



## PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM DIPLOMASI PUBLIK

Sofia Trisni<sup>1</sup>, Ardila Putri<sup>2</sup>, Rika Isnarti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Andalas

<sup>1</sup>Sofi\_hi01@yahoo.com

### ABSTRACT

*Social media has become youth daily accessible communication's tool. It is recorded that around 120 million Indonesian are using social media. Considering those abundant number of social media users, we interested to deliver short training for students of MAN 2 Tanah Datar, West Sumatera related to the contribution as public diplomacy agent through activities in social media. Tanah datar located in mountain area, 3 hours drive from the capital city Padang. This region rich of cultural heritage with beautiful scenery. Unfortunately this region is still infamous compare to Bukittinggi for example. This community service is delivered for 250 students of MAN 2 Tanah Datar, who almost all of them are social media users. We deliver this community service in form of lecture with exercise (training) with giving an example of activities that can be clasified as public diplomacy through social media. We conducted pre and post test to measure student's understanding of the topic. We found an indication that the students understand the training through the post test that we conduted after the lecture and also the exercise during lecture.*

*Key words : Public Diplomacy, Social Media, students*

### ABSTRAK

Media sosial menjadi alat komunikasi yang sering diakses oleh generasi muda. Tercatat bahwa pengguna internet Indonesia yang menggunakan media sosial adalah sebanyak 120 juta orang. Mengingat begitu banyaknya pengguna media sosial ini, kami tertarik untuk memberikan training kepada siswa MAN 2 Tanah Datar, Sumatera Barat untuk ikut menjadi agen diplomasi publik melalui aktivitas penggunaan media sosial yang mereka lakukan. Tanah datar yang berada sekitar 3 jam perjalanan darat dari Padang merupakan daerah yang indah dengan peninggalan budaya yang kaya. Sayangnya daerah ini masih kurang dikenal jika dibandingkan dengan Bukittinggi misalnya. Pengabdian masyarakat ini kami berikan kepada 250 orang siswa MAN 2 Tanah Datar, yang hampir semuanya memiliki media sosial. Pengabdian kami kemas dalam bentuk pelatihan, dengan memberikan contoh aktivitas yang bisa digolongkan sebagai aktivitas diplomasi publik di media sosial. Pada bagian akhir, kami melakukan evaluasi dengan meminta beberapa siswa untuk mendeskripsikan postingan apa yang dapat dilakukan untuk mempromosikan Tanah Datar. Siswa yang kami ambil secara acak terindikasi memahami sosialisasi yang telah kami berikan.

Kata kunci : Diplomasi Publik, Media Sosial, siswa sekolah

## A. Pendahuluan

Media sosial berkembang pesat pada hampir 2 dekade terakhir. Pada tahun 2000-an, berbagai media sosial mulai bermunculan, seperti *Friendster* pada tahun 2002, *LinkedIn* pada tahun 2003, *My Space* pada tahun 2003, *Facebook* pada tahun 2004, *Twitter* pada tahun 2006, *Wiser* pada tahun 2007 ( Djelantik, 2017). Terdapat juga media sosial lainnya yang meraih kesuksesan yang luar biasa, yaitu *Instagram*. Boomingnya penggunaan media sosial juga dapat dilihat di Indonesia, seperti dilansir oleh Kompas.com pada tanggal 1 Maret 2018 yang lalu. Kompas.com memberitakan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dari 265,4 juta jiwa penduduk Indonesia, sebanyak 120 juta orang diantaranya disinyalir sebagai pengguna media sosial tercatat (Kompas, 2018). Sebelumnya, pada bulan Juli 2017 yang lalu, Indonesia disinyalir sebagai negara dengan penambahan pengguna *mobile internet* terbesar no.3 di dunia, dengan jumlah pengguna baru sebanyak 10 juta orang (Kompas, 2017).

