

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERNASIONAL (Studi Kasus Forum G20 di Indonesia)

Farras Dzikrur Rahman Chudory¹, Saskia Haifa Novendari²

¹Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Jakarta

¹farrasdzikrurrahman@gmail.com

ABSTRAK. Indonesia pada *Riyad Summit 2020*, telah ditetapkan sebagai presidensi G20 pada tahun 2022. Ditengah perkembangan era globalisasi dan percepatan informasi, perkembangan media baru telah mendominasi media komunikasi. Salah satu media komunikasi pada media baru adalah Instagram. Akun @indonesia.g20 dibuat pada 26 Oktober 2021, yang didasari atas momentum forum G20, dengan upaya pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi Internasional. Bentuk Komunikasi Internasional yang dilakukan melalui pemanfaatan media Instagram tersebut adalah diplomasi public baru yang mana terdapat keaktifan dan partisipasi publik, dialog yang terjadi 2 arah, antara masyarakat dengan publik, juga publik dengan publik, melalui interaksi pada media Instagram tersebut.

Kata kunci: Pemanfaatan; Instagram; Forum G20; Komunikasi Internasional

ABSTRACT. At the *Riyad Summit 2020*, Indonesia has been appointed as the G20 presidency in 2022. In the midst of the development of the era of globalization and the acceleration of information, the development of new media has dominated communication media. One of the communication media in new media is Instagram. The @indonesia.g20 account was created on October 26, 2021, based on the momentum of the G20 forum, with efforts to use Instagram as an international communication medium. The form of International Communication that is carried out through the use of Instagram media is a new public diplomacy where there is public activity and participation, a dialogue that occurs in two directions, between the community and the public, as well as the public and the public, through interactions on the Instagram media..

Keywords: Utilization; Instagram; G20 Forum; International Communication

PENDAHULUAN

Dilansir dari bi.go.id, sebagaimana ditetapkan pada *Riyadh Summit 2020*, Indonesia akan memegang presidensi G20 pada tahun 2022, dengan serah terima yang dilakukan pada akhir KTT Roma (30-31 Oktober 2021). G20 sendiri dalam sejarahnya, disebutkan terbentuk karena kekecewaan komunitas internasional terhadap kegagalan G7 dalam mencari solusi terhadap permasalahan perekonomian global. G20 dapat disebut sebagai kelompok diluar formal yang terdiri dari 19 negara dan Uni Eropa, serta perwakilan dari *International Monetary Fund* (IMF) dan *World Bank* (WB). G20 merupakan salah satu forum ekonomi dunia yang memiliki posisi strategis karena secara kolektif karena dinilai merepresentasikan sekitar 65% penduduk dunia, 79% perdagangan global, dan setidaknya 85% ekonomi dunia.

Sebagai masyarakat informasi yang berada di era Globalisasi, digitalisasi serta percepatan teknologi, berbagai informasi termasuk seputar forum G20, dapat ditemukan melalui berbagai platform media, baik online ataupun media sosial. Adapun Isu komunikasi sendiri dapat diartikan sebagai perkembangan komunikasi yang terpengaruh oleh dampak

modernisasi. Komunikasi kontemporer identik dengan Komunikasi Virtual, komunikasi virtual sendiri adalah proses penyampaian pesan yang dikirimkan melalui platform internet atau *cyberspace*.

Beragamnya informasi yang berada di internet memungkinkan masyarakat mendapatkan manfaat jika dipergunakan dengan baik. Seperti yang diungkapkan oleh (Torach dan Bitwayiki, 2006), dampak munculnya industri media baru, termasuk pengelolaan *web* dan industri selular pada tataran praktis.

Pada dasarnya manusia membutuhkan informasi sebagai bagian dari kehidupannya, sebagai penunjang kegiatannya, sekaligus untuk memenuhi rasa ingin tahu seseorang timbul karena manusia senantiasa ingin selalu berusaha menambah pengetahuannya

Dengan adanya perkembangan teknologi, mengakibatkan munculnya suatu masyarakat jaringan yang beraktifitas di ruang yang bebas, terbuka, tanpa batas, dan berbasis digital. Hal ini yang menyebabkan internet dijadikan salah satu media kampanye baru dalam ruang politik. Media baru ini dianggap dapat menciptakan suatu pencitraan bagi para politisi, usaha ini dilakukan guna membuka komunikasi yang lebih efektif dengan publik.

