

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya teknologi informasi, interaksi dalam jaringan seperti media sosial pun ikut berkembang pesat dan sangat erat hubungannya dengan manusia sekarang ini. Sebab hal tersebut dapat kita lihat dari berbagai informasi yang menyebar dengan cepat. Sehingga menyebabkan munculnya media sosial yang beragam seperti *Instagram*, *Youtube*, *Whatsapp*, *Facebook*, dan lain sebagainya.

Media sosial merupakan aplikasi dalam jaringan sosial yang memudahkan penggunanya untuk berinteraksi secara online tanpa adanya hambatan waktu maupun jarak, yang para penggunanya bisa berinteraksi dimanapun mereka berada. Selain kelebihan yang mudah diakses, media sosial kerap memberikan fasilitas dan ruang secara gratis kepada siapa saja yang bisa memanfaatkan media sosial tersebut dengan bijak.

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) memberikan hasil survey bahwa tahun 2021 hingga 2022 pengguna internet berjumlah 210,03 juta pengguna.¹ Dari pengguna tersebut, mayoritas mengakses internet dan media sosial melalui handphone. Pada tahun sebelumnya berjumlah 196,71 juta pengguna dan meningkat sebesar 6,78%. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada peningkatan pengguna internet di Indonesia sebesar 77,02%.²

Data diatas menunjukkan bahwa penduduk Indonesia sangat bergantung dengan media sosial, dimana dengan bersosial medialah masyarakat dapat mencari informasi, berinteraksi, dan berkreasi apabila hal tersebut digunakan dengan benar. Seperti halnya saat ini, banyak pelaku bisnis maupun lembaga atau organisasi yang memanfaatkan media sosial sebagai tempat menyebarluaskan informasi, menarik para pelanggan atau donatur, membuat konten kreativitas dan sebagainya.

¹<https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022> (diakses pada tanggal 25 Juni 2022, pukul 09.14)

²<https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022> (diakses pada tanggal 25 Juni 2022, pukul 12.35)

Melihat fakta tersebut banyak Lembaga sosial yang ikut meramaikan media sosial hingga mereka mampu mencapai ribuan pengikut di media sosial mereka. Seperti yang dilakukan oleh Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan yang memanfaatkan media sosial sebagai penyaluran aksi peduli sosial, dimana media sosial instagramnya @act_sumut saat ini mencapai 13,6 ribu followers, halaman facebooknya (*fanspage*) Aksi Cepat Tanggap Sumatera Utara mencapai 7.614 pengikut, dan adapun *Whatsapp* digunakan untuk *blasting* atau menyebarkan informasi terkait donasi ataupun keadaan yang sedang terjadi kepada donatur.

Sesuai dengan nafas bergeraknya Lembaga ACT yaitu filantropi islam yang meliputi ziswaf (zakat, infaq, dan wakaf), dalam mengolah informasi pun Lembaga ACT mengemas konten sedemikian rupa dengan menyelipkan *quotes* islami guna untuk mengajak dan tetap mengingatkan para donatur atau masyarakat publik untuk berdonasi dan bersama-sama membantu saudara baik setanah air maupun luar negeri yang terdampak musibah.

Hal demikian sejalan dengan Q.S Ali Imran Ayat 104 yang berbunyi :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Artinya: “Hendaklah ada di antara kamu ada segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung”.³

Donatur merupakan kelompok atau seseorang yang konsisten dan sukarela memberikan kontribusi berupa nomial uang ataupun dalam bentuk materi yang lainnya. Di Lembaga ACT sendiri, donatur berdatangan dari semua kalangan seperti dari sebuah komunitas, instansi, perorangan, maupun dari sebuah mitra. Donasi yang diberikan pun juga beragam, baik berupa uang maupun barang. Hal tersebut tentu sangat diapresiasi oleh Lembaga ACT itu sendiri, sebab masih

³Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Bekasi: Atma Raya Grafika, 2022), 63

banyak orang yang mau menolong dan berderma dengan memberikan sebagian harta yang mereka miliki.

Hal demikian juga terkait dalam firman Allah SWT Q.S Al Maidah ayat 2 sebagai berikut,

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

Artinya: "Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya."⁴

Banyaknya program dilakukan oleh ACT guna demi memberikan kebutuhan baik secara materi maupun jasa, yang mana salah satu programnya adalah dalam bentuk program "Operasi Pangan Gratis". Operasi Pangan Gratis ini adalah salah satu program Aksi Cepat Tanggap yang prosesnya mendistribusikan pangan dalam bentuk paket sembako kepada mereka yang terdampak musibah ataupun kepada keluarga pra sejahtera. Program operasi pangan gratis ini tentu mendapatkan apresiasi dan juga sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat.⁵

Dalam menjalankan strategi komunikasi tersebut ACT Kota Medan memiliki 3 (tiga) pilar aksi yang meliputi aksi (*action*) yaitu membuat perencanaan dan menjalankan program tersebut dengan cara terjun langsung ke tempat kejadian peristiwa, mendata, dan mencatat kebutuhan atau bantuan apa saja yang diperlukan. Kedua narasi, yaitu mengkomunikasikan peristiwa yang terjadi dengan cara membuat konten berdasarkan fakta baik berupa dalam bentuk foto ataupun video lalu mengunggah konten tersebut ke media sosial. Ketiga yaitu filantropi atau *trust* maksudnya adalah adanya kerelawanan yang ikut membantu terjun ke lapangan dan mendapatkan kepercayaan dari donatur atau masyarakat public yang mana adanya perubahan perilaku untuk bergerak membantu dengan cara melakukan donasi.