Terlihat indikasi nyata bahwa masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang aktif bermedia sosial;

hampir setengah dari jumlah penduduk Indonesia menggunakan media sosial, sebuah angka yang terbilang cukup tinggi, mengingat jumlah penduduk Indonesia yang juga sangat banyak. Tiga media sosial yang paling populer di Indonesia adalah Facebook, yang mendominasi jumlah pengguna media sosial sebanyak 54% dari jumlah total pengguna, disusul oleh Instagram sebanyak 15 % dan diikuti oleh YouTube sebanyak 11 % (Hidayat, 2016). Lebih lanjut lagi, Indonesia berada diperingkat keempat untuk masyarakat yang aktif menggunakan Facebook, sementara posisi pertama diduduki oleh Amerika Serikat (Jeko, 2017). Sedangkan untuk segmen usia pengguna media sosial ini, Sugiharto (2016) mencatat bahwa generasi muda merupakan pengguna utama, dengan usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun mendominasi sebanyak 80% dari total pengguna media sosial. Indikasi ini memberikan peluang bagi kita untuk dapat memanfaatkan fenomena ini untuk menggunakan kawula muda sebagai agen diplomasi publik.

Uraian di atas memperlihatkan fakta akan *booming* nya penggunaan media sosial di Indonesia. Bahkan data yang diperlihatkan oleh Kompas.com



pada tahun 2018 ini memberikan informasi bahwa hampir setengah dari jumlah penduduk Indonesia aktif dalam bermedia sosial. Merujuk pada tulisan Subandi Ibrahim dan kawan-kawan dalam Djelantik (2017), media dapat dibagi kedalam 6 pendekatan, yaitu media sebagai pembentuk, media sebagai cermin, media sebagai pengemas, media sebagai guru, media sebagai ritual dan media sebagai “Tuhan”. Media sebagai pembentuk diartikan sebagai peran media dalam mempengaruhi seseorang, media sebagai cermin didefinisikan “bagaimana media merefleksikan peristiwa-peristiwa, perilaku, identitas, hubungan sosial atau nilai-nilai penting dalam masyarakat (S. Ibrahim, dkk dalam Djelantik ,2017). Media sebagai pengemas diartikan sebagai rangkuman pemberitaan yang dapat diberikan oleh media, sehingga kemudian dapat mempengaruhi masyarakat, media sebagai guru digambarkan sebagai kemampuan media untuk memberikan pembelajaran kepada khalayak ramai (S. Ibrahim, dkk dalam Djelantik ,2017). Selanjutnya media sebagai ritual diartikan sebagai frekuensi konsumsi media sosial yang telah

dijadikan rutinitas oleh masyarakat, artinya banyak masyarakat yang menjadikan aktivitas mengunjungi media sosial sebagai sebuah kegiatan yang harus rutin dilaksanakan. Sementara media sebagai “Tuhan” diartikan sebagai kesetiaan yang ditunjukkan oleh masyarakat untuk terus “berkiblat” kepada media (S. Ibrahim, dkk dalam Djelantik ,2017).

Ilustrasi di atas menunjukkan bahwa media dapat digunakan untuk banyak hal, dimana dengan kesetiaan yang diperlihatkan oleh masyarakat terhadap media yang didalamnya termasuk media sosial, masyarakat dapat diarahkan untuk menjadi agen diplomasi bagi negaranya. Dewasa ini, perkembangan diplomasi telah memberikan ruang kepada masyarakat untuk turut serta menjadi diplomat bagi negara / daerahnya melalui sebuah aktivitas yang dikenal dengan Diplomasi Publik. Diplomasi publik sendiri merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh aktor-aktor internasional; baik itu negara ataupun non negara untuk menjangkau masyarakat asing melalui berbagai kegiatan seperti; pertukaran informasi, budaya, pendidikan dan *image* negara (Sharp, 2005). Pada dasarnya,



diplomasi publik dilaksanakan untuk dapat menarik hati publik asing, sehingga diharapkan akan mempermudah pencapaian kepentingan negara (Berridge 2010). Masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai agen diplomasi, sehingga penting bagi mereka untuk mengetahui peran yang dapat mereka lakukan ini.

