

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DALAM MEMBANGUN
KESADARAN BERSEDEKAH (STUDI DESKRIPTIF ORGANISASI SEDEKAH
ROMBONGAN)**



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

Augasta Eka Rasa Putra

11321064

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta
2018**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DALAM MEMBANGUN
KESADARAN BERSEDEKAH (STUDI DESKRIPTIF ORGANISASI SEDEKAH
ROMBONGAN)**

Disusun Oleh

Augasta Eka Rasa Putra

11321064

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada: 28 Agustus 2018

Dosen Pembimbing Skripsi



**(Puji Hariyanti, S.Sos, M.I.Kom)
NIDN 0529098201**

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



**(Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA)
NIDN. 0516087901**

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DALAM MEMBANGUN KESADARAN BERSEDEKAH (STUDI DESKRIPTIF ORGANISASI SEDEKAH ROMBONGAN)

Augasta Eka Rasa Putra

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII,
Menyelesaikan Studi Pada Tahun 2018

Sedekah Rombongan adalah organisasi non profit yang membantu masyarakat tidak mampu dalam bidang kesehatan, pendidikan dan sosial kemasyarakatan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam membangun kesadaran bersedekah pada Organisasi Sedekah Rombongan.

Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma objektivis. Pendekatan penelitian adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan empat komponen yang saling berinteraksi, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan sosial media oleh Organisasi Sedekah Rombongan yaitu dipergunakan untuk menyampaikan kegiatan dari Sedekah Rombongan dan pesan Islami melalui *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Media sosial yang menggunakan layanan internet tersebut merupakan salah satu bentuk dari media baru yang memiliki karakteristik cepat, fleksibel, interaktif, informatif dan dapat mudah digunakan. Pemilihan menggunakan media sosial dalam menyampaikan kegiatan dari Sedekah Rombongan dilakukan karena penggunaan media sosial dapat menyampaikan pesan kepada banyak pengguna media sosial (*followers*). Penggunaan media sosial yang dipergunakan oleh Sedekah Rombongan tersebut membuat kebutuhan akan komunikasi dua arah menjadi lebih cepat karena tidak terbatas pada tempat dan waktu. Semua orang dapat dengan mudah untuk mengakses informasi tersebut, hal tersebut yang menjadi keunggulan dari komunikasi menggunakan layanan internet. Selain itu menggunakan media sosial biaya yang dikeluarkan juga murah. Pesan yang disampaikan secara aktif dan memuat konten kreatif Islami dapat menggugah kesadaran bersedekah dari masyarakat untuk ikut serta bergabung bersama Sedekah Rombongan. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya komentar dan tanggapan dari *follower* yang mendukung kegiatan yang dilaksanakan oleh Sedekah Rombongan. Ketertarikan dari *followers* yang bertanya melalui akun media sosial tersebut maka sudah ada indikasi bahwa *followers* tertarik dengan pesan atau kegiatan yang disampaikan Sedekah Rombongan. Ketertarikan tersebut kemudian diwujudkan dengan *followers* atau masyarakat umum yang bergabung menjadi kurir ataupun donatur dengan terlebih dahulu mengetahui informasi tentang Sedekah Rombongan dari media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Sedekah Rombongan, Kesadaran Bersedekah

Pendahuluan

Pada saat ini banyak sekali terdapat organisasi non profit yang bergerak di bidang sosial yaitu dengan menyalurkan bantuan zakat, sedekah dari para donatur untuk disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Organisasi tersebut berdiri secara terstruktur dan mempunyai struktur kepengurusan yang jelas dan laporan pertanggungjawaban kepada para donatur secara transparan dan berkala. Salah satu organisasi non profit yang bergerak di bidang sosial tersebut adalah Organisasi Sedekah Rombongan. Sedekah Rombongan adalah organisasi non

profit yang seluruh relawannya tidak dibayar dan juga menyampaikan sedekah dari para donatur 100% tanpa potongan bensin, pulsa, gaji, biaya operasional, dll. Organisasi Sedekah Rombongan memiliki slogan “Menyampaikan Titipan Langit Tanpa Rumit, Sulit dan Berbelit-belit”.

