlanjutan, dan kolaborasi lintas sektor (Fitzpatrick, 2007). Strategi ini menjadi penting karena dalam era digital dan keterbukaan informasi, opini publik memiliki kekuatan besar dalam menentukan arah investasi, loyalitas konsumen, hingga arah kebijakan perusahaan.

Langkah pertama dalam diplomasi publik Tesla adalah mengontrol narasi dan memperbaiki persepsi melalui komunikasi strategis berbasis

transparansi. Sejak 2020, Tesla mulai secara aktif merilis Tesla Impact Report, sebuah laporan tahunan keberlanjutan yang memuat kinerja ESG perusahaan. Dalam laporan ini, Tesla menekankan bahwa mereka menerapkan prinsip *responsible sourcing* dan bekerja sama hanya dengan pemasok yang telah disertifikasi secara etis. Perusahaan menyatakan bahwa mayoritas kobalt mereka berasal dari tambang industri berskala besar seperti milik Glencore, dan bukan dari tambang artisanal yang bermasalah (Tesla Inc., 2020). Laporan ini menjadi bagian dari upaya membangun kepercayaan publik dan investor melalui narasi berbasis data dan akuntabilitas.

Selain itu, Tesla mengembangkan strategi pelacakan rantai pasok berbasis teknologi. Menyadari kelemahan utama dalam rantai pasok mineral global adalah kurangnya visibilitas, Tesla menjajaki penggunaan sistem digital seperti *blockchain* untuk melacak asal-usul bahan mentah dari tambang hingga pabrik. Teknologi ini memungkinkan konsumen dan investor untuk melihat secara lebih transparan dari mana bahan baku berasal, sekaligus memberikan tekanan kepada pemasok untuk tunduk pada standar etis. Menurut Eccles & Krzus (2018), teknologi pelaporan digital menjadi salah satu pilar dalam penguatan sistem ESG yang efektif karena mampu meminimalisir kesenjangan antara narasi dan praktik aktual.

Dalam kerangka diplomasi publik, Tesla juga melakukan *engagement* dengan aktor-aktor multistakeholder, termasuk LSM internasional, pemerintah negara produsen, serta organisasi sertifikasi mineral seperti *Responsible Minerals Initiative* (RMI) dan *Cobalt Refinery Supply Chain Due Diligence Standard* (CRSC). Keterlibatan ini penting karena legitimasi perusahaan dalam konteks ESG tidak bisa dibangun secara sepihak. Dalam diplomasi publik modern, partisipasi dalam koalisi dan standar global menjadi mekanisme legitimasi yang penting (Melissen, 2005). Tesla tidak hanya menempatkan diri sebagai aktor pasar, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas internasional yang memiliki tanggung jawab moral dalam mengatur ulang tata kelola sumber daya.

Strategi diplomasi publik juga ditunjukkan Tesla dalam pengelolaan opini publik melalui kanal media sosial dan pernyataan figur kunci

perusahaan, terutama Elon Musk. Dalam berbagai wawancara, konferensi, dan unggahan media sosial, Musk dan juru bicara Tesla menyampaikan bahwa perusahaan mendukung penuh upaya global untuk memastikan rantai pasok mineral bebas dari pelanggaran hak asasi manusia. Narasi ini dirancang tidak hanya untuk meredam kritik, tetapi juga untuk membangun identitas moral perusahaan yang lebih kuat. Di era komunikasi digital, strategi komunikasi CEO menjadi bagian integral dari diplomasi publik korporasi, karena mempengaruhi persepsi langsung terhadap nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan (Bjola & Holmes, 2015).

Namun, strategi ini tidak lepas dari kritik. Beberapa organisasi masyarakat sipil menilai bahwa langkah-langkah Tesla masih bersifat “kosmetik” atau hanya memperbaiki permukaan tanpa melakukan perubahan struktural terhadap sistem ekonomi ekstraktif yang menjadi akar persoalan. Menurut laporan RAID (2023), sistem sertifikasi dan audit pihak ketiga belum sepenuhnya efektif menghapus praktik eksplorasi dalam rantai pasok kobalt. Bahkan tambang industri seperti Glencore pun masih menghadapi tuduhan pelanggaran HAM dalam bentuk lain, seperti perampasan tanah dan pencemaran lingkungan. Dalam konteks ini, diplomasi publik Tesla dianggap baru mencapai tahap reaktif dan belum sepenuhnya transformasional.

Selain itu, Tesla juga harus menghadapi ketegangan antara efisiensi produksi dan etika pasokan. Kobalt tetap merupakan komponen yang sulit digantikan dalam teknologi baterai lithium-ion saat ini. Sementara Tesla telah menyatakan komitmen untuk mengembangkan baterai “bebas kobalt”, teknologi ini masih dalam tahap eksperimen dan belum siap untuk produksi massal (Sovacool, 2021). Oleh karena itu, transisi ke sistem pasokan yang lebih etis tidak hanya memerlukan kemauan moral, tetapi juga inovasi teknologi dan investasi besar yang mungkin menimbulkan dilema antara tujuan bisnis dan tuntutan etis.

Namun demikian, dari sudut pandang diplomasi publik, Tesla telah menunjukkan upaya konsisten untuk merestorasi reputasinya di mata publik global. Pendekatan komunikasi terbuka, pelaporan ESG, dan

pelibatan multistakeholder merupakan pilar-pilar penting dalam membangun ulang kepercayaan dan membentuk kembali narasi keberlanjutan perusahaan. Keberhasilan strategi ini tidak hanya bergantung pada apa yang dikomunikasikan, tetapi juga pada konsistensi antara narasi dan tindakan di lapangan.