Pada dasarnya, peran masyarakat sebagai *citizen diplomat* ini belum familiar dikalangan masyarakat. Survey awal yang kami lakukan terhadap siswa sekolah menunjukkan bahwa mereka belum mengetahui mengenai peran sebagai *citizen diplomat* ini. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Tanah Datar yang berjarak sekitar 3 jam perjalanan darat dari ibukota Padang.

Daerah ini terkenal sebagai daerah pusat adat, daerah yang indah dan kulinernya yang istimewa. Tercatat bahwa kerajaan Pagaruyung yang pernah berjaya dimasa lampau berlokasi di daerah ini, ditengah pemandangan pegunungan dan udara yang sejuk. Selain itu, daerah ini juga terkenal akan adatnya yang menawan, kepatuhan pada adat yang masih tinggi, sehingga kegiatan adat seperti pacu kabau (pacu kerbau) yang

merupakan ciri khas masyarakat Minang dimasa lampau masih dilaksanakan di daerah ini. Dua tahun terakhir tim pengabdian kami telah melaksanakan sosialisasi mengenai peran masyarakat sebagai *citizen diplomat* di SMA di kota Padang sebagai tindak lanjut dari hasil survey yang telah kami laksanakan sebelumnya. Mengingat siswa di daerah ibu kota terindikasi belum memahami mengenai peran tersebut, tim kami kemudian tertarik untuk melaksanakan pengabdian ini ke daerah yang secara geografis berada jauh dari pusat kota, karena kecenderungan bahwa biasanya informasi lebih lambat tersebar diaerah yang jauh dari ibu kota.

Mengingat bahwa siswa sekolah dapat berperan sebagai *citizen diplomat* dan dapat melaksanakan peran ini melalui penggunaan media sosial, maka kami kemudian tertarik untuk memberikan pemahaman kepada siswa MAN 2 mengenai peran ini dan bagaimana contoh kegiatan yang dapat digolongkan sebagai kegiatan sebagai *citizen diplomat*.

## B. Kajian Pustaka

Diplomasi publik memiliki definisi yang beragam. Keberagaman ini mungkin terjadi karena pengaruh evolusi aktor yang dialami oleh “term” yang sekaligus merupakan teori dan praktek ini. Pada dasarnya terdapat benang merah yang dapat kita tarik dari pengertian diplomasi publik ini yaitu bahwa sasaran dari pelaksanaan diplomasi publik adalah publik asing. Hal ini berbeda dari pelaksanaan diplomasi tradisional yang menjadikan pemerintah negara sebagai target diplomasi. Rana (2011) mendefinisikan diplomasi publik sebagai *“activities through which governments, working with non-state agencies, reach out to publics and nonofficial actors abroad, covering inter alia information, culture, education and the country image”*. Sementara itu Snow (2009) mengartikan diplomasi publik merupakan sebuah aktivitas dimana aktor pemerintah ataupun non pemerintah mempengaruhi publik asing baik secara langsung ataupun tidak langsung, karena publik asing tersebut memiliki kaitan terhadap kebijakan luar negerinya. Selanjutnya Emilia (2013) berargumen bahwa

diplomasi publik merupakan “upaya-upaya yang dilakukan pemerintah suatu negara terhadap publik internasional”. Definisi lain juga diberikan oleh Fletcher school of Law and Diplomacy :

.....public diplomacy deals with the influence of public attitudes on the formation and execution of foreign policies. It encompasses dimensions of international relations beyond traditional diplomacy; cultivation by governments of public opinion in other countries; the interaction of private groups and interest in one country with those of another; the reporting of foreign affairs and its impact on policy; communication between those whose job is communication, as between diplomats and foreign correspondents; and the processes of inter-cultural communications