Munculnya istilah new media sangat keterkaitan erat dengan adanya Internet di dunia ini. Adapun dalam perkembangannya new media tidak hanya terbatas kepada Internet, namun Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dan berpengaruh dalam era new media.

Menurut (Allan, 2005) internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang terhubung antara satu dengan yang lainnya, dan dapat membaca dan menerapkan berbagai protokol komunikasi atau yang biasa dikenal dengan istilah IP dan TCP. Protokol tersebut adalah sebuah fungsi sederhana tentang bagaimana komputer saling terhubung satu sama lain dan dapat berinteraksi didalamnya.

Seiring dengan perkembangan penggunaan teknologi dan Informasi, fungsi Internet sebagai media baru juga berkembang sebagai media sarana Komunikasi, baik komunikasi Interpersonal, Komunikasi lintas Budaya, Komunikasi Massa, Komunikasi Organisasi, dan juga Komunikasi Internasional. Melalui berbagai fungsi dan fitur pada internet yang tentunya dapat menembus ruang dan waktu, dalam ruang lingkup Komunikasi itu sendiri, media komunikasi yang paling sering digunakan yaitu, media sosial. Media sosial tersebut terdiri dari beberapa media, seperti Email, Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok, Youtube, dan lainnya.

Dengan pertimbangan banyaknya bidang yang dapat dimanfaatkan oleh new media Internet, maka penulis akan membatasi pembahasannya dalam ruang lingkup fungsi new media dalam hal ini media sosial Instagram sebagai sarana Komunikasi Internasional.

Adapun Komunikasi internasional dapat dikatakan sebagai suatu bentuk komunikasi antar bangsa dengan bangsa lain, atau dapat disebut juga komunikasi yang dilakukan antar negara dengan negara lain, yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Sedangkan pemilihan Instagram sebagai media sosial sarana komunikasi internasional terlihat dari data yang dikutip oleh alat periklanan *Meta* menunjukkan bahwa Instagram memiliki 99,15 juta pengguna di Indonesia pada awal 2022, serta menurut data *Business of Apps*, pengguna Instagram secara global sudah mencapai 1,96 miliar orang pada kuartal I 2022, yang mana angka tersebut

lebih dari cukup untuk mewakili masyarakat dunia, sebagai media sarana komunikasi Internasional.

TEORI DAN KONSEP Pemanfaatan

Pemanfaatan berasal dari kata manfaat yang berarti memiliki guna atau bisa diartikan berfaedah. Pemanfaatan memiliki makna suatu kegiatan, cara atau perbuatan memanfaatkan (Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, 2002 : 928). Pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan yang ada menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang memiliki imbuhan pe-an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan (Poerwadarminto, 2002 : 125).

New Media

Media baru adalah media yang dalam penggunaannya menggunakan internet melalui komputer atau juga telepon genggam, atau yang biasa disebut Handphone. Media baru disebut juga new media digital. Media digital adalah media yang isinya meliputi gabungan data, tulisan, suara, dan jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3).

Adapun Ciri-ciri utama internet sebagai media adalah : a. Teknologi berbasis komputer, b. Karakteristiknya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel, c. Potensi interaktif, d. Fungsi publik dan privat, e. Peraturan yang tidak ketat, f. Kesalingterhubungan, g. Ada dimana-mana/tidak tergantung lokasi, h. Dapat diakses individu sebagai komunikator, i. Media komunikasi massa dan pribadi.

(McQuail, 2011) mengkategorikan lima jenis media baru, yang memiliki kesamaan saluran tertentu, dan kurang lebih dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks di antaranya,

1. Media Komunikasi antar pribadi, melalui saluran telepon, dan surat elektronik.
2. Media permainan interaktif. Media ini berbasis penggunaan komputer dan video game, ditambah dengan virtual reality
3. Media pencarian informasi.
4. Media partisipasi kolektif. Jenis media yang digunakan untuk berbagi dan

pertukaran informasi, dan pengemangan hubungan antarpribadi.