Kemunculan dari organisasi Sedekah Rombongan tidak disengaja karena niat bersedekah seorang wirausahawan lulusan wirausaha Bank Mandiri yang berasal dari Yogyakarta yaitu Saptuari Sugiharto yang merupakan pemilik dari Kedai Digital sebagai pemrakarsa munculnya organisasi Sedekah Rombongan. Pada awalnya, Saptuari Sugiharto hanya menulis di *blog*, akan tetapi sekarang organisasi Sedekah Rombongan semakin maju pesat, tentunya dengan bantuan banyak orang yang tulus ikut membantu Sedekah Rombongan agar banyak orang dapat tertolong dengan cepat. Istilah membantu orang ini terkenal dengan nama filantropi, filantropi ialah tindakan seseorang yang mencintai sesama manusia, sehingga menyumbangkan waktu, uang, dan tenaganya untuk menolong orang lain. Istilah ini umumnya diberikan pada orang-orang yang memberikan banyak dana untuk amal.¹

Untuk memperkenalkan gerakan tersebut, maka Sedekah Rombongan memanfaatkan sosial media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan organisasinya dimana mengajak masyarakat untuk bersedekah. Dalam penelitian ini penulis tertarik melakukan penelitian terkait dengan pemanfaatan *social media* sebagai sarana untuk membangun kesadaran bersedekah pada Organisasi Sedekah Rombongan dikarenakan pada saat ini *social media* memberikan pengaruh yang cukup besar dalam penyampaian suatu informasi kepada khalayak luas.

Melalui pesan yang disampaikan melalui sosial media tersebut, maka Sedekah Rombongan berusaha untuk membangun kesadaran dari masyarakat untuk bersedekah. Dalam hal ini Sedekah Rombongan menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat dengan menggunakan media komunikasi berupa media sosial. Diharapkan dengan adanya penyampaian pesan atau informasi tentang sedekah secara kontinu atau terus menerus kepada masyarakat maka masyarakat dapat tercapai suatu kesadaran untuk melakukan ajakan bersedekah dan masyarakat apabila akan bersedekah dapat menggunakan jasa layanan dari Sedekah Rombongan.

Melalui penggunaan media sosial tersebut, secara tidak langsung organisasi Sedekah Rombongan juga melakukan kegiatan memperkenalkan organisasinya kepada masyarakat sebagai lembaga non profit yang bergerak di bidang pengumpulan sedekah dari masyarakat,

¹ “Pengertian Filantropi, diakses melalui http://filantropis.ma.web.id/id3/1634-1523/Filantropis_22932_filantropis-ma.html, pada tanggal 18 Mei 2017.

sehingga tercipta suatu kesadaran merek dari masyarakat tentang Organisasi Sedekah Rombongan sebagai pionir dalam organisasi sedekah di Indonesia.

Sedekah Rombongan membuat akun facebook yang berupa *fanspage* yang dapat diakses melalui <https://www.facebook.com/sedekahrombongan>. Pengguna lain akun *facebook* bila ingin melihat *update* atau menyatakan kesukaan dengan organisasi Sedekah Rombongan tersebut bisa langsung meng klik *like* dan otomatis terdaftar sebagai pengikut dari akun *facebook* Sedekah Rombongan. Pada saat ini akun *facebook* Sedekah Rombongan sudah disukai atau dilike oleh 12.000 pengguna *facebook*.

Selain menggunakan akun *facebook*, Sedekah Rombongan juga menggunakan media sosial berupa *twitter*. Akun *twitter* Sedekah Rombongan memiliki *followers* mencapai 41.000 orang. Dalam akun *twitter*nya, Sedekah Rombongan juga selalu *update* tentang kegiatan Sedekah Rombongan dan tweet tentang kalimat motivasi untuk bersedekah dan salin tolong menolong. Setiap menit, admin dari akun *twitter* Sedekah Rombongan melakukan *update* informasi yang dapat dibaca oleh pengikut dari akun *twitter* tersebut. Selanjutnya media sosial lainnya yang dipergunakan oleh Sedekah Rombongan adalah dengan menggunakan *instagram*. *Instagram* merupakan jejaring sosial berbagi foto yang banyak dipakai masyarakat Indonesia. *Instagram* dari Sedekah Rombongan disebut dengan “*supdate*”. *Instagram* Sedekah Rombongan sama halnya dengan *facebook* dan *twitter* selalu mengupdate kegiatan kurir dari Sedekah Rombongan dan kegiatan lainnya dari organisasi ini. Melalui foto-foto kegiatan yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan mempunyai tujuan yaitu mengajak seluruh masyarakat di Indonesia agar bersedekah untuk membantu sesama. Pengikut dari akun *instagram* Sedekah Rombongan berjumlah lebih dari 2200 pengikut.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan *Social Media* Sebagai Sarana dalam Membangun Kesadaran Bersedekah (Studi Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan)”.