Definisi-definisi diatas memberikan pemahaman mengenai aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan dalam diplomasi publik, tujuan diplomasi publik dan aktor-aktor yang terlibat dalam pelaksanaan diplomasi publik. Pada awalnya aktor pelaksana diplomasi publik berfokus kepada pemerintah, akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, diplomasi publik kemudian mengalami perluasan aktor. Dari pemaparan definisi pada





paragraf sebelumnya dapat disimpulkan bahwa saat ini aktor pelaksana diplomasi publik saat ini bukan hanya pemerintah saja, tetapi juga terdapat aktor non negara seperti individu dan kelompok dengan beragam *background*. Tujuan pelaksanaan diplomasi publik ini sendiri adalah untuk “memikat” publik asing, seiring dengan semakin berpengaruhnya publik dalam proses pembuatan kebijakan luar negeri sebuah negara : *“through a bottom-up political mechanism, civil society has the capacity to put pressure on the government’s policymaking, and that this will indirectly influence one’s national security and prosperity”* (Amr Hady dalam Cho, 2012). Artinya dengan memenangkan hati masyarakat sebuah negara maka diharapkan masyarakat tersebut dapat memberikan masukan kepada negaranya dalam pembuatan kebijakan luar negeri yang memihak untuk negara yang melaksanakan diplomasi publik. Tujuan akhir pelaksanaan diplomasi publik terlihat disini yaitu untuk memudahkan pelaksanaan kebijakan luar negeri suatu negara yang pada akhirnya akan memudahkan

pencapaian kepentingan negara tersebut.

Tidak hanya itu saja, diplomasi publik juga disinyalir sebagai alat untuk menghasilkan *soft power*. *Soft power* ini sendiri berguna untuk mengarahkan preferensi orang lain, sehingga orang lain ini bersedia untuk mengikuti apa yang kita inginkan tanpa merasa terpaksa (Nye 2008). Dengan terhasilkannya *soft power* maka akan mudah bagi negara untuk mewujudkan kebijakan luar negerinya ke negara tertentu, karena masyarakat di negara tersebut telah menyukai dan mengagumi, sehingga pencapaian kepentingan tidak akan mengalami gangguan. Ketika masyarakat sebuah negara telah menyukai dan mengagumi sebuah negara, maka Nye (2008) berargumen bahwa *“A country may obtain the outcomes it wants in world politics because other countries want to follow it, admiring its values, emulating its example, and/or aspiring to its level of prosperity and openness”*. Akan lebih mudah untuk mencapai kepentingan jika masyarakat asing telah mengagumi dan ingin mencontoh sebuah negara, sehingga tidak diperlukan usaha keras untuk mendapatkan dukungan mereka.



Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media dalam pelaksanaan diplomasi publik. Media sosial adalah “ media online, dimana penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual” (Djelantik, 2017). Hasil penelitian yang dilakukan oleh We Are Social menemukan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 23 menit untuk mengakses media sosial (Badan Litbang Kemendagri, 2018). Durasi rata-rata diatas adalah waktu yang cukup panjang dalam mengakses media sosial, sehingga jika kita dapat memanfaatkan kegemaran orang Indonesia dalam mengakses media sosial ini untuk pencapaian kepentingan negara ataupun daerah, maka hal ini akan dapat menguntungkan negara.

Telah banyak contoh yang memperlihatkan peran media sosial dalam menyokong keberhasilan sebuah kegiatan; seperti keberhasilan Barrack Obama dalam memenangkan pemilu di Amerika Serikat yang dihubungkan dengan aktivitas tim kampanyenya melalui media sosial *Facebook* (Sukmaputri, 2016). Disini

terlihat indikasi bahwa penggunaan media sosial yang efektif dapat membantu tersampainya pesan dengan ruang lingkup yang luas, tanpa harus melakukan kunjungan langsung sebuah tempat dan melakukan interaksi fisik dengan masyarakat tertentu. Contoh lain dari fungsi dari media sosial adalah peristiwa *Arab Spring* yang disinyalir sebagai bukti berhasilnya penyebaran ideologi melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* (Djelantik, 2017). Sekali lagi terlihat bukti bahwa ide dan gagasan dapat disebarkan dengan mudah melalui media sosial, sehingga menggalang opini masyarakat tidak berfokus pada kunjungan fisik yang lebih memakan waktu, tenaga dan biaya. Contoh-contoh diatas tadi memperlihatkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam kegunaan, mulai dari kampanye sampai kepada gerakan sosial. Merujuk pada fungsi media sosial yang beragam tersebut, kami tertarik untuk mengadakan pelatihan kepada siswa MAN 2 Tanah Datar mengenai cara untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat diplomasi publik dengan harapan mereka akan aktif dalam menjadi agen diplomasi

bagi daerahnya, sehingga sosial media dapat dimanfaatkan untuk hal-hal yang menguntungkan negara/daerahnya.