5. Substitusi media penyiaran. Dasar utamanya penggunaan media untuk menerima atau mengunduk konten grafis yang disebarkan dan disiarkan di waktu tertentu.

Adapun fungsi new media dalam penerapannya di masyarakat diantara lain adalah :

1. Informasi.

Mengirim dan membagikan informasi adalah fungsi utama dari media. Karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan, media menawarkan fakta dan opini yang otentik dan tepat waktu tentang berbagai peristiwa dan situasi kepada khalayak sebagai data informatif. Fungsi media yang informatif juga memungkinkan pendengar mengetahui apa yang terjadi di sekitar mereka dan menemukan kebenaran. Media menyebarkan informasi sebagian besar melalui penyiaran berita di radio, TV, serta kolom surat kabar atau majalah.

2. Pendidikan

Media memberikan edukasi berupa pendidikan dan informasi yang berbeda untuk orang-orang di semua tingkatan. Media mencoba mendidik orang secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai bentuk konten. Contoh media sebagai pendidikan, yaitu dengan program pendidikan jarak jauh adalah pendekatan langsung, Drama, dokumenter, wawancara, cerita utama, dan banyak program lainnya disiapkan untuk mendidik masyarakat secara tidak langsung.

3. Hiburan

Fungsi penting lainnya dari media adalah sebagai hiburan yang juga dinilai sebagai fungsi media yang paling jelas dan sering digunakan, utamanya dalam kebutuhan media untuk memenuhi keinginan pasar. Media memberikan hiburan kepada orang-orang dengan koran dan majalah, radio, televisi, dan media online, dengan menawarkan cerita, film, serial, dan komik untuk menghibur masyarakat. Olahraga, berita, mengulas film, seni dan fashion adalah contoh lainnya untuk mengisi waktu luang masyarakat.

4. Persuasi

Fungsi lain dari media massa yaitu, persuasi dengan melibatkan dan membuat pengaruh pada pikiran audiens. Media massa mempengaruhi audiens dengan berbagai cara dengan membangun opini dan menetapkan agenda di masyarakat. fungsi persuasi diantara lain untuk mempengaruhi suara, mengubah sikap dan perilaku moderat, dengan Menggunakan tajuk rencana, artikel, komentar, dan lain-lain, media massa dapat memberi keyakinan kepada audiens meski tidak semua audiens mengetahui tentang topik atau isu yang disajikan oleh media.

5. Pengawasan

Fungsi Pengawasan atau *surveillance* yang berarti mengamati masyarakat dari dekat. Fungsi media massa adalah untuk mengamati masyarakat secara dekat dan terus menerus serta memberikan peringatan tentang tindakan-tindakan yang mengancam khalayak massa yang kemungkinan besar akan terjadi di masa mendatang guna mengurangi kemungkinan kerugian yang akan terjadi. Demikian pula media menginformasikan tentang perbuatan tercela yang terjadi di masyarakat kepada pihak yang berwenang dan mencegah terjadinya penyalahgunaan di masyarakat. Termasuk untuk menginformasikan tentang ancaman bencana alam, seperti angin topan, gunung berapi yang meletus, juga kondisi ekonomi, peningkatan inflasi atau serangan militer.

6. Sosialisasi

Sosialisasi adalah perpindahan budaya dan media berperan sebagai penyalur informasi kepada masyarakat yang kemudian disosialisasikan oleh masyarakat. Sosialisasi adalah proses di mana orang dibuat untuk berperilaku dengan cara yang dapat diterima dalam budaya di masyarakat. Melalui proses ini, masyarakat dapat belajar bagaimana menjadi anggota masyarakat atau masyarakat manusia dalam arti yang lebih besar. Pada proses sosialisasi peran media terletak untuk membantu membentuk perilaku, sikap dan keyakinan masyarakat yang mana proses sosialisasi mendekatkan orang dan mengikat mereka menjadi satu kesatuan.

Instagram

Instagram menurut para ahli, disebutkan bahwa sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi web. 2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan user-generated content. Dan dapat juga diartikan sebagai media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan".

