

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pengelolaan merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan sampai pengevaluasian untuk mewujudkan tujuan tertentu yang telah direncanakan. Pengelolaan merupakan suatu upaya untuk mengawasi dan memelihara kegiatan lembaga atau perusahaan agar berjalan dengan baik melalui sumber daya manusia didalamnya. Sumber daya manusia yang berada di dalam lingkup perusahaan atau lembaga dimulai dari manajer sampai pegawai memiliki tanggung jawab untuk mengelola lembaga atau perusahaan menuju perkembangan ke arah yang lebih baik lagi.

Pengelolaan dilaksanakan dalam berbagai lingkup, termasuk media sosial. Perkembangan media sosial saat ini telah banyak dimanfaatkan dalam berbagai aktivitas. Data dari *We are Social* (2020) menunjukkan 65% individu di Indonesia menggunakan media sosial untuk bekerja. Penggunaan media sosial tersebut lebih banyak diakses, karena informasi dapat diterima dan disebarluaskan secara mudah dan cepat.

Salah satu perkembangan media sosial yang cukup populer dimanfaatkan masyarakat adalah Instagram. Dwi (2020), menjelaskan bahwa 79% masyarakat Indonesia yang berumur 16 sampai 64 tahun paling sering menggunakan Instagram. Instagram banyak dimanfaatkan oleh individu atau kelompok dengan berbagai kepentingan, seperti untuk kepentingan agama, budaya, ekonomi, sosial, dan salah

satunya kepentingan perdamaian sebagaimana yang dilakukan oleh Peace Generation Indonesia pada akun Instagramnya @peacegenid.

Peace Generation Indonesia (PeaceGen) merupakan sebuah organisasi yang bergerak pada bidang pendidikan perdamaian, diantaranya yaitu pengembangan pelatihan perdamaian, media pembelajaran perdamaian, kegiatan kampanye dan aktivasi konten perdamaian. PeaceGen menggunakan Instagram bernama @peacegenid, telah memiliki kurang lebih 50 ribu pengikut dengan jumlah 1.541 unggahan. Akun Instagram @peacegenid telah ada sejak 2 Desember 2014 dimulai dengan pengelolaan yang masih sederhana, namun seiring berjalannya waktu, publikasi pada Instagram PeaceGen semakin menarik.

Gambar 1. 1 Instagram Peace Generation Indonesia



Sumber: www.instagram.com/peacegenid

Informasi yang dibuat oleh PeaceGen pada Instagram @peacegenid meneguhkan nilai-nilai perdamaian dan keberagaman. Berdasarkan data pada *website* PeaceGen, PeaceGen membuat 12 nilai dasar perdamaian yang berisi diantaranya yaitu menerima diri sendiri, menghapus prasangka, keragaman etnik, perbedaan agama, perbedaan gender, perbedaan status sosial, perbedaan kelompok, merayakan keberagaman, memahami konflik, menolak kekerasan, mengakui kesalahan dan memaafkan. Nilai-nilai dasar perdamaian tersebut menjadi salah satu

landasan PeaceGen dalam membuat setiap unggahan berupa gambar, video dan *caption* yang disebarakan melalui Instagramnya.

Beragam informasi yang dikemas dalam bentuk gambar, video dan *caption* pada Instagram @peacegenid setiap harinya memberikan kesan tersendiri bagi publiknya seperti ada konten unik berbentuk komik. Konten tersebut mengilustrasikan berbagai kisah kehidupan dengan tema perdamaian hidup. Respons pengikut instagram @peacegenid juga terlihat bahwa banyak dari mereka yang memberikan komentar positif atas konten komik yang telah dibuat oleh PeaceGen.

Publikasi yang diunggah oleh PeaceGen pada akun Instagram @peacegenid memiliki ciri khas tersendiri. Ciri khas tersebut meliputi penggunaan *caption* yang sederhana dan mudah dipahami, desain gambar *colorful*, video kreatif dan tertulis pada *caption*-nya “Peace Generation, 14 tahun konsisten menyebarkan perdamaian.” Berdasarkan hal tersebut, terlihat bahwa aktivitas pada akun Instagram @peacegenid tidak dilakukan secara asal-asalan. PeaceGen mengelola Instagramnya yang dikonsept sedemikian baiknya dengan mempertimbangkan bagaimana setiap informasi yang disebarakan dapat diterima dan dipahami oleh publiknya.