### C. Metode Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Mushola MAN 2 Tanah Datar, yang biasanya juga dimanfaatkan oleh sekolah sebagai ruang serbaguna bagi kegiatan yang dapat menampung siswa dalam jumlah yang besar. Pengabdian ini kami berikan dalam bentuk pelatihan yang diawali dengan pemberian sambutan dari tim pengabdian yang menjelaskan tujuan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan juga diawali dengan pemberian sambutan dari Kepala Sekolah MAN 2 Tanah Datar, yang memberikan gambaran umum mengenai siswa MAN 2 Tanah Datar dan kegiatan-kegiatan yang biasanya mereka lakukan disekolah.

Adapun kegiatan pengabdian masyarakat ini sendiri kami laksanakan dengan alur kegiatan sebagai berikut :

**Tabel 1 Alur Kegiatan Pengabdian**

o	D	Kegiatan
.	10 menit	Penyampaian tujuan kedatangan
.	10 menit	Random pre test kepada 5 orang siswa
.	12 0 menit	Pemberian materi sosialisasi, termasuk pemberian latihan-latihan yang langsung dibahas jawabannya
.	15 menit	Pelaksanaan post test terhadap lima orang siswa diatas untuk mengetahui hasil pengabdian

Kegiatan yang dijabarkan diatas merupakan kegiatan inti yang sesuai dengan tujuan pengabdian, akan tetapi sebenarnya dalam pelaksanaan pengabdian ini sendiri, kami melakukan 3 kali *ice breaking* dan pemberian hadiah-hadiah kepada setiap siswa yang dapat menjawab pertanyaan yang kami berikan terkait materi yang disampaikan, sehingga total waktu yang kami gunakan dalam pelaksanaan pengabdian adalah sekitar 4 jam.

Pada dasarnya pelaksanaan pengabdian ini mengambil waktu yang paling banyak pada sesi pemberian





materi, karena pada bagian ini kami memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai peran sebagai *citizen diplomat* yang dapat mereka aplikasikan melalui media sosial. Pengabdian masyarakat ini diikuti oleh sekitar 250 siswa MAN 2 Tanah Datar, sehingga dengan waktu pengabdian yang terbatas, agak sulit untuk melakukan pre test dalam bentuk tertulis. Mengingat banyaknya siswa yang ikut pada kegiatan ini, kami memutuskan untuk melakukan pre test dengan cara mengambil 5 orang siswa secara random untuk diuji pengetahuan awal mereka mengenai *citizen diplomat* dan apa yang dapat mereka lakukan sebagai *citizen diplomat* dengan menggunakan media sosial. Setelah melakukan pre test, kami kemudian memberikan materi kepada siswa. Pemberian materi diawali dengan memberikan pertanyaan mengenai berapa orang dari peserta yang tidak memiliki media sosial. Secara langsung, kami mendapatkan jawaban bahwa hanya sekitar 5 orang saja yang tidak mempunyai media sosial dengan berbagai alasan seperti dilarang orang tua, merasa tidak cocok dengan ajaran agama, serta alasan pribadi lainnya.

Selanjutnya kami memulai pemberian materi dengan memaparkan mengenai diplomasi publik dimana *citizen diplomacy* merupakan bagiannya, pentingnya pelaksanaan diplomasi publik, cara-cara yang dapat dilakukan oleh masyarakat dalam melaksanakan perannya sebagai *citizen diplomat*. Pada pemaparan ini kami juga memperlihatkan fenomena-fenomena yang dicapai oleh media sosial, pemanfaatan yang dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial, serta memberikan beberapa contoh mengenai pemanfaatan media sosial yang berhasil.