Menurut (Widiastuti, 2018). Pada bukunya yang berjudul Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan disebutkan bahwa instagram merupakan salah satu media sosial milik Facebook yang memiliki fitur untuk berbagi konten, baik dengan bentuk video ataupun gambar. Berbeda dengan media sosial lain, akses fitur yang dapat digunakan oleh pengguna instagram lebih terbatas apabila diakses melalui komputer. Fitur unggahan konten dan mengirim pesan hanya dapat dilakukan pada aplikasi Instagram di smartphone.

Instagram dalam masanya sangat berkembang dengan pesat dan bahkan digemari oleh masyarakat di era digital modern, khususnya remaja. Instagram dalam penggunaannya adalah aplikasi yang mampu mengambil gambar dalam sebuah momen untuk dibagikan, mengedit gambar untuk mendapat kesan yang lebih luas dan mengunggah sebagai sarana menyimpan suatu momen yang terjadi.

Komunikasi Internasional

Komunikasi internasional merupakan instrumen yang sangat penting dalam dinamika hubungan internasional. Pada saat yang bersamaan negara yang dituju tersebut memberikan reaksi, saat itulah komunikasi internasional terjadi.

Menurut (Astrid, S. Susanto, 1988) memiliki pengertian terhadap komunikasi internasional yaitu proses komunikasi yang dimana berbagai negara yang berbeda melakukan komunikasi dengan melewati batas batas negara mereka

Menurut (Robert O, 2016') Angell mengartikan bahwa komunikasi internasional adalah komunikasi politik yang harus

dilaksanakan oleh bangsa / negara ,Selain itu ia juga menganggap bahwa kunjungan atau perpindahan penduduk dari suatu negara ke negara lain termasuk bentuk pelaksanaan komunikasi internasional

(Sumarno AP, 1992) mengartikan bahwa komunikasi internasional adalah komunikasi antar bangsa dan negara yang hanya berbeda dengan lingkup negara dengan menggunakan pesan yang menyangkut kepentingan bangsa dan negara.

Secara lebih spesifik dijelaskan (Liliweri, 2003), bahwa studi komunikasi internasional disandarkan atas beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Pendekatan peta (geographical approach) yang membahas arus informasi maupun informasi internasional pada bangsa atau negara tertentu, wilayah tertentu, lingkup dunia, dan antarwilayah/antarkawasan, yang ditentukan oleh letak geografis.
2. Pendekatan media (media approach), adalah pengkajian pemberitaan internasional melalui suatu media atau konten multimedia.
3. Pendekatan peristiwa (event approach) membahas suatu peristiwa internasional melalui suatu media.
4. Pendekatan ideologis (ideological approach), yang membandingkan sistem pers antar negara atau melihat penyebaran arus berita internasional dari sudut pandang ideologis semata-mata.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, dengan metode penelitian yang dilakukan adalah metode Deskriptif dan Studi kasus. Metode deskriptif memberikan gambaran secara sistematis, terkini, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat,serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Menurut (Anslem Strauss, 2013) penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.

Menurut (Arikunto, 2002) karakteristik penelitian kualitatif sebagai berikut :

1. Berpola pikir induktif (empiris-rasional atau *bottom up*). Maksudnya metode ini dipakai untuk memperoleh *grounded theory*, yaitu teori yang berasal dari data dan bukan berasal dari hipotesis. Dengan

demikian penelitiannya bersifat *generating theory*.

2. Penelitian Kualitatif mengutamakan dan menghargai persepsi atau pendapat dari partisipan atau narasumber. Adapun Minat peneliti banyak tercurah pada persepsi dan makna dari partisipan, yang meliputi: (a) jati diri; (b) tindakan; (c) interaksi sosialnya; (d) aspek yang berpengaruh dan (e) interaksi tindakan.
3. Rancangan penelitian bersifat alami/natural, sehingga tidak mempergunakan rancangan penelitian yang bersifat baku seperti pada penelitian kuantitatif.
4. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami, mencari makna di balik data, menemukan kebenaran, baik kebenaran empiris, logis dan teoritis.
5. Subjek yang diteliti, data yang dikumpulkan, sumber data yang dibutuhkan, dan alat pengumpul data bisa berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan.
6. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan fenomenologis, yakni memahami secara mendalam suatu gejala atau fenomena.
7. Penelitian kualitatif mengutamakan proses dibandingkan hasil yang diperoleh. Penelitian kualitatif lebih berfokus pada munculnya gejala. Maksudnya adalah, peneliti tidak mencari jawaban atas pertanyaan “apa” namun “mengapa”.
8. Peneliti berfungsi sebagai bagian dari *instrument* atau bagian dari data, sehingga tidak terpisahkan dengan kegiatan yang diteliti.
9. Analisis data dapat dilakukan selama proses penelitian berlangsung dan setelah selesai.
10. Hasil penelitian berupa pemaparan dan penafsiran di waktu serta situasi tertentu.
11. Penelitian kualitatif disebut juga penelitian alamiah atau naturalistik.