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam membangun kesadaran bersedekah pada Organisasi Sedekah Rombongan.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah kajian ilmu pengetahuan khususnya mengenai pemanfaatan media komunikasi khususnya melalui media sosial.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi Organisasi Sedekah Rombongan untuk meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk membangun kesadaran bersedekah

Kerangka Teori

1. Media Baru

Banyak pendapat disampaikan terkait dengan pengertian dari media baru. Diantaranya oleh Creeber dan Martin yang menyatakan bahwa media baru merupakan produk komunikasi dengan teknologi yang terdapat dalam suatu komputer digital.² Definisi lainnya menyebutkan bahwa media baru merupakan media yang menggunakan internet yang berbasis teknologi dan mempunyai karakter fleksibel, interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik.³

2. Media Sosial

Media sosial (*social media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (internet). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".⁴

Media sosial adalah media pergaulan yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan internet. Pengguna media sosial dapat berkomunikasi, menjalin pertemanan, mengirim pesan antar satu pengguna ke pengguna media sosial lainnya. Kaplan dan Michael Haenlein menyatakan bahwa media sosial merupakan sebuah aplikasi yang berbasis internet dan teknologi Web 2.0 yang dapat memuat pertukaran sebuah pesan atau konten.⁵

3. Organisasi Sosial

² Creeber G. dan Martin R. 2009. *Digital Cultures*. New York: Open University Press, hlm. 6.

³ Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia, hlm. 13.

⁴ Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, united The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons* 53(1): 59–68.

⁵ *Ibid.*

Organisasi merupakan sebuah perkumpulan orang yang saling berinteraksi satu dengan yang lainnya dan mempunyai tujuan yang sama. Pada sebuah organisasi terdiri dari beberapa unit atau bagian yang terbentuk untuk dapat saling berkoordinasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi.⁶ Organisasi dibentuk karena ada tujuan tertentu, visi dan misi dari para anggotanya. Adanya tujuan yang sama antar anggota tersebut menyebabkan antar anggota mempunyai keterikatan satu dengan yang lainnya. Keterikatan antar anggota ini tidak mewajibkan anggota organisasi untuk ikut terus menerus menjadi anggota seumur hidup. Dalam organisasi apabila tidak ada kesamaan visi dan misi antar anggota, rentan sekali terjadi perubahan.⁷

Polak dalam Budiyo menyatakan bahwa organisasi sosial merupakan kumpulan dari individu-individu yang punya tujuan, kepentingan, minat yang sama.⁸ Berdasarkan sumber dananya, organisasi dapat dibedakan diantaranya adalah organisasi nirlaba yaitu organisasi yang dibiayai oleh masyarakat melalui donasi atau sumbangan. Organisasi nirlaba atau organisasi non-profit adalah suatu organisasi yang bersasaran pokok untuk mendukung suatu isu atau perihal didalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang tidak komersial, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba.⁹

Organisasi nirlaba adalah organisasi yang tidak menggunakan keuntungan ataupun aset organisasi untuk kepentingan anggota organisasi atau pimpinannya. Akan tetapi terdapat beberapa pengecualian diantaranya adalah 1) Organisasi berhak memberikan kompensasi kepada pekerjanya/karyawan atas kinerja yang dilakukan; 2) Organisasi nirlaba diperkenankan untuk mencari keuntungan yang dipergunakan untuk pendanaan kegiatan organisasi lainnya. Pendapatan yang diperoleh organisasi nirlaba tidak dikenai pajak. Organisasi nirlaba yang menerima bantuan dari donatur wajib untuk memberikan pelaporan penggunaan dananya yang dipergunakan untuk kegiatan yang disyaratkan oleh para penyandang dana.¹⁰

Metode Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

⁶ Darsono. 2006. *Budaya Organisasi: Kajian Organisasi Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*. Jakarta: Diadit Media, hlm. 44.