Peace Generation Indonesia aktif memberikan beragam informasi beraskan perdamaian melalui akun Instagramnya. Berbagai informasi dikemas secara menarik dan informatif untuk membangun kesadaran dan meningkatkan pemahaman mengenai keberagaman dan perdamaian dunia serta mengajak publiknya sebagai *agent of peace*, sebagaimana yang tertulis pada biografi akun

Instagram @peacegenid “Kami membantu para *agent of peace* (pemuda dan guru) menyebarkan damai melalui media kreatif dan *game based learning*.”

Setiap lembaga tentu diharuskan mengelola Instagramnya masing-masing secara maksimal untuk mencapai tujuan, termasuk Peace Generation Indonesia. Instagram @peacegenid aktif, informatif dan kreatif dalam mengemas informasi tentang perdamaian sehingga terbangun interaksi di dalamnya. PeaceGen sudah seharusnya mengelola Instagramnya secara *continue* karena sesuai perkembangan Instagram yang semakin banyak digunakan oleh target publiknya yaitu kaum muda, sehingga mereka dapat tertarik untuk menerima dan memahami beragam informasi perdamaian yang ada pada Instagram @peacegenid.

Instagram menampilkan gambar dan video yang biasa disebut dengan konten. Beragam pesan yang dimuat dalam konten tersebut dapat memicu respons publik yang berbeda sehingga memungkinkan timbul adanya interaksi antara publik dengan lembaga. Hal ini menunjukkan bahwa konten, pesan, interaksi, dan publik pada Instagram saling berkaitan, keempat tersebut harus dikelola lembaga agar informasi yang diberikan suatu lembaga dapat diterima dan dipahami oleh publik.

Meningkatnya pengguna Instagram di Indonesia menyebabkan banyak dari lembaga turut memanfaatkan Instagram sebagai media informasi dengan menampilkan beragam konten yang menarik. Studi kajian tentang pengelolaan Instagram @peacegenid sebagai media informasi yang menyebarkan pesan-pesan perdamaian ini tentu menarik untuk dikaji dalam sebuah penelitian, sebab masih sedikit Instagram disajikan sebagai media informasi untuk kepentingan perdamaian.

Studi kajian pengelolaan Instagram @peacegenid akan bermanfaat dalam kegiatan *Cyber Public Relations* untuk menyampaikan informasi perdamaian kepada publik melalui unggahan Instagram. *Cyber Public Relations* melalui Instagram berguna untuk menyebarkan informasi lembaga dengan cara mengemas pesan dalam bentuk konten sehingga terbangun hubungan interaksi antara lembaga dengan publik. Pengelolaan Instagram secara aktif dan kreatif perlu dilakukan oleh Peace Generation Indonesia secara *continue* dalam menyebarkan pesan perdamaian kepada publiknya.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, pengelolaan Instagram sebagai media sosial dalam mengembangkan konteks perdamaian dapat dilihat dalam proses pengelolaan konten, pesan, interaksi dan publik Instagram. Maka pertanyaan penelitian yang terbentuk yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana pengelolaan *share* konten pada Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian?
2. Bagaimana pengelolaan *optimize* pesan pada Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian?
3. Bagaimana pengelolaan (*manage*) interaksi pada Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian?
4. Bagaimana pengelolaan *engage* publik pada Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui pengelolaan Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian. Tujuan penelitian ini secara khusus yaitu sebagai berikut.

1. Mengetahui pengelolaan *share* konten pada Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian.
2. Mengetahui pengelolaan *optimize* pesan pada Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian.
3. Mengetahui pengelolaan (*manage*) interaksi pada Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian.
4. Mengetahui pengelolaan *engage* publik pada Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang aktual dan memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada kajian komunikasi massa dan *Cyber Public Relations*. Penelitian ini juga diharapkan dapat mempresentasikan kegiatan pengelolaan Instagram secara nyata dalam kajian komunikasi massa dan *Cyber Public Relations* oleh Peace Generation Indonesia sebagai media informasi dalam menyebarkan informasi perdamaian.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak di berbagai lembaga yang berkaitan dengan proses

pengelolaan Instagram. Aktivitas pengelolaan Instagram @peacegenid oleh Peace Generation Indonesia ini menyebarkan pesan nilai-nilai perdamaian kepada publiknya.