Setelah menyelesaikan satu sesi pemberian materi, kami memberikan beberapa soal latihan, untuk mengukur pemahaman siswa mengenai materi yang telah diberikan. Sekali lagi karena banyaknya jumlah siswa yang mengikuti kegiatan ini, soal latihan kami berikan dengan memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang mengetahui jawaban untuk menunjuk tangan dan menjelaskan jawabannya. Setelah jawaban diberikan, kami akan mengulas kembali soal-soal tersebut, untuk membuat siswa semakin memahami materi yang disajikan. Kami melihat indikasi dari

penjawaban soal latihan bahwa siswa sudah memahami materi yang kami berikan, sehingga mereka mampu menjabarkan kembali melalui jawaban-jawaban mereka. Kami tidak memungkiri bahwa terdapat beberapa siswa yang tidak mampu menjabarkan jawaban sesuai keinginan kami, akan tetapi setidaknya mereka mampu menangkap inti dari materi dan telah mengetahui bahwa mereka dapat berperan sebagai *citizen diplomat*.

Pada tahap akhir, kami memanggil kembali 5 orang siswa yang telah kami uji diawal pemberian materi, mahasiswa ini kemudian kami minta untuk menjelaskan kembali pertanyaan yang sama yang kami berikan sebelum melaksanakan pemberian materi. Melalui mekanisme ini kami mencoba mengukur kesuksesan dari pengabdian masyarakat yang telah diberikan.

#### **D. Hasil dan Pembahasan**

Pada pelaksanaan pelatihan kali ini, kami menemukan hasil perubahan yang cukup signifikan. Pada pre test, kami menemukan bahwa siswa belum mengerti mengenai topik yang kami berikan, sehingga hal ini

memperlihatkan hasil yang koheren antara hasil survey awal yang kami laksanakan dan hasil yang kami temukan di Tanah Datar. Pada saat pemberian materi disertai pemberian latihan-latihan, kami telah mendapatkan indikasi bahwa siswa memahami setiap materi yang kami berikan, termasuk contoh-contoh yang kami perlihatkan. Pada bagian akhir, kami melaksanakan post test yang berisikan pertanyaan yang sama dengan soal pre test yaitu, peran apa yang bisa kita lakukan sebagai warga dari sebuah kota yang kita tinggali.

Kelima siswa telah mampu memberikan jawaban yang tepat dan masing-masing telah dapat memberikan contoh postingan yang dapat mereka lakukan melalui media sosial untuk mempromosikan daerah Tanah Datar. Kelima siswa memberikan contoh yang beragam, yang memperlihatkan berbagai ide yang mereka punyai untuk mempromosikan daerahnya. Pada bagian akhir ini kami juga menguji siswa dengan meminta mereka untuk menjelaskan *caption* yang akan mereka tuliskan pada media sosial mereka terkait promosi daerah Tanah Datar. Pada dasarnya pre test dan post

tes kami lakukan secara random dengan mencampur siswa yang duduk di depan dan dibelakang, sehingga diharapkan sampel yang kami ambil dapat mewakili semua populasi yang ada. Tabel dibawah ini merupakan rangkuman hasil pre test dan post test yang kami lakukan kepada ke lima siswa secara random.

**Tabel 2 Hasil Pre-Test dan Post Test**

Nama Siswa	Pertanyaan	Pre-test	Post-test
Siswa A	1. Apa yang dimaksud dengan diplomasi publik?	Dari pertanyaan yang kami berikan, terlihat indikasi bahwa siswa A belum memiliki pengetahuan sama sekali mengenai pertanyaan 1—3.	Siswa A dapat menjawab semua pertanyaan dan memberikan contoh posting “adu jawi / adu sapi” dapat merupakan bentuk diplomasi yang dapat dilakukan melalui media sosial
	2. Apakah kita dapat berperan sebagai diplomat?		
	3. Bagaimana cara menggunakan media sosial sebagai media untuk	Tetapi siswa ini memberikan contoh bahwa berteman lintas negara dan	

melaksanakan bertukar peranan sebagai pemahaman mengenai ke lebih diplomasi? masing-masing dapat dianggap sebagai bentuk promosi daerah

4. Berikan Contoh penggunaan media sosial sebagai media diplomasi

	Siswa B	Siswa B
untuk mem Promosikan Tanah Datar	Siswa B terlihat belum mengetahui sekali jawaban pertanyaan 1—4	Siswa B sudah dapat memberikan jawaban untuk pertanyaan 1—4 walaupun belum sepenuhnya sempurna. Siswa B memberikan contoh mengenai tari piring yang dapat diposting untuk memperkenalkan tarian tersebut.