⁷ M. Steers Richard. 1995. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga, hlm. 14.

⁸ Hari Budiyo, dkk. 2008. *Organisasi Sosial*. Seminar FKIP UMS Surakarta. Tersedia dalam <http://www.scribd.com/doc/9406552/Organisasi-Sosial-Masyarakat>.

⁹ Ardana, Komang, dkk. 2008. *Perilaku Keorganisasian*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm. 21.

¹⁰ *Ibid*.

Penelitian ini menganut paradigma konstruktivisme dan menggunakan pendekatan kualitatif.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Yogyakarta

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan wawancara dan dokumentasi.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknis analisis data dari Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

Pembahasan

Media baru merupakan media yang menggunakan internet yang berbasis teknologi dan mempunyai karakter fleksibel, interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik.¹¹ Menurut McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, memiliki akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktif, memiliki kegunaan yang beragam dan dapat dipergunakan kapan saja dan dimana saja.¹² Media baru/media online memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan *ter-update*. Pada saat ini media baru dengan menggunakan fasilitas internet tersebut banyak dimanfaatkan oleh organisasi ataupun instansi untuk keperluan pemasaran ataupun kegiatan penyampaian pesan organisasinya agar cepat sampai kepada masyarakat.

Penggunaan media baru sebagai sarana penyampaian pesan dikarenakan dengan media baru tersebut tidak membutuhkan biaya yang mahal, pesan akan cepat sampai kepada targetnya serta dapat dengan mudah untuk dipantau. Pada saat ini penyampaian pesan melalui media baru dilakukan dengan media sosial. Media sosial (*social media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (internet). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*).¹³ Sudah beberapa tahun ini banyak bermunculan social media yang datangnya bermacam social media ini membawa fitur fitur yang menguntungkan

¹¹ Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia, hlm. 13.

¹² Denis McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika, hlm. 43.

¹³ Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein, *opcit*, hlm. 59–68.

bagi masyarakat atau penggunanya. Adanya social media membuat kebutuhan komunikasi kita semakin cepat dan efisien contoh kecilnya surat menyurat yang tadinya butuh beberapa hari bahkan berbulan bisa hanya dengan hitung detik bisa sampai dengan peperpesanan cepat dari fitur social media. Sosial media banyak membantu para penggunanya untuk menunjang aktifitas sehari hari untuk berbagi informasi dan tempat sharing dengan kelompoknya masing masing. Karena dengan adanya sosial media ini kita bisa membangun networking, didalam sosial media banyak komunitas komunitas menggunakannya sebagai ajang sharing dan berkomunikasi, tidak sebatas lingkup komunitas tersebut saja tetapi semua orang berhak bergabung.

Untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat yang menjadi segmen sasaran maka Sedekah Rombongan melihat adanya peluang komunikasi. Komunikasi tersebut terkait dengan aktivitas komunikasi yang dilakukan guna menarik minat masyarakat terhadap tujuan dari organisasi. Sedekah Rombongan melihat bahwa pada saat ini adalah era digital sehingga informasi dapat semakin cepat sampai kepada masyarakat melalui pemanfaatan internet. Berbagai macam aplikasi yang dipergunakan dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan kepada segmen sasaran. Sedekah Rombongan dalam penyampaian pesannya menggunakan media sosial di internet.

Sedekah Rombongan menyampaikan kegiatan organisasi sosialnya kepada masyarakat tanpa memungut biaya atau imbalan kepada masyarakat yang dibantu karena Sedekah Rombongan termasuk dalam kategori organisasi nirlaba. Organisasi nirlaba atau organisasi non-profit adalah suatu organisasi yang bersasaran pokok untuk mendukung suatu isu atau perihal didalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang tidak komersial, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba.¹⁴ Bidang kegiatan yang disampaikan terkait dengan organisasi sosial yang dilakukan adalah bidang kesehatan, bidang pendidikan, dan sosial kemasyarakatan, begitu juga dengan bidang sosial yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan dibagi menjadi 3 bidang:

1. Bidang Pendidikan

Sedekah Rombongan memberikan bantuan dalam bidang pendidikan seperti membantu biaya sekolah bagi yang tidak mampu, memberi bantuan membeli peralatan sekolah dll. Tentu tidak spesifik untuk membeli kebutuhan sekolah melainkan ketika ada seorang target yang mempunyai anak, secara naluri kurir akan merekomendasikan untuk membantu biaya pendidikan.