Bagi praktisi humas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi dalam menjalankan pengelolaan Instagram di suatu lembaga untuk menyebarkan pesan-pesan kepada publiknya.

Bagi Peace Generation Indonesia, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi dalam aktivitas pengelolaan Instagram @peacegenid agar lebih baik di masa mendatang.

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan masyarakat terkait dengan pengelolaan Instagram yang telah diterapkan oleh Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian.

Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan meningkatkan pemahaman teori atau konsep yang berkaitan dengan pengelolaan Instagram sebagai media informasi.

Bagi penelitian lanjutan, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur bacaan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

1.5 Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran ini bertujuan untuk menjelaskan suatu teori dan konsep yang berkaitan dengan fokus penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan acuan dasar dalam sebuah penelitian yang diharapkan dapat mendukung fakta-fakta yang ada sehingga dapat menarik suatu kesimpulan berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Sugiyono (2017: 54) menjelaskan landasan teori merupakan alur logika atau penalaran yang berupa serangkaian konsep, definisi, dan proporsi yang disusun secara sistematis. Landasan teoritis membantu menghubungkan dan menganalisis data sesuai fokus penelitian yang telah ditetapkan.

Landasan teoritis penelitian ini menggunakan model komunikasi dari Regina Luttrell yang bernama *The Circular Model of Some*. Menurut Mulyana (2008: 131) model merupakan gambaran yang mewakili suatu fenomena baik nyata atau abstrak dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting dari fenomena tersebut. Achmed, Setianti, & Puspitasari (2019: 332) menyebutkan *The Circular Model of Some* berlandaskan dukungan dari model komunikasi *Public Relations* yaitu model komunikasi dua arah simetris Grunig. *The Circular Model of Some* ini dicetuskan oleh Regina Luttrell. Menurut Pertiwi, Fitriani, & Santoso (2019: 36) menjelaskan *The Circular Model of Some* digunakan untuk memfasilitasi praktisi humas dalam mengadaptasi dan mengembangkan strategi pada media sosial yang terus berkembang. Penelitian ini menggunakan *The Circular Model of Some* karena membahas mengenai proses pengelolaan pada media sosial Instagram.

The Circular Model of Some mengandung empat aspek yang saling berkaitan dan saling berpengaruh mengenai pengelolaan media sosial, meliputi *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan

engage (mengikutsertakan). Luttrell (2015: 41) menjelaskan tahapan pengelolaan media sosialnya sebagai berikut.

1) *Share* (membagikan)

Share yakni aspek ini membantu proses organisasi atau perusahaan untuk terhubung dengan publiknya dalam berbagi minat dan keyakinan yang sama. Proses ini merupakan bentuk upaya organisasi atau perusahaan dalam menarik minat target publiknya. Suatu organisasi atau perusahaan membagikan informasi mengenai program-program yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan itu sendiri dengan berbagai macam bentuk, seperti pada Instagram biasanya disuguhkan dalam bentuk foto, video dan *caption*. Tentu sebelum kegiatan *share* dilakukan, organisasi atau perusahaan harus membuat akun media sosialnya sendiri dan mengetahui karakteristik publiknya seperti apa. Hal ini membantu organisasi agar dapat membagikan pesan kepada publiknya secara tepat sehingga membangun interaksi, kepercayaan, saling memahami dan mengenal antara organisasi dengan publik yang bersangkutan. Peace Generation Indonesia sendiri telah memiliki akun Instagram bernama @peacegenid, yang telah memiliki pengikut sebanyak kurang lebih 50 ribu pengikut. Target publik pada akun Instagramnya yaitu kaum muda.