Siswa B



Siswa C	Siswa C belum dapat menjawab pertanyaan an 1-4	Siswa C sudah dapat menjelaskan semua poin dengan baik. Terlihat indikasi bahwa siswa ini memahami materi yang telah diberikan. Untuk contoh posting yang dapat dilakukan, siswa ini mencontohkan posting video kegiatan adat di istana Pagaruyung dengan memberikan penjelasan mengenai kegiatan yang sedang berlangsung	pertanyaan yang diberikan	an contoh postingan mengenai "desa terindah di dunia" yang terdapat di daerah Tanah Datar
	Siswa E menyatakan bahwa dia tidak begitu mengetahui jawaban pertanyaan an yang kami berikan, tetapi siswa ini menjawab dengan menggunakan logika dan pengetahuan yang telah dia dapatkan selama ini. Siswa E memberikan jawaban awal yang cukup baik, walaupun siswa	Siswa E mampu menjawab semua pertanyaan dengan sangat baik. Untuk kriteria postingan, siswa ini mencontohkan postingan acara adat seperti pengangkatan penghulu sebagai kegiatan yang dapat dipromosikan dengan menggunakan media sosial.		
Siswa D	Sama dengan siswa A-C, siswa D juga belum dapat menjawab	Siswa D telah dapat menjabarkan jawaban dari pertanyaan . Siswa ini memberikan	Siswa E	



ini  
berangga  
pan  
bahwa  
kita akan  
dikataka  
n sebagai  
citizen  
diplomat  
ketika  
kita  
bekerja  
untuk  
pemerint  
ah dan  
menjadi  
aktor pe  
laksana  
diplomas  
i

potensial untuk dimanfaatkan sebagai agen diplomasi, karena terdapat beberapa keuntungan yaitu; pertama generasi muda ini merupakan generasi yang melek teknologi sehingga sangat mudah bagi mereka untuk memahami perkembangan yang terjadi pada media sosial, mereka tidak memerlukan waktu yang panjang untuk memahami dan menggunakan media sosial. Kedua, hasil survei diatas menunjukkan bahwa jumlah waktu konsumsi media sosial dalam sehari cukup panjang, sehingga sangat baik jika dalam waktu yang panjang itu mereka dapat menyempatkan diri untuk memperkenalkan negara ataupun daerahnya.

Hasil *random evaluation* yang kami lakukan diatas mengindikasikan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian kami telah sukses, karena telah berhasil memberikan pemahaman kepada siswa MAN 2 Tanah Datar mengenai kegiatan yang dapat dikatakan sebagai peran sebagai *citizen diplomat* dengan menggunakan media sosial. Tidak hanya paham, siswa juga memperlihatkan bukti bahwa mereka mampu membuat posting yang dapat menguntungkan daerahnya, sehingga dengan demikian mereka mampu mengaplikasikan teori yang telah diberikan sebelumnya. Terlihat bahwa masyarakat usia sekolah merupakan tenaga yang sangat

Selanjutnya pada bagian akhir kami ingin memperlihatkan beberapa foto kegiatan yang sempat kami ambil pada saat pelaksanaan kegiatan pada tanggal 27 Oktober 2018 yang lalu. Foto-foto ini memperlihatkan pelaksanaan pemberian materi dan antusiasme dari siswa MAN 2 Tanah Datar dalam mengikuti pelatihan yang kami berikan. Berikut beberapa foto yang kegiatan pengabdian masyarakat kami :





