

ABSTRACT

Facebook has been widely used as a means of communication, not only by individuals but also organizations as well. This research is about the use of Facebook as a medium of communication by the Embassy of the Republic of Indonesia in Lima, Peru to promote the image of Indonesia.

The use of Facebook by the Embassy is a form of international communication between people in different places in the world which is spurred by the development in information technology and communication. Facebook has all the requirements as a means of communication because it is easy to manage, cheap, real time and has many other qualities such as the ability to broadcast a text, picture and video. Those features are used by the Embassy to promote the image of Indonesia in Lima, Peru by using them to spread information to the public. But Facebook also has many features that are able to facilitate a dialogue between communicator and communicant.

The current global situation requires organizations such as the Embassy to communicate, not only with the government of other countries but with the general public as well. Therefore, the Embassy takes it as a priority to communicate with the public because decisions on economic and trade, investment, tourism are individual decisions, instead of government's. Therefore, the use of Facebook as a medium of communication is also analyzed from the perspective of public relations and public diplomacy in this research.

This research was done based on the constructivism paradigm, using qualitative method research and case study approach in order to understand the use of Facebook by the Embassy as a medium of communication.

This research reveals that messages to the public through Facebook are meant to improve the image of the country because image can be changed with the presentation of related facts. It is an idealistic approach in the context of international communication which strengthens the relation between the people of Indonesia and Peru in the context of international communication. For the Embassy, Facebook is also an instrument of public relations and public diplomacy aimed to build a relationship and trust with the public.

Key words: Facebook, international communication, image, promotion, public relations, public diplomacy

ABSTRAK

Facebook telah digunakan secara luas sebagai medium komunikasi, tidak hanya oleh individu namun juga oleh berbagai organisasi. Penelitian ini adalah tentang penggunaan Facebook sebagai medium komunikasi oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Lima Peru untuk mempromosikan citra Indonesia di negara tersebut.

Pemanfaatan Facebook tersebut adalah bentuk dari komunikasi internasional antara berbagai pihak di berbagai belahan dunia yang semakin dimungkinkan berkat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Berbagai fitur yang ada pada Facebook sebagai medium komunikasi telah memperlancar komunikasi internasional yaitu kecepatan, mudah digunakan, murah, serta dapat memfasilitasi pertukaran teks, foto dan video. Fitur-fitur ini telah digunakan oleh Kedutaan Besar RI di Lima untuk menyebarkan informasi serta melakukan dialog dengan khalayak.

Globalisasi menuntut organisasi seperti Kedutaan Besar untuk melakukan komunikasi, tidak hanya dengan pemerintah negara lain, namun juga dengan khalayak. Bagi Kedutaan Besar, komunikasi dengan khalayak adalah suatu yang prioritas karena berbagai keputusan ekonomi, perdagangan, investasi, pariwisata adalah keputusan individu dan tidak lagi ditentukan oleh negara. Oleh karena itu, pemanfaatan Facebook juga dibahas dari sudut pandang *public relations* dan diplomasi publik.

Penelitian ini berdasarkan paradigma konstruktif dan menggunakan metode kualitatif. Pendekatan studi kasus dilakukan untuk memahami pemanfaatan Facebook oleh Kedutaan Besar sebagai media komunikasi.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pengiriman pesan kepada khalayak dirancang untuk meningkatkan citra karena citra dapat dirubah dengan memberikan fakta yang terkait. Pemanfaatan Facebook merujuk kepada pendekatan komunikasi internasional yang idealistik yaitu meningkatkan saling pengertian. Facebook juga dimanfaatkan sebagai alat untuk melakukan *public relations* dan diplomasi publik.

Kata kunci : Facebook, komunikasi internasional, citra, promosi, *public relations*, diplomasi publik