2) *Optimize* (mengoptimalkan)

Optimize yakni dalam aspek ini lembaga atau organisasi harus menentukan jenis konten apa yang harus dibuat. Suatu lembaga atau organisasi harus mengetahui dan terlibat dalam perbincangan publik sehingga dapat mengoptimalkan pesan yang dibagikan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar

organisasi dapat mengantisipasi apabila ada informasi negatif yang berkaitan dengan organisasi itu sendiri. Peran organisasi disini yakni menyampaikan informasi atau pesan mengenai suatu topik yang sedang diperbincangkan oleh publik baik berkaitan secara langsung dengan organisasi maupun yang tidak berkaitan namun akan memberi peluang organisasi itu terlihat di hadapan publiknya. Organisasi dapat memanfaatkan alat seperti *social mention* yang berguna untuk membantu organisasi dalam mencari apa yang sedang diperbincangkan oleh publik mengenai organisasi, baik mengenai program maupun kebijakan.

3) *Manage* (mengelola)

Manage yakni dalam aspek ini organisasi harus memantau dan memahami berbagai tanggapan atau isu yang muncul diperbincangkan oleh publik khususnya isu yang berkaitan penilaian publik terhadap organisasi. Isu media sosial timbul sangat cepat, maka dari itu organisasi harus merespon secara cepat dan tepat agar mencegah timbulnya atau meluasnya isu yang negatif mengenai organisasi. Proses ini perlu dilakukan interaksi secara nyata yang dibangun oleh organisasi dengan publik dalam mengelola bahkan menjawab pertanyaan dari publik. Organisasi dapat memanfaatkan alat *social media dashboard* yaitu *tweetdeck* dan *hootsuite*. Kedua alat tersebut dapat mengikuti percakapan dan menanggapi publik secara *real time*, mengirim pesan pribadi, memperbaharui dan memantau publikasi yang sedang diperbincangkan, memantau percakapan dan mengukur keberhasilan.

4) *Engage* (mengikutsertakan)

Engage yakni dalam aspek ini menekankan pada proses membangun hubungan dengan publik melalui pembuatan konten yang menarik. Organisasi membuat konten bertujuan untuk menghibur dan membangun interaksi dengan publiknya. Organisasi dapat mengetahui publik mana yang diraih dan bagaimana baiknya suatu pesan dan tindakan dibagikan sesuai dengan karakteristik publiknya. Keterlibatan organisasi dengan perbincangan publik menimbulkan tantangan tersendiri bagi organisasi dalam menjangkau target sasaran, menentukan peran publiknya sebagai *influencer* dan cara melibatkannya supaya organisasi tidak bergerak sendirian.

Penelitian ini menggunakan *The Circular Model of Some* dari Regina Luttrell karena model tersebut memaparkan secara khusus proses pengelolaan media sosial yang dapat terlihat dalam empat tahap di atas. Peace Generation Indonesia merupakan salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang perdamaian yang memanfaatkan Instagram sebagai media informasi perdamaian kepada publiknya. Pengelolaan Instagram tersebut tentu perlu dilaksanakan agar aktivitas *share* konten, *optimize* pesan, *manage* interaksi, dan *engage* publik pada akun Instagram @peacegenid tetap terkontrol dengan baik dan *up to date*.

1.5.2 Landasan Konseptual

1.5.2.1 Pengelolaan

Pengelolaan sering kali diartikan *management*, yaitu serangkaian proses yang melibatkan pelaksanaan kebijakan untuk mencapai suatu tujuan. Arikunto (1988: 8) menjelaskan pengelolaan merupakan serangkaian tindakan dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan sampai dengan pengawasan dan

penilaian yang bertujuan untuk menyempurnakan dan meningkatkan performa lembaga.

Pengelolaan berkaitan dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh suatu lembaga. Pengelolaan ini dilaksanakan bertujuan sebagai pengendalian dan pengawasan aktivitas-aktivitas yang akan atau sedang dilakukan untuk mencapai tujuan yang sebagaimana telah ditetapkan. Silalahi (2017: 5) menjelaskan pengelolaan atau *management* merupakan proses pengoordinasian seperangkat kegiatan kerja bersama orang lain sehingga dapat diselesaikan secara efektif dan efisien.