**Foto 1 : Tim Pengabdian**



**Foto 2 : Pemberian Materi**



**Foto 3 : Pemberian Suvenir kepada Siswa yang mengikuti Pre dan Post Test**



**Foto 4 : Pemberian Suvenir kepada Siswa yang mengikuti Pre dan Post Test**



**Foto 5 : Pemberian Suvenir kepada Siswa yang mengikuti Pre dan Post Test**



**Foto 6 : Pemberian Suvenir kepada Siswa yang mengikuti Pre dan Post Test**



**Foto 7 : Keseriusan siswa dalam mendengarkan pemaparan materi**



**Foto 8 : Antusiasme siswa dalam menjawab soal latihan yang diberikan**



**Foto 9: Pemaparan Materi**

## **E. Kesimpulan**

Diplomasi publik merupakan sebuah upaya negara untuk menjangkau publik asing, yang salah satu caranya adalah dengan

memanfaatkan peran dari masyarakatnya sendiri untuk menjadi agen diplomasi. Sayangnya, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa mereka berpotensi untuk membantu pemerintah untuk menjangkau dan memenangkan hati publik asing ini. Masyarakat Indonesia usia muda tercatat sebagai masyarakat yang aktif menggunakan media sosial, sehingga kenyataan ini dapat dimanfaatkan dengan memberikan pemahaman dan pelatihan kepada masyarakat mengenai perannya sebagai *citizen diplomat* dengan memanfaatkan keberadaan media sosial. Hasil pelatihan yang kami lakukan menunjukkan bahwa sangat mudah untuk membuat siswa sekolah menengah untuk memahami peran ini, sehingga pelatihan serupa sebaiknya dilaksanakan oleh pemerintah dengan program yang lebih terarah, sehingga kita dapat memaksimalkan peran generasi muda kita untuk turut menjadi agen diplomasi. Generasi muda merupakan generasi yang melek teknologi, mereka juga cepat dalam merespon setiap kemajuan yang ditawarkan oleh teknologi informasi, sehingga cukup mudah untuk memberikan pelatihan dan



menargetkan mereka sebagai agen yang ikut membantu dalam mencapai kepentingan negara.

#### DAFTAR PUSTAKA

Badan Litbang, Kementerian dalam Negeri, *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*, 1 Maret 2018

<http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia/>

Berridge, G.R, *Diplomacy : Theory and Practice*, Palgrave Macmillan, New York 2010

Bohang, Fatimah Kartini, “ Indonesia 3 Besar Negara dengan penambahan pengguna internet mobile”, *Kompas.com*, 6 Juli 2018, view online, <https://tekno.kompas.com/read/2017/07/06/16180877/indonesia.3.besar.negara.dengan.pertambahan.pengguna.internet.mobile>

Djelantik, Sukawarsini, *Komunikasi Internasional dalam Era Informasi dan Perubahan Sosial Indonesia*, Unpar Press, Bandung 2017

Emilia, Ranny, *Praktek Diplomasi*, Baduose Media, 2013

Fletcher school of Law and Diplomacy, “What is Diplomacy?”,

<http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy>

Jeko, “Wanita Lebih Doyan Main Instagram Ketimbang Pria”, *Liputan6.com*,

<https://www.liputan6.com/tekno/read/2412338/wanita-lebih-doyan-main-instagram-ketimbang-pria>

Nye, “Public Diplomacy and Soft Power”, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, Public Diplomacy in a Changing World Mar., 2008, pp. 94-109, p.94

Pertiwi, Wahyuda Kusuma, “Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia”, *Kompas*, view online 17 November 2018, <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>

Rana, Kishan R, *21st Century Diplomacy : A Practitioner's Guide*, Continuum, London, 2011

Sharp, Paul, “Revolutionary States, Outlaw Regimes and the



Techniques of Public  
Diplomacy” dalam Melissen  
(eds), *The New Public  
Diplomacy : Soft Power in  
International Relations*,  
Palgrave macmillan, 2005

Snow, Nancy, “Rethinking Public  
Diplomacy” in *Routledge  
Handbook of Public Diplomacy  
(ed)*, Routledge, New York,  
2009

Sukmawati, Karina, “Diplomasi  
Publik Amerika Serikat melalui  
Facebook di Indonesia” dalam S.  
Djelantik *Diplomasi dalam  
Politik Global*, Unpar Press,  
2016