Adapun kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya yaitu

⁴Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Bandar Lampung: Cahaya Bintang, 2019), 85

⁵<https://news.act.id/berita/operasi-pangan-gratis-bantuan-pangan-di-tengah-pembatasan-kegiatan-masyarakat> (diakses pada tanggal 15 Februari 2022, pukul 14.26)

Gambar 1 Flyer Berbagi Paket Pangan Mualaf. Implementasi Dari Program Operasi Pangan Gratis



Gambar 2 Caption Dari Flyer Berbagi Paket Pangan Mualaf

act_sumut Bulan diangkatnya amalan, ayo semangat berbuat baik! 😊❤️

Sahabat, selamat datang di bulan yang penuh kebaikan. Bulan diangkatnya amalan-amalan kepada Allah ta'ala. Bulan Sya'ban.

Bulan Sya'ban berada di antara bulan penting, Rajab dan Ramadhan. Rasulullah shallallahu 'alayhi wa sallam pernah mengatakan bahwa bulan ini sering kali dilupakan oleh umatnya dibanding dua bulan yang mengapitnya.

Padahal, ketika kita bersungguh-sungguh beribadah di bulan ini, ia akan menuaikan kesuksesan di bulan Ramadhan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Aisyah radhiyallahu 'anha pernah berkata, "Belum pernah Nabi berpuasa satu bulan yang lebih banyak daripada puasa bulan Sya'ban. Terkadang, beliau hampir berpuasa sebulan penuh saat Sya'ban." (HR Bukhari dan Muslim).

Para Ulama berpendapat puasanya Rasulullah di bulan Sya'ban sebagai persiapan diri menyambut Ramadhan. Ya, bulan ini adalah bulan latihan (riyadhah) meningkatkan kualitas diri untuk menyambut Ramadhan.

Di bulan baik ini, semoga Allah ta'ala kuatkan kita untuk senantiasa berbuat baik. Aamiin 🙏😊

Yuk, perbanyak puasa sunnah dan bersedekah mulai sekarang!

Tunaikan sedekah, melalui laman:
BSI # 7098 258 374
Mandiri # 101 000 5634 264

Untuk mencapai itu semua, perlu adanya strategi agar target yang sudah ditentukan dapat tercapai dan tentunya Lembaga ACT Kota Medan memerlukan komunikasi yang baik untuk dapat menjalankan program tersebut. Dengan

demikian penulis ingin meneliti lebih dalam terkait strategi komunikasi Lembaga ACT Kota Medan di media sosial.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **"Strategi Komunikasi Lembaga Aksi Cepat Tanggap Cabang Kota Medan di Media Sosial dalam Menarik Donatur untuk Berdonasi pada Program Operasi Pangan Gratis"**.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan di media sosial dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis?
2. Apa saja hambatan yang dialami Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan di media sosial dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis?
3. Apa saja faktor keberhasilan Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan di media sosial dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis?

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kerancuan dengan istilah dalam judul penelitian, maka penulis mendefinisikan istilah tersebut sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi

Onong Uchjana Effendi mengatakan, “Strategi komunikasi merupakan kombinasi dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.”⁶

Yang dimaksud strategi komunikasi dalam penelitian ini adalah perencanaan, implementasi, evaluasi yang dilakukan oleh Lembaga ACT dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis dengan melalui media sosial agar tercapainya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2. Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT)

Resmi didirikan tanggal 21 April 2005 Aksi Cepat Tanggap (ACT) sebagai yayasan yang berfokus pada bidang sosial dan kemanusiaan. Untuk memperluas kerjanya, ACT memperluas kegiatannya yang dimulai dengan tanggap darurat dan kemudian memperluas menjadi kegiatan pascabencana. Begitu pun dengan

⁶Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 32

program lainnya seperti program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, pemulihan, sampai pada program spiritual seperti Zakat, Qurban dan Wakaf.⁷

Penelitian ini difokuskan pada kantor Aksi Cepat Tanggap Cabang Kota Medan yang berada di Jl. Abdullah Lubis, No. 52/71, Babura, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara.