Pengelolaan dalam penelitian ini dilaksanakan pada lingkup media sosial yaitu Instagram @peacegenid sebagai media informasi perdamaian yang dikelola oleh Peace Generation Indonesia. Proses pengelolaan pada Instagram dapat ditinjau sebagaimana model komunikasi dari Regina Luttrell yaitu *The Circular Model of Some*. Luttrell (2015: 41) menjelaskan *The Circular Model of Some* membahas bagaimana proses pengelolaan media sosial yang ditinjau dari empat tahapan meliputi *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (mengikutsertakan).

Proses pengelolaan Instagram @peacegenid dilakukan dimulai dari pertama *share* (membagikan), yakni tentunya disini Peace Generation Indonesia telah memiliki akun Instagram @peacegenid terlebih dahulu yang telah memiliki kurang lebih 50 ribu pengikut dan membagikan informasi perdamaian kepada publiknya berjumlah 1.541 unggahan. Kedua *optimize* (mengoptimalkan), yakni usaha Peace Generation Indonesia untuk memberikan informasi secara optimal mengenai

perdamaian kepada publiknya yang memberikan peluang lembaga Peace Generation Indonesia ini dikenal melalui Instagramnya @peacegenid. Ketiga *manage* (mengelola), yakni Peace Generation Indonesia membangun interaksi secara nyata melalui Instagram @peacegenid dengan cara menanggapi komentar netizen serta membuat kegiatan tanya jawab (*question & answer*) pada instastory @peacegenid. Keempat *engage* (mengikutsertakan), yakni Peace Generation Indonesia memberikan informasi melalui Instagram @peacegenid untuk mengajak dan mengikutsertakan publiknya dalam beragam kegiatan yang diadakan seperti webinar salah satunya bertema “Bandung Peace Week”, sayembara desain kaos dengan misi perdamaian, Peacesantren Nasional 2021, dan sebagainya. Empat proses tahap tersebut dapat dijadikan sebagai pedoman bagaimana Peace Generation Indonesia mengelola Instagram @peacegenid sebagai media informasi perdamaian.

1.5.2.2 Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang berupa aplikasi melalui jaringan internet untuk saling berbagi pesan dalam bentuk gambar, video dan *caption* secara instan dan cepat. Atmoko (2012: 28) menjelaskan fitur-fitur Instagram yaitu sebagai berikut.

1) *Home page* (beranda)

Halaman utama yang memperlihatkan gambar dan video terbaru dari berbagai pengguna yang telah diikuti. *Home page* dapat dilihat dengan cara menggeser layar dari bawah ke atas pada alat telekomunikasi. Gambar dan video yang diunggah pada Instagram @peacegenid akan muncul dalam *home*

page para pengikutnya. Peace Generation Indonesia mengunggah konten gambar dan video terkini terjadwal setiap harinya yang berisi informasi perdamaian, meliputi gambar informasi seputar aktivitas lembaga dan kehidupan perdamaian salah satunya mengenai Konferensi Asia Afrika “kontribusi Indonesia untuk perdamaian dunia”, gambar *quotes* perdamaian, video seputar aktivitas lembaga dan kisah inspiratif perdamaian hidup salah satunya video inspiratif mengenai “menerima diri sendiri”.

2) *Comment* (komentar)

Tanggapan atau respons yang diberikan oleh netizen yang terlihat dibawah unggahan pengguna. Netizen memberikan beragam komentar pada akun Instagram @peacegenid, mayoritas berkomentar positif mengenai informasi perdamaian yang diunggah oleh Peace Generation Indonesia. Salah satu gambar yang diunggah membahas mengenai “*Perfectly imperfect*, belajar berdamai dengan diri sendiri”, salah satu netizen berkomentar “Terima kasih admin sudah mengingatkan, intinya di sini banyak bersyukur juga tapi *improve* diri sendiri supaya lebih maju, cuman maksudnya jangan malah jadi *down* karena kritik diri sendiri”. Tim Peace Generation Indonesia juga sering merespons kembali komentar netizen sehingga terlihat adanya interaksi dan terbangun kedekatan antara lembaga dengan publik.