¹⁴ Ardana, Komang, dkk, *opcit*, hlm. 21.

2. Bidang Kesehatan

Bidang kesehatan merupakan bidang yang paling banyak memberikan kegiatan bagi Sedekah Rombongan. Sedekah Rombongan membantu pasien yang tidak mampu untuk berobat sampai pada saat proses penyembuhan sampai pasien dinyatakan sembuh karena didalam bidang kesehatan ini bantuan tidak semata diberikan setelah itu pasien atau target ditinggalkan begitu saja tidak, melainkan pasien akan diberi pendampingan dari pertama *chek up*, pemeriksaan, operasi atau penanganan serius jika memang diharuskan, pemulihan, kontrol, sampai sembuh total akan didampingi oleh kurir Sedekah Rombongan.

3. Bidang Sosial Kemasyarakatan

Bidang sosial kemasyarakatan dilakukan oleh Sedekah Rombongan dengan membantu pembangunan masjid, membantu penyediaan sarana ibadah atau membantu penggalangan dana atau posko darurat untuk musibah bencana alam. Kompleks permasalahan sosial bermacam-macam akan tetapi bisa kita lihat *respect* Sedekah Rombongan pada Yayasan Raudlatul Makfukin yang merupakan taman tunanetra berbasis Islam yang berada di Jalan RAYA Puspitek, Gang Rais No. 10A RT.2/5, Kampung Jati, Kelurahan Buaran, Serpong, Tangerang Selatan.

Organisasi nirlaba yang menerima bantuan dari donatur wajib untuk memberikan pelaporan penggunaan dananya yang dipergunakan untuk kegiatan yang disyaratkan oleh para penyandang dana.¹⁵ Hal itu juga yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan dalam menyampaikan laporan dana yang masuk dari para donatur, dana donatur dilaporkan secara rutin secara terbuka salah satunya juga menggunakan media sosial. Hal tersebut agar masyarakat yang ikut serta menjadi donatur mengetahui pemanfaatan dana yang masuk.

Sebagai media komunikasi, internet mempunyai peranan penting sebagai alat (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) dari komunikator/penyalur pesan (*source*) kepada komunikan/penerima pesan (*receiver*).¹⁶ Dalam hal ini sebagai komunikator adalah organisasi Sedekah Rombongan yang menyampaikan pesan organisasinya yaitu kegiatan dan pesan-pesan tentang Islam terutama manfaat dari bersedekah. Pesan yang disampaikan ditujukan kepada masyarakat secara umum/masyarakat luas terutama yang dapat mengakses media sosial Sedekah Rombongan yaitu *followers*nya. Maka dari itu penting bagi sedekah rombongan untuk membentuk team khusus untuk media sosial, karena seperti kita tahu media sosial atau media dapat membentuk opini publik.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Denis McQuail, *op.cit*, hlm. 45.

Tentunya untuk bisa membuat opini masyarakat baik dan tertarik dengan kegiatan Sedekah Rombongan, perlu adanya team atau ahli yang memang mendalami dibidang tersebut dan sedekah rombonganpun seperti yang kita ketahui memperkejakan pekerja sosial untuk tim sosial medianya. Sedekah Rombongan memiliki tim media sosial sebanyak 3 orang yang bertugas menangani sosial media Sedekah Rombongan dengan gaji masing-masing sebesar Rp. 1.800.000,00/bulan. Adanya tim yang sudah membidangi media sosial maka Sedekah Rombongan bisa membuat konten konten kreatif dan menarik agar *followers* bisa ikut bergabung dengan Sedekah Rombongan menjadi donator ataupun kurir.