Selanjutnya, metode Deskriptif yaitu berupaya untuk menggambarkan (*to describe*), menjelaskan (*to explain*), dan menganalisis (*to analyse*) fenomena, peristiwa, situasi, atau kejadian-kejadian tertentu dan berusaha untuk memberikan pemecahan masalah yang ada, berdasarkan data-data yang dikumpulkan dan bersifat kualitatif.

Penelitian ini terpusat secara intensif pada satu obyek tertentu yang akan dipelajari sebagai suatu kasus. Metode studi kasus

memungkinkan peneliti untuk tetap memandang sebuah kasus secara keseluruhan dan signifikan. Menurut (Nawawi, 2003) menyebutkan bahwa “data studi kasus dapat diperoleh dari berbagai pihak yang bersangkutan, dengan kata lain data dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber”. Sebagai sebuah studi kasus maka data yang dikumpulkan berasal dari berbagai sumber dan hasil penelitian ini hanya berlaku pada kasus yang diselidiki.

Adapun metode pengumpulan data menggunakan metode studi pustaka (*library research*). Sumber data utama (*primary source*) berasal dari studi kepustakaan, seperti jurnal ilmiah, buku teks, dokumen, dan kamus. Sementara sumber data sekunder (*secondary source*) meliputi artikel berita yang tersedia di media massa serta data penunjang lain yang dianggap relevan dengan kebutuhan kajian (Azwar, 2001: 91)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi ini, membuat jaringan komunikasi antar manusia, dan antar negara menjadi tidak terbatas. Teknologi informasi dapat menembus ruang, jarak dan waktu. Adapun kaitannya dengan isu Komunikasi Internasional, peran *new media* dalam hal ini internet pada dasarnya memiliki peran yang sangat penting khususnya sebagai nilai jual yang dimiliki oleh suatu negara.

Teori Kesempurnaan Media

Teori Kesempurnaan Media atau yang populer dengan *Media Richness Theory* merupakan sebuah teori perkembangan dari teori kontingensi media, teori ini muncul untuk memberikan gambaran dan evaluasi media komunikasi dalam suatu organisasi. Teori ini dikemukakan oleh Richard L. Daft dan Daft H. Lengel, teori ini dapat diartikan sebagai kapasitas pengangkutan informasi atau respon *feedback* pada suatu media, kesempurnaan dijelaskan sebagai kemampuan media dalam pemberian informasi.

Pada teori ini perbincangan *face to face* dinilai sebagai media yang paling kaya karena pemberi pesan menerima *feedback* secara langsung atas seberapa baik penerima dalam mendengar dan memaknai pesan. Maka pada intinya, media dapat dikatakan kaya apabila pesan yang disampaikan dapat langsung memberikan umpan balik. Pada pembahasan

kali ini, media sosial bagian dari media baru sebagai media yang paling kaya atau cepat karena pada media sosial khususnya Instagram, penerima pesan dapat langsung memberikan respon atau feedback kepada pemberi pesan. Bagi media sosial Instagram, respon yang dapat langsung diberikan dari penerima adalah dengan cara memberikan likes, comment dan pemberian pesan.

Penyebaran Informasi

Penyebaran Informasi merupakan bagian dari Teori Kesempurnaan Media, penyebaran informasi dibutuhkan dalam memilih media, sebagaimana dicetuskan pemilihan media yang lebih kaya cocok pada situasi menyampaikan pesan penting, pesan yang berpotensi menimbulkan ambiguitas, media yang membutuhkan keterangan lebih lanjut. Semakin kaya suatu media maka akan semakin efektif dalam menyampaikan pesan.