3) *Explore* (Jelajah)

Tampilan dari kumpulan gambar yang populer dan banyak disukai oleh pengguna Instagram. Gambar-gambar tersebut berasal dari pengguna yang telah diikuti maupun pengguna yang belum diikuti. *Explore* Instagram

@peacegenid juga berisi gambar-gambar populer dari pengikut maupun bukan. Tim Peace Generation Indonesia dapat melakukan riset melalui *explore* ini berupa gambar atau video seperti apa yang sedang ramai di Instagram, membuat *hashtag* (tagar) untuk konten yang dibuatnya, mencari pengguna lain dan lokasi.

4) *Profile*

Informasi pengguna secara detail berisi foto *profile*, nama pengguna, biografi, situs yang berkaitan, alamat, *highlight story*, jumlah unggahan, *followers* dan *following*. Peace Generation Indonesia memiliki akun Instagram dengan nama pengguna @peacegenid, telah memiliki kurang lebih 50 ribu pengikut, 633 yang diikuti dan 1.541 unggahan. *Profile* Instagram @peacegenid cukup lengkap dan informatif meliputi foto *profile* diisi dengan logo yang dibuat Peace Generation Indonesia, biografinya tertulis “Kami membantu para *agent of peace* (pemuda dan guru) menyebarkan damai melalui media kreatif dan *game based learning*”, mencantumkan situs-situs PeaceGen terdiri dari informasi *training*, Instagram, Youtube, *website* dan seputar *merchandise*. Pada *profile* Instagramnya juga tertulis alamat lembaga Peace Generation Indonesia dan terdapat 8 *highlight story* @peacegenid.

5) *News Feed*

Fitur ini menampilkan notifikasi aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* berisi aktivitas mengenai *like*, *comment*, *fallback* yang muncul di tab notifikasi pada akun Instagram pengguna. Fitur ini membantu Peace Generation Indonesia dalam memantau aktivitas terkait respons yang diberikan oleh netizen berupa *like* dan *comment* atas konten

perdamaian yang telah diunggah pada Instagram @peacegenid, dapat mengetahui pengguna yang baru mengikuti Instagram @peacegenid, serta merespons dan mengikuti balik pengguna yang berkepentingan.

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang menyuguhkan berbagai fitur dalam membagikan gambar dan video, yang mana fitur tersebut sering kali mengalami pembaharuan. Pengguna Instagram dapat menyebarkan beragam informasi atas konten yang diunggah, seperti halnya Peace Generation Indonesia dalam menyebarkan informasi perdamaian kepada publik melalui Instagram @peacegenid.

1.5.2.3 Media Informasi

Media informasi merupakan suatu sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi sehingga dapat bermanfaat bagi yang menerima informasinya. Shaleh & Furrie (2020) menjelaskan media informasi merupakan alat grafis untuk mengolah dan menyusun kembali informasi visual dari komunikator kepada khalayak. Media informasi ini memberikan penerangan kepada publik sehingga mereka mengetahui perkembangan, kebijakan dan karakteristik suatu lembaga. Informasi yang dibagikan melalui media ini beragam jenisnya, seperti informasi mengenai politik, ekonomi, budaya, pariwisata, bencana alam dan lainnya. Penelitian ini membahas informasi perdamaian melalui media sosial Instagram @peacegenid sebagaimana karakteristik lembaga Peace Generation Indonesia itu sendiri yang merupakan organisasi bergerak pada bidang perdamaian dan keberagaman.