Dalam konteks ESG, pendekatan Tesla menunjukkan bagaimana korporasi global kini harus memainkan peran yang mirip dengan negara dalam hubungan internasional untuk mengelola persepsi, bernegosiasi dengan berbagai aktor global, dan mempertahankan legitimasi di tengah krisis moral. Jika diplomasi publik negara bertujuan membentuk citra nasional, maka diplomasi publik korporasi bertujuan mempertahankan kepercayaan dan loyalitas dalam pasar global yang semakin sadar nilai dan etika (Nye, 2004; Cull, 2009).

Dengan demikian, respons Tesla melalui strategi diplomasi publik tidak hanya dapat dipahami sebagai upaya manajemen krisis, tetapi juga sebagai bentuk adaptasi struktural terhadap lanskap global yang semakin menuntut akuntabilitas korporasi. Skandal kobalt di RDK menjadi pelajaran penting bahwa dalam dunia yang saling terhubung, reputasi dan tanggung jawab sosial tidak bisa dipisahkan dari strategi bisnis. Perusahaan bukan hanya memproduksi barang, tetapi juga nilai, persepsi, dan kepercayaan.

KESIMPULAN

Skandal kobalt di Republik Demokratik Kongo menjadi momen krusial bagi Tesla untuk menguji komitmennya terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Meskipun secara hukum Tesla tidak terbukti terlibat langsung dalam praktik eksplorasi di tambang artisanal, keterkaitannya dalam rantai pasok kobalt global menimbulkan tekanan reputasi yang serius. Dalam menghadapi krisis tersebut, Tesla memanfaatkan pendekatan diplomasi publik korporasi sebagai strategi pemulihan citra dan pembuktian komitmen terhadap prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG).

Melalui diplomasi publik, Tesla berupaya mengontrol narasi dengan meningkatkan transparansi, mempublikasikan Impact Report, serta

memperkuat keterlibatan dengan aktor-aktor multistakeholder seperti LSM dan lembaga sertifikasi. Strategi ini diperkuat dengan penggunaan teknologi pelacakan rantai pasok seperti blockchain, serta komunikasi aktif dari figur kunci seperti Elon Musk dalam forum publik.

Studi ini menunjukkan bahwa diplomasi publik dapat berfungsi sebagai instrumen penting dalam mengelola krisis reputasi dan mewujudkan tanggung jawab etis dalam konteks bisnis global. Namun, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada konsistensi antara narasi publik dan tindakan nyata di lapangan. Tesla harus terus mendorong reformasi sistemik dalam rantai pasok kobalt untuk memastikan bahwa visinya terhadap energi bersih tidak dibayangi oleh ketidakadilan sosial dan pelanggaran hak asasi manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Amnesty International. (2016). *This is what we die for: Human rights abuses in the Democratic Republic of the Congo power the global trade in cobalt.* Amnesty International. <https://www.amnesty.org>

Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice.* Routledge.

Cull, N. J. (2009). Public diplomacy: Lessons from the past. *Figueroa Press.*

Djemat, Y. O. (2021). DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA MELALUI BALI DEMOCRACY FORUM. *Dinamika Global: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 6(02), 308 - 324. <https://doi.org/https://doi.org/10.36859/jdg.v6i2.813>

Eccles, R. G., & Krzus, M. P. (2018). *The Nordic model: An analysis of leading practices in ESG disclosure.* Nordic Journal of Business, 67(1), 4–24.

Financial Times. (2020, June 16). *Tesla secures cobalt supply deal with Glencore.* <https://www.ft.com>

Fitzpatrick, K. (2007). Advancing the new public diplomacy: A public relations perspective. *The Hague Journal of Diplomacy*, 2(3), 187–211.

Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210–233. <https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917>

Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2021). Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance. *Journal of*

Corporate Finance, 66, 101889.
<https://doi.org/10.1016/j.jcorfin.2021.101889>

International Rights Advocates. (2019). *Doe v. Apple Inc., et al.*
<https://www.iradvocates.org>

Kotsantonis, S., Pinney, C., & Serafeim, G. (2016). ESG integration in investment management: Myths and realities. *Journal of Applied Corporate Finance*, 28(2), 10–16.

Melissen, J. (Ed.). (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.

Morgan Stanley. (2021). *Sustainable Signals: Individual Investors and the ESG Imperative*. Retrieved from https://www.morganstanley.com/pub/content/dam/msdotcom/ideas/sustainable-signals/pdf/Sustainable_Signals_Whitepaper.pdf

Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

RAID. (2023). *Cobalt red: How the blood of the Congo powers our lives*. Rights and Accountability in Development. <https://raid-uk.org>

Sovacool, B. K. (2021). Who are the victims of low-carbon transitions? Towards a political ecology of climate change mitigation. *Energy Research & Social Science*, 73, 101916.
<https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.101916>

Tesla Inc. (2020). *Tesla Impact Report 2020*.
https://www.tesla.com/ns_videos/2020-tesla-impact-report.pdf

Tesla Inc. (2023). *2023 Impact Report*.
https://www.tesla.com/ns_videos/2023-tesla-impact-report.pdf

U.S. District Court for the District of Columbia. (2021). *Doe v. Apple Inc., et al.* Civil Action No. 19-03737 (CKK).

Zaharna, R. S. (2010). *Battles to bridges: U.S. strategic communication and public diplomacy after 9/11*. Palgrave Macmillan.