Sedekah Rombongan melihat pada saat ini penggunaan internet sudah semakin meluas. Masyarakat sudah sangat familiar dengan keberadaan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*. Penggunaan media sosial dapat dengan mudah untuk menarik atensi dari masyarakat untuk melihat pesan yang akan disampaikan oleh Sedekah Rombongan. Sedekah Rombongan melihat peluang yang ada di masyarakat. Sedekah Rombongan melihat bahwa dinamika di masyarakat tengah berkembang pemanfaatan internet untuk penyampaian pesan. Dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada masyarakat, pihak Sedekah Rombongan memanfaatkan keberadaan dari media internet yaitu melalui aplikasi *instagram*, *facebook* dan *twitter*. Sedekah Rombongan menggunakan *instagram*, *facebook* dan *twitter* untuk menyampaikan kegiatan dan pesan Islami kepada masyarakat secara umum dan *followers* nya. *Followers* yang tertarik akan pesan atau informasi yang disampaikan untuk bertanya lebih jauh tentang pesan tersebut ataupun ikut memberikan tanggapan dalam kolom komentar. Hal tersebut sesuai dengan sifat internet yaitu sebagai media transaksional, dalam artian terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan ada umpan balik (*feedback*) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut.¹⁷ Dalam internet ini termasuk bebas siapa aja bebas untuk berinteraksi, namun pastinya terdapat sarana berkomunikasi di internet yang banyak, salah satunya media sosial. Media sosial sendiri sekarang sudah banyak bermunculan, dan bahkan mengerucut ke kebutuhan masyarakat tersendiri seperti media sosial yang fungsi utamanya hanya untuk *share video*, fungsi utamanya hanya untuk *share* foto dan tapi juga ada untuk *share* semuanya dari kalimat atau cerita, foto, *video*, *file*, *voice* dll.

Berikut analisis penulis terkait dengan media sosial yang dipergunakan oleh Sedekah Rombongan:

¹⁷ *Ibid.*

1. Facebook

Facebook merupakan bagian dari media sosial yang banyak diikuti oleh khalayak pada saat ini. *Facebook* mempunyai banyak fitur-fitur paling utama. *Facebook* bersifat informatif yaitu *update* status, kapanpun pengguna *facebook* dapat *update* status lewat *facebook* dan tidak hanya dengan kata-kata tetapi juga bisa *update* disertai foto.¹⁸ Kemudahan dalam penggunaan *facebook* tersebut yang membuat Sedekah Rombongan memilih aplikasi media sosial tersebut. Hal tersebut dikarenakan untuk menyampaikan pesan dan foto tentang kegiatan yang sedang dilakukan oleh tim Sedekah Rombongan di lapangan, mengingat di *facebook* tidak ada batasan kata yang akan ditulis sehingga admin leluasa dalam menuliskan pesan yang akan disampaikan. Selanjutnya dalam *facebook* juga admin dapat *upload* beberapa foto kegiatan disamping pesan yang ditulis. Melalui *facebook* pula, pihak Sedekah Rombongan dapat mengetahui tanggapan dari *follower* terkait dengan pesan yang diposting baik dalam bentuk *likes* maupun komentar. Admin media sosial Sedekah Rombongan juga dapat memberikan balasan terkait dengan komentar dari *followers* sehingga terjalin komunikasi yang interaktif. Banyaknya fasilitas dari *Facebook* membuat *team social media* sedekah Rombongan bisa leluasa membuat konten, seperti yang dijelaskan di atas dengan adanya tidak ada batasan teks dan foto membuat *facebook* bisa meng *upload* cerita pasien yang panjang dan disertai foto-fotonya. Kegiatan sosial media di *facebook* menjadi induk dari semua informasi untuk semua sosial media, karena disini segala konten ada.

2. Twitter

Twitter merupakan situs yang bisa mengirim dan membaca pesan seperti blog pada umumnya dan pesan tersebut dinamakan *tweets*.¹⁹ Kelemahan dari *twitter* ini adalah kalimat yang dapat ditulis adalah terbatas sehingga tidak banyak pesan yang disampaikan. Pihak Sedekah Rombongan menggunakan *twitter* sebagai media sosial yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dapat diketahui bahwa pemanfaatan *twitter* untuk menyampaikan pesan atau informasi tentang kegiatan dari Sedekah Rombongan ataupun kurir dari Sedekah Rombongan yang bekerja di lapangan. Oleh karena itu pesan yang disampaikan melalui *twitter* adalah *real time*, sehingga dapat diketahui secara langsung oleh

¹⁸ Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein, *opcit*, hlm. 59–68.