1.6 Langkah – langkah Penelitian

1.6.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Peace Generation Indonesia yang bertempat di Suite 10-11 Graha DLA, Jl. Otto Iskandar Dinata No.392, Nyengseret, Kec. Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat, 40242. Peace Generation Indonesia ini dipilih karena telah mendapatkan 13 penghargaan, salah satunya penghargaan “*Top 6 ASEAN Impact Award 2017*”. Penghargaan tersebut diberikan oleh Ashoka bekerja sama dengan National University of Singapore (NUS) dan Asia Philantropy Circle (APC) kepada Peace Generation Indonesia dalam rangka upaya mengaitkan segala perbedaan antar komunitas melalui penciptaan hubungan yang damai di antara generasi muda. Salah satu media yang digunakan Peace Generation Indonesia untuk menciptakan hubungan yang damai di antara generasi muda yaitu melalui Instagram. Akun Instagram @peacegenid dipilih karena telah ada sejak 2 Desember 2014 sebagai media interaksi Peace Generation Indonesia, yang memiliki kurang lebih 50 ribu pengikut dan 14 tahun konsisten menyebarkan perdamaian kepada publiknya. Akun Instagram lain pada umumnya berfokus pada budaya, ekonomi, politik dan sebagainya, namun berbeda dengan akun Instagram @peacegenid yang berfokus sebagai media informasi untuk menyebarkan informasi perdamaian.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme memandang bahwa bagaimana realitas sosial dibentuk oleh setiap individu karena adanya perbedaan pengetahuan, pengalaman dan lingkungan sosial.

Ardianto (2014: 154) menjelaskan bahwa konstruktivisme akan membentuk konsepsi pengetahuan, karena pengetahuan sebagai sesuatu hal yang selalu aktif menerima informasi melalui pikiran dan komunikasi. Konstruktivisme memiliki konsep bahwa realitas sosial yang dibentuk akan bermacam-macam tergantung pada setiap orang yang melakukannya sehingga tidak dapat digeneralisasi pada setiap orang. Konstruktivisme dapat dibentuk melalui cara berpikir manusia yang direalisasikan berupa tindakan dalam memahami dan membuat makna atas perilaku yang dilakukan. Paradigma konstruktivisme ini digunakan, karena data mengenai proses pengelolaan Instagram @peacegenid akan dikonstruksikan sebagaimana yang dialami oleh Peace Generation Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretatif. Newman (1997: 72) menjelaskan pendekatan interpretatif memandang suatu kenyataan sebagai sesuatu yang unik dan memiliki makna tersendiri dalam memahami makna sosial. Pendekatan interpretatif ini digunakan, karena data yang ditemukan dari hasil wawancara dengan informan serta data pendukung lainnya yang berkaitan penelitian ini akan dipaparkan dan diinterpretasikan dari sudut pandang Peace Generation Indonesia selaku pengelola akun Instagram @peacegenid.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Rukin (2019: 6) menjelaskan metode kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dengan analisis yang menunjukkan realitas fenomena di lapangan. Metode kualitatif ini digunakan karena peristiwa mengenai proses pengelolaan Instagram @peacegenid oleh Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar

perdamaian akan diuraikan secara mendalam apa adanya sesuai fakta yang ditemukan saat di lapangan.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menyajikan jenis data yang digunakan juga sama yaitu data kualitatif. Data kualitatif dapat diartikan sebagai jenis data yang dideskripsikan melalui kata-kata. Data kualitatif penelitian ini mengenai pengelolaan Instagram oleh Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian.

1.6.4.2 Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan informasi yang didapat secara langsung melalui wawancara kepada objek penelitian. Menurut Umar (2008: 56) menjelaskan data primer diperoleh langsung di lapangan untuk menjadi data utama dalam penelitian. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu informan Peace Generation Indonesia.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan informasi pendukung di luar data utama untuk membantu dalam proses penelitian, meliputi literatur ilmiah, dokumen perusahaan seperti *company profile*, struktur suatu lembaga, serta situs resmi yang digunakan oleh lembaga yang bersangkutan. Sugiyono (2005: 62) menjelaskan data sekunder berupa literatur yang mendukung sumber data utama diantaranya yaitu buku-buku, jurnal, tesis, dan sumber ilmiah lainnya yang berkaitan dengan tema suatu penelitian. Sumber data sekunder pada penelitian ini meliputi buku dan jurnal

yang berkaitan dengan pengelolaan Instagram, serta *website* resmi Peace Generation Indonesia yaitu www.peacegen.id dan Instagram resmi yaitu @peacegenid.

1.6.5 Informan Penelitian

Informan yang dipilih pada penelitian ini sebanyak 3 informan meliputi koordinator divisi humas atau komunikasi Peace Generation Indonesia sebagai informan utama dan ketua atau anggota divisi Peace Generation Indonesia lainnya yang paham mengenai pengelolaan Instagram sebagai dua informan pendukung. Pemilihan informan tersebut didasarkan atas pertimbangan dapat memberikan informasi secara lengkap dan akurat dari sudut pandang lembaga sebagai pengelola instagram @peacegenid dalam menyebarkan informasi perdamaian.