3. Media Sosial

Media sosial termasuk platform jaringan sosial yang memudahkan penggunaannya untuk bersosialisasi digital serta berpartisipasi dalam berbagi konten. Media sosial pada dasarnya merupakan pengembangan dalam teknologi web terbaru yang berbasis internet untuk memfasilitasi komunikasi, partisipasi, dan berbagi di antara semua pengguna untuk menjalin hubungan dalam jaringan online agar mereka bisa saling menyebarkan informasi. Saat ini kita juga dapat melihat, membaca, mendengar, bahkan menonton hanya dengan melalui platform media sosial yang telah disediakan.⁸

Yang dimaksud media sosial di penelitian ini adalah media sosial yang dimiliki oleh Lembaga ACT Cabang Kota Medan yaitu berupa Instagram, whatsapp dan facebook. Untuk memperoleh sumber informasi mengenai profil Lembaga Aksi Cepat Tanggap penulis menggunakan website resmi.

4. Donatur

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, donatur adalah orang yang secara tetap memberikan sumbangan berupa uang kepada suatu perkumpulan dan sebagainya; penderma tetap; penyumbang tetap⁹

Yang dimaksud donatur dalam penelitian ini adalah individu, organisasi ataupun sekelompok orang yang secara suka rela memberikan donasi. Donatur pada penelitian ini adalah berasal dari masyarakat.

⁷<https://act.id/tentang/sejarah> (diakses pada tanggal 18 Februari 2022, pukul 21:13)

⁸Suriadi, "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Dan Kesadaran Berderma Generasi Milenial Pada Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap," *Humanis Proceedings* 1, no. 2 (2021): 920–929, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/11889>.

⁹<https://kbbi.web.id/donatur> (diakses pada tanggal 22 Februari 2022, pukul 20.45)

5. Donasi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), “donasi merupakan sumbangan tetap (berupa uang) dari penderma kepada perkumpulan; derma, pemberian; hadiah.”¹⁰

Yang dimaksud donasi dalam penelitian ini yaitu bantuan yang diberikan oleh orang maupun sekelompok orang dalam bentuk uang ataupun barang.

6. Program Operasi Pangan Gratis

Operasi Pangan Gratis ini adalah salah satu program Aksi Cepat Tanggap yang prosesnya mendistribusikan pangan dalam bentuk paket sembako atau makanan. Berbagai armada kemanusiaan yang dimiliki oleh Lembaga Aksi Cepat Tanggap dalam membantu pendistribusian paket pangan ini.¹¹

Operasi pangan gratis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berupa paket sembako seperti beras, teh, gula, minyak goreng, susu, roti kering, dan didistribusikan ke seluruh Sumatera Utara. Adapun jika donatur memberikan donasi dalam bentuk barang atau sembako, hal tersebut disalurkan langsung di Sumatera Utara. Tetapi jika donasi yang diberikan dalam bentuk uang, hal tersebut disalurkan ke dalam negeri dan luar negeri, sesuai dengan akad donasi atau requestan donatur.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan di media sosial dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dialami Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan di media sosial dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis.

¹⁰Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016. Donasi (Online). Website: <http://kbbi.kemdikbud.go.id> (diakses tanggal 25 Februari 2022)

¹¹<https://news.act.id/berita/operasi-pangan-gratis-bantuan-pangan-di-tengah-pembatasan-kegiatan-masyarakat> (diakses pada tanggal 22 Februari 2022, pukul 22.30)

3. Untuk mengetahui faktor keberhasilan Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan di media sosial dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis.

E. Manfaat Penelitian

a. Secara teoritis

- 1) Untuk penelitian berikutnya, penulis berharap bisa dijadikan sebagai bahan informasi ilmiah yang juga sama ingin meneliti terkait komunikasi, khususnya mengenai strategi komunikasi Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan di media sosial dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis.
- 2) Penulis berharap bisa memberikan pengetahuan bagi banyak masyarakat terkhusus mahasiswa serta pihak lain yang membutuhkan informasi terkait strategi komunikasi Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Kota Medan di media sosial dalam menarik donatur untuk berdonasi pada program operasi pangan gratis.

b. Secara praktis

Dapat dijadikan sebagai referensi dan masukan kepada ACT supaya tetap menjaga hubungan komunikasi yang baik dengan masyarakat serta tetap menjadi Lembaga yang senantiasa sigap dan peka terhadap konflik ataupun bencana yang sedang terjadi.

F. Sistematika Pembahasan

Supaya isi pembahasan terarah dan sistematis, adapun sistematika pembahasan yang dijadikan sebagai acuan dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Istilah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Landasan teoritis: membahas tentang landasan teori yang berisikan tentang strategi komunikasi, media sosial, Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT), Donatur, Donasi, Program Operasi Pangan Gratis, dan penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian: membahas tentang Jenis Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Informan Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: membahas hasil temuan dimana akan dideskripsikan mulai dari hasil wawancara hingga pembahasan yang berkaitan dengan teori pada bab II.

Bab V Penutup berupa Kesimpulan dan Saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN