

BAB IV

KESIMPULAN

Sosial media menjadi salah satu media strategis gerakan aktivisme untuk mengorganisir gerakan serta membawa perubahan sosial. Akun-akun media sosial yang sebelumnya digunakan untuk membagikan momen pribadi tertentu yang menarik atau ketertarikan terhadap suatu hal kini juga digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, dalam hal ini berita terkini. Peran media sosial juga sebagai tempat untuk membentuk opini publik terhadap image suatu negara dan bagaimana rekonstruksi sebuah image negara dilakukan. Peran media sosial terhadap citra suatu negara adalah sebagai ruang yang memungkinkan orang-orang untuk bertukar makna. Karakteristik citra negara yang ingin dibentuk sifatnya lebih terbuka dan transparan; berorientasi pada orang; dan memiliki partisipan yang beragam.

Salah satu contoh media yang memanfaatkan media Instagram sebagai gerakan untuk menyebarkan informasi positif mengenai Indonesia dan Asia Tenggara adalah @seasia.co atau Good News from Southeast Asia. Akun @seasia.co atau Good News From Southeast Asia memiliki kepentingan tersendiri, yakni untuk membangun opini publik dengan menunjukkan citra baik Indonesia untuk dilihat masyarakat nasional dan dunia. Aktivisme yang dilakukan oleh @seasia.co dapat dianalisis melalui konsep *cyberactivism*. Karena aktivisme yang dilakukan oleh @seasia.co termasuk ke dalam *online journalism*, yang memanfaatkan media Instagram untuk memproduksi konten-konten yang berkaitan dengan informasi Asia Tenggara. Konten yang disebarkan tidak terbatas pada suatu bidang, @seasia.co memasukkan semua bidang seperti pariwisata, ekonomi, politik, budaya, sosial, olahraga, dan lain-lain. Konten-konten ini selanjutnya mempengaruhi citra negara Indonesia di mata masyarakat internasional. Pembentukan citra negara oleh @seasia.co sebagai media bukan hanya berasal dari satu arah, respons orang-orang

dengan identitas suatu bangsa terhadap postingan media tersebut dapat mempengaruhi citra sebuah negara.

Cyberactivism oleh @seasia.co merupakan clicktivism/slacktivism karena aktivisme dilakukan melalui platform media Instagram yang menyediakan fitur *like*, *comment*, *share*, ataupun menandai foto/video. Walaupun aktivisme yang dilakukan @Seasia.co masih berada dalam tahap *advocacy/awareness*, dampak yang diberikan kepada @seasia.co terhadap image Indonesia cukup signifikan. Hal ini karena aktivisme yang dilakukan oleh @seasia.co juga dilakukan bekerjasama dengan media-media lain. Seasia.co juga aktif dalam menyelenggarakan event bersama pemerintah nasional atau NGO untuk mengangkat suatu isu. dampak yang diberikan @seasia.co terhadap citra Indonesia dapat dilihat dari engagement yang dihasilkan oleh media tersebut yang mencapai 1,2 juta kunjungan website perbulannya. Ini membuktikan bahwa @seasia.co memiliki pengaruh yang luas terhadap penyebaran citra suatu negara.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran akun Good News From Southeast Asia atau @seaasia.co dilakukan melalui berbagai konten unggahan relatif berhasil membentuk citra positif Indonesia. Konten-konten yang disebarakan berfokus pada keunikan budaya Indonesia untuk meningkatkan pariwisata Indonesia yang sebelumnya mengalami penurunan karena pandemi COVID-19. @Seasia.co juga aktif melakukan reposting unggahan akun-akun travelling negara lain yang menggunakan hashtag #southeastasia. @seasia.co sebagai media juga aktif dalam menyelenggarakan event-event dengan pemerintah dan NGO.

Dari penelitian ini, penulis menyarankan penelitian selanjutnya untuk mengkaji lebih banyak referensi mengenai peran media instagram dalam rekonstruksi citra negara Indonesia di mata internasional. Penulis juga menyarankan agar penelitian selanjutnya juga mengkaji respon-respon dari masyarakat negara lain

secara langsung mengenai pengetahuannya tentang Indonesia dan pandangannya terhadap Indonesia.