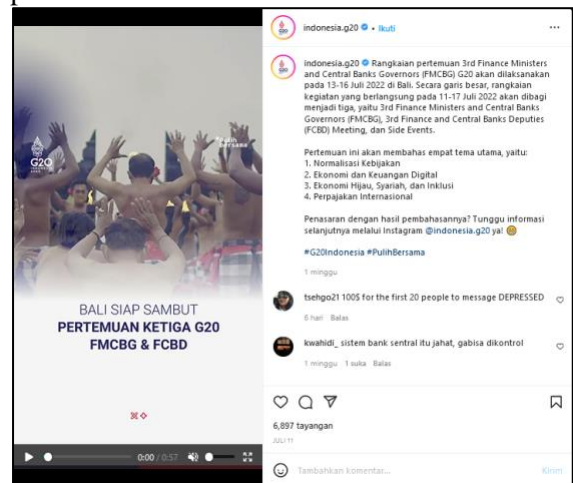
Dalam studi kasus pelaksanaan forum G20 di Indonesia, Pemerintah memanfaatkan media informasi yang mudah diakses, dan tersebar merata di seluruh Dunia, dengan menggunakan Instagram dengan akun @indonesia.g20. Adapun akun @indonesia.g20 dibuat pada tanggal 26 Oktober 2021.

Selain itu, hal tersebut senada dengan yang disampaikan oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, melalui buku "Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah", dengan melakukan Pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah merupakan salah satu inovasi dengan memaksimalkan teknologi.

Fungsi Komunikasi

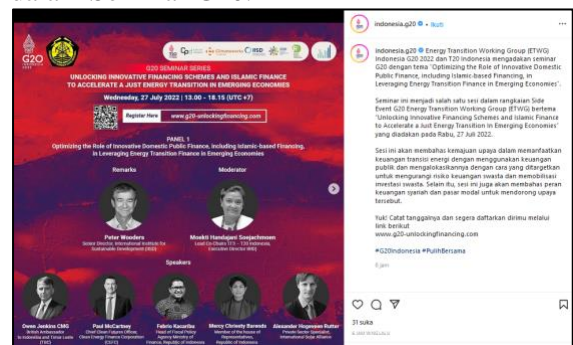
Dikutip dari (Anugrah, Kresnowiati, 2007) menyampaikan bahwa salah satu fungsi komunikasi fungsi pribadi. Fungsi Pribadi disini meliputi Identitas Sosial, Kognitif, serta Melepaskan diri. Dalam isu Forum G20, melalui penggunaan new media dalam hal ini Instagram sebagai salah satu media informasi komunikasi internasional, pemerintah berupaya menerapkan fungsi identitas Sosial. Bagaimana dalam komunikasinya pemerintah menggunakan momentum G20 untuk menyatakan identitas diri, dihadapan negara lain. Hal tersebut terlihat dari beberapa unggahan video Dokumentari budaya di Indonesia, dalam rangka menyambut pelaksanaan G20, di beberapa kota, sebagai

contoh di Bali dalam Rangkaian pertemuan 3rd Finance Ministers and Central Banks Governors (FMCBG) G20 yang dilaksanakan pada 13-16 Juli 2022



Unggahan Video Dokumentari budaya di Bali sebagai salah satu Kota yang menggelar pertemuan G20 di Indonesia.

Pada penerapan Fungsi Komunikasi lainnya, pemerintah menerapkan fungsi pribadi Kognitif, pada pemanfaatan Instagram, dalam momentum G20. Adapun fungsi kognitif sendiri bermakna bahwa komunikasi dapat menambah dan memperkaya pengetahuan bersama. Hal tersebut juga ditandai dengan unggahan Instagram @indonesia.g20, yang mengajak masyarakat, tanpa dibatasi kewarganegaraannya, untuk berpartisipasi dalam Seminar G20.



