

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Project Child Indonesia

Project Child Indonesia merupakan Non Government Organization (NGO) atau organisasi nirlaba lokal dengan basis di Yogyakarta. Project Child Indonesia berdiri sejak tahun 2011, kemudian menjadi organisasi resmi sejak tahun 2013. Fokus pada Project Child Indonesia yaitu menjadi menyediakan pendidikan lengkap kepada anak-anak dan masyarakat. Lebih tepatnya untuk dapat mendidik masyarakat tepi sungai dan wilayah pesisir lainnya terkait kesehatan, lingkungan, kesejahteraan mental, dan ketahanan terhadap bencana.

Sebagai sebuah NGO, Project Child Indonesia memiliki visi untuk setiap anak di Indonesia berkesempatan belajar, awal yang sehat, dan merasa didukung serta aman dalam hidup lingkungan bersih dan menghadapi bencana alam. Project Child Indonesia memiliki program seperti sekolah sungai, sekolah pantai, *mindfulness program*, *drinking water program*, *online learning assistance*, dan lainnya. Project Child Indonesia memiliki gagasan bahwa “Semua orang bisa berbuat baik”, maka dari itu Project Child Indonesia menyediakan alat atau platform bagi mereka yang ingin menyebarkan kebaikan. Salah satunya Project Child Indonesia menciptakan penggalangan dana untuk dapat mendukung program-program serta anak-anak mendapatkan pendidikan dan masa depan cerah. Penggalangan dana dapat melalui website resmi Project Child Indonesia. Kemudian sejauh ini, Project Child Indonesia sudah mendidik sebanyak

7.000 siswa, memberikan manfaat kepada 10,831 *volunteer*, dan melatih 600 *volunteer*.

Project Child Indonesia selama ini menjadi NGO yang aktif di Yogyakarta, dalam membangun *brand image* Project Child Indonesia kerap mengikuti acara-acara seperti NGO *fair* atau turut serta dalam kegiatan NGO lainnya. Selain itu, dalam media sosial Project Child Indonesia juga kerap aktif melakukan kampanye pada isu-isu pada program mereka yang bersangkutan. Project Child Indonesia juga kerap menghubungi *influencer* atau *content creator* yang memiliki karakteristik aktif dalam kegiatan sosial atau memiliki hubungan pada pendidikan serta anak-anak. Upaya tersebut dilakukan untuk meminta kerja sama dalam memberikan informasi terkait kampanye baik dalam menyebarkan poster atau konten yang sudah disiapkan Project Child Indonesia. Tentunya upaya tersebut menjadi upaya Project Child Indonesia dalam membangun citra atau *brand image* di mata masyarakat dalam menjadi NGO yang sebaik mungkin.

Project Child Indonesia memberikan informasi terkait program serta cara untuk melakukan donasi melalui media sosial instagram mereka dengan bentuk unggahan baik itu foto atau video yang kemudian terdapat *link* yang disertakan. *Link* yang disertakan tersebut akan memindahkan *followers* kepada website Project Child Indonesia untuk dapat melakukan donasi. Donasi dalam website Project Child Indonesia memiliki minimum berdonasi dengan nominal Rp. 1000, kemudian dalam website partner Project Child Indonesia seperti Kitabisa.com memiliki minimum Rp 10.000.

B. Instagram Project Child Indonesia

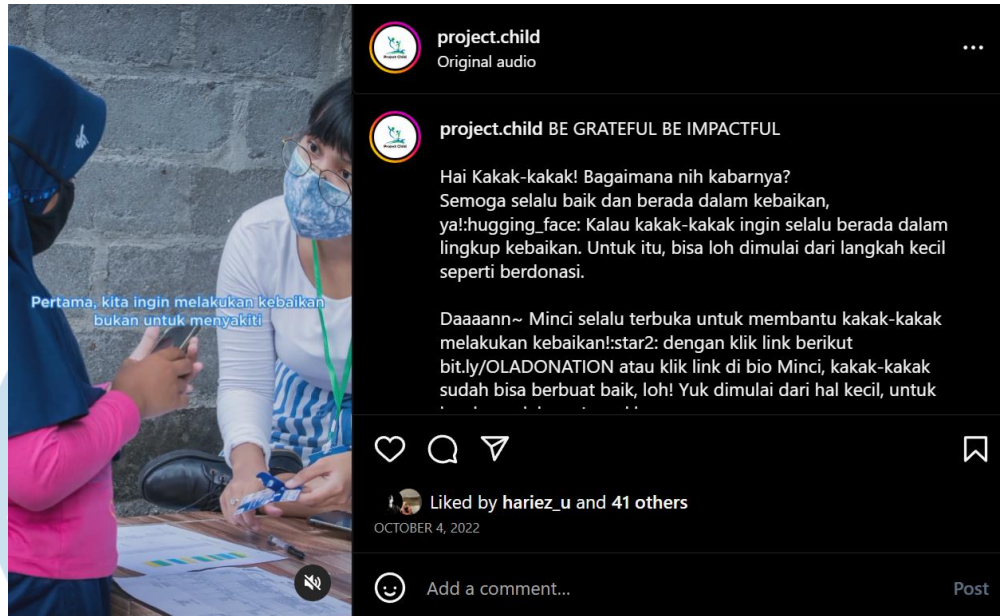
Project Child Indonesia pada bulan April 2023 mendapatkan 10,700 akun *followers*, dengan mengunggah 1.716 postingan dan mengikuti 92 akun. Project Child Indonesia juga sudah menggunakan Instagram sejak tahun 2015 dan digunakan hingga saat ini sebagai media untuk mengkomunikasikan, memasarkan, dan menyebarkan informasi kepada khalayak luas atau masyarakat.

Sebagai media utama yang digunakan, Project Child Indonesia menggunakan Instagram untuk membangun citra atau *image* di mata masyarakat. Media Instagram juga berguna dalam membagikan informasi terkait program-programnya Project Child Indonesia. Salah satu program yang dibagikan Project Child Indonesia terkait informasi program donasi mereka. Contohnya adalah unggahan pada tanggal 28 September 2022 yang mengajak *followers* instagram untuk membantu anak-anak pada program mereka dengan nama “*Learning loss*”.



Gambar 2. 1
Konten *Learning Loss*

Selain mengunggah dalam bentuk foto, Project Child Indonesia juga menyebarkan informasi dengan bentuk *reels* atau video yang dapat dilihat pada tanggal 4 Oktober 2022 berjudul “Be Grateful Be Impactful”.



Gambar 2. 2
Konten “Be Grateful Be Impactful”