Penelitian kualitatif tidak ada ketentuan khusus mengenai jumlah informan. Bungin (2015: 76) menjelaskan informan penelitian kualitatif bersifat fleksibel, artinya dapat berjumlah sedikit maupun banyak tergantung pada ketepatan dalam menentukan pemilihan informan sesuai fenomena sosial yang diteliti. Dengan demikian, anggota atau tim yang memegang Instagram Peace Generation Indonesia yang dipilih sebagai informan dapat dikurangi, ditambah maupun diubah saat penelitian berlangsung tergantung pada kelengkapan dan kesesuaian informasi yang didapatkan.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Wawancara

Wawancara penelitian ini akan dikaitkan dengan sejumlah informasi mengenai pengelolaan Instagram @peacegenid sebagai media informasi penyebar

perdamaian. Wawancara dilaksanakan dengan informan Peace Generation Indonesia. Teknik wawancara yang digunakan yaitu secara terbuka dan mendalam, yang mana beberapa temuan informasi berkaitan dengan pengelolaan Instagram @peacegenid akan dikonfirmasi secara langsung kepada narasumber Peace Generation Indonesia. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan data penelitian dan mengetahui lebih dalam mengenai permasalahan yang diteliti serta berbagai macam temuan di lapangan melalui narasumber sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

1.6.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi penelitian ini berupa data yang tersimpan pada *website* Peace Generation Indonesia yaitu www.peacegen.id, gambar dan video pada Instagram @peacegenid. Dokumentasi dilakukan bertujuan untuk mendapatkan penjelasan pendukung dan bukti yang kuat mengenai pengelolaan Instagram @peacegenid oleh Peace Generation Indonesia agar lebih terpercaya.

1.6.7 Analisis Data

Analisis data dapat dikatakan sebagai sebuah proses untuk mengolah data atau informasi secara tersusun yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi. Moleong (2017: 280) menjelaskan proses analisis data meliputi pengorganisasian, penyajian dan pengujian data serta penarikan kesimpulan. Moleong (2017: 252) pengorganisasian atau kategorisasi data merupakan proses menyusun data berdasarkan kategori atas pikiran, intuisi, pendapat, atau kriteria tertentu. Kategorisasi data dalam penelitian ini diarahkan pada pengelompokan hasil temuan informasi di lapangan dari informan Peace Generation Indonesia sesuai fokus

penelitian ini. Kategorisasi data ini dilakukan bertujuan untuk memberikan pemahaman data secara sistematis dan menunjukkan sejauh mana data telah terkumpul sesuai kategori yang telah dibuat. Penyajian data dilaksanakan dengan cara data akan disajikan dan dianalisis untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai pengelolaan Instagram Peace Generation Indonesia dan pengujian data melalui teknik triangulasi untuk melihat kelengkapan data. Akhir proses analisis data ini dapat menarik suatu kesimpulan gambaran yang baru mengenai pengelolaan Instagram Peace Generation Indonesia sebagai media informasi penyebar perdamaian. Penelitian ini menggunakan analisis data Miles dan Huberman, yaitu sebagai berikut.

1.6.7.1 Display Data (Penyajian Data)

Display data merupakan langkah awal yang mana peneliti mengumpulkan dan menyajikan data yang diperoleh dari sumber data. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2017: 249) menjelaskan *display data* kualitatif biasanya dilakukan dengan teks yang bersifat narasi, matriks, grafik, *chart* dan *network*. *Display data* dalam penelitian ini diarahkan pada penyajian dan penyusunan informasi yang diperoleh mengenai pengelolaan Instagram Peace Generation Indonesia ke dalam bentuk narasi. *Display data* bertujuan untuk memberikan kemudahan gambaran dalam memahami data penelitian dan membantu menarik sebuah kesimpulan.

1.6.7.2 Penentuan Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan metode keabsahan data dengan teknik triangulasi. Sugiyono (2017: 273) menjelaskan triangulasi merupakan pengujian