Unggahan ajakan partisipasi Seminar G20

Diplomasi Publik

Diplomasi publik berkaitan dengan pengaruh sikap public terhadap bentuk dan pelaksanaan politik luar negeri yang mencakup hubungan internasional yang melampaui diplomasi tradisional; penanaman oleh pemerintah terhadap opini public rakyat negara-negara lain, melaporkan urusan-urusan luar negeri (foreign affairs) dan dampaknya terhadap kebijakan; komunikasi antara orang

yang memiliki pekerjaan dalam bidang komunikasi, sebagaimana antara diplomat dan koresponden asing, dan proses komunikasi antarbudaya.

Melalui isu Forum G20, dan pemanfaatan media Instagram, dinilai Pemerintah menerapkan opsi Diplomasi publik baru, yang mana terdapat keaktifan dan partisipasi publik, dialog yang terjadi 2 arah, antara masyarakat dengan publik, juga publik dengan publik. Melalui pemanfaatan media instagram juga, kebijakan Diplomasi publik baru oleh pemerintah tidak hanya memerlukan diplomasi secara resmi yang diwakili oleh pemerintah. Namun, saat ini, media global dan jangkauan global juga dapat meningkatkan kebijakan luar negeri, yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia kepada anggota Forum G20.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang disampaikan, di tengah perkembangan era globalisasi, dan percepatan informasi, melalui adanya peningkatan penggunaan new media di masyarakat, dapat disimpulkan pemerintah melakukan pemanfaatan Instagram sebagai media Komunikasi Internasional.

Pemerintah menggunakan Instagram sebagai media komunikasi Internasional dalam rangka memanfaatkan media informasi yang mudah diakses, dan tersebar merata di seluruh Dunia, dengan jumlah pengguna Instagram menurut data *Business of Apps*, secara global sudah mencapai 1,96 miliar orang pada kuartal I 2022.

Adapun dalam mencakup fungsi komunikasi itu sendiri, pemanfaatan media Instagram oleh pemerintah, terdiri dari fungsi komunikasi Pribadi dan Sosial, dengan cakupan fungsi identitas Sosial. Bagaimana dalam komunikasinya pemerintah menggunakan momentum G20 untuk menyatakan identitas diri, dalam hal ini budayanya, dihadapan negara lain. Selain itu, pemerintah juga menerapkan fungsi pribadi Kognitif, pada pemanfaatan Instagram, dalam momentum G20, dengan mengajak masyarakat, tanpa dibatasi kewarganegaraanya, untuk berpartisipasi dalam Seminar G20.

Adapun pada pemanfaatan media instagram, pemerintah menerapkan Diplomasi publik baru, yang mana terdapat keaktifan dan partisipasi publik, dialog yang terjadi 2 arah, antara masyarakat dengan publik, juga publik

dengan publik, melalui interaksi pada media Instagram tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Allan .2005. Pengertian Internet dan asal usul dari kata internet, Surabaya: Penerbit Indah.
- Anslem Strauss dan Juliet Corbin diterjemahkan oleh Muhammad Shodiq dan Imam Muttaqien. 2013. Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. hal. 4.
- Astrid, S. Susanto, Phil. Komunikasi dalam Teori dan Praktik . Jakarta: Bina Cipta. 1988
- H. Hadari Nawawi, 2003; Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif, Cetakan ke-7, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Murdwarsa Febriyanta, I Made. 2020. Serba-serbi Penggunaan Media Sosial di Instansi Pemerintah. (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jakarta/baca-artikel/13455/Serba-serbi-Penggunaan-Media-Sosial-di-Instansi-Pemerintah.html>, diakses pada 21 Juli 2022)
- Mengenal G20 dan Presidensi Indonesia, dengan pengalaman 360°. *bi.go.id*. Diakses tanggal 20 Juli 2022, dari www.bi.go.id/TanpaPenulis
- Poerwadarminta. 2002. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Robert,O.Angell. .2016. Komunikasi-internasional dan perkembangan.Jakarta : blogger.
- Rizaty, Ayu, M. 2022. Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram per Kuartal I 2022. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>, diakses 20 Juli 2022).
- Suharsimi Arikunto. 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: PT. Rineka Cipta, hal.14-16.
- Sumarno AP, 1992, Pengantar studi ilmu komunikasi.Bandung : Citra aditya bakti.
- Torach Julius & Bitwayiki Constantine. 2006. Uganda Puths ICTs Under One Political Leadership Presentation at GTEC/CePRC eGovernment Workshop. Ottawa.