¹⁹ *Ibid.*

pengikut dari akun *twitter* Sedekah Rombongan. Selain itu pesan yang disampaikan juga terbatas akan tetapi setiap *tweets* yang disampaikan didukung dengan foto yang mendukung. Di *twitter* semua wakil kurir dari kota di seluruh Indonesia mendapatkan hak akses, karena seperti yang sudah dijelaskan di sifatnya *real time* untuk menggambarkan kegiatan kurir saat menemui target. Tidak hanya berkicau tentang penyaluran dana saja, melainkan juga kondisi menuju jalan dan hal lainnya yang berhubungan dengan target.

3. *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.²⁰ Hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa Sedekah Rombongan menggunakan *instagram* untuk menyampaikan pesan organisasinya kepada masyarakat yang menjadi pengikut *instagram*nya. Pesan yang disampaikan adalah terkait dengan kegiatan yang tengah dilakukan, laporan perkembangan keadaan pasien, tanggapan dari kurir tentang keikutsertaannya di Sedekah Rombongan, tanggapan pasien atas bantuan dari Sedekah Rombongan. Selain berisikan informasi tentang kegiatan dari Sedekah Rombongan, akun *instagram* juga berisikan materi konten berupa *quote* yang berisikan pesan moral/nasihat tentang Islam dan keutamaan sedekah, ada juga komentar atau tanggapan dari tokoh nasional tentang kegiatan dari Sedekah Rombongan. Konten yang di *upload* dalam akun *instagram* dibuat semenarik mungkin karena *instagram* identik dengan foto yang diunggah sehingga foto yang diunggah juga dapat menyampaikan pesan kepada masyarakat (*followers*). Oleh karena itu organisasi Sedekah Rombongan memiliki tim desain grafis untuk membuat konten kreatif yang menarik. Karena di akun *instagram* team harus bermain secara visual yang baik. Penggunaan *instagram* merupakan salah satu bentuk pengikutan perkembangan media sosial, sekarang banyak sosial media bermunculan dan salah satunya *instagram* yang sekarang banyak digandrungi oleh masyarakat khususnya generasi muda.

Tujuan Sedekah Rombongan dalam menyampaikan komunikasi kepada masyarakat terutama melalui media sosial bertujuan agar pesan atau informasi kegiatan dapat cepat tersampaikan. Kecenderungan masyarakat dalam memanfaatkan sarana internet membawa perubahan juga pada komunikasi Sedekah Rombongan.

²⁰ *Ibid.*

Pemanfaatan sarana internet yaitu melalui media sosial Sedekah Rombongan membuat team media sosial harus bisa menyesuaikan dari segi materi untuk disampaikan kepada masyarakat. Oleh karena itu pesan yang disampaikan harus *real time* sehingga cepat diketahui, pesan harus disampaikan secara jelas agar tidak membingungkan bagi yang membaca pesan serta pesan harus ada tujuannya. Diharapkan dengan upaya yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan dalam berinteraksi dengan memanfaatkan media baru melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran dari masyarakat untuk bersedekah dengan pesan yang disampaikan secara terus menerus sehingga berpengaruh masyarakat terutama followers yang membaca pesan.

Tentunya Sedekah Rombongan melalui ketiga media sosial secara khusus menyajikan *quote* terhadap setiap foto gambar yang di *upload*. Hal tersebut dilakukan untuk membuat *followers* tertarik dan bertanya terkait dengan kegiatan yang dilaksanakan. Ketertarikan dari *followers* yang bertanya melalui akun media sosial tersebut maka sudah ada indikasi bahwa *followers* tertarik dengan pesan atau kegiatan yang disampaikan Sedekah Rombongan dan selanjutnya Sedekah Rombongan menanggapi komentar atau tanggapan dari *followernya*. *Follower* yang memiliki ketertarikan lebih lanjut biasanya akan bergabung dalam kegiatan Sedekah Rombongan baik menyebarkan informasi, menjadi kurir ataupun bergabung menjadi donatur Sedekah Rombongan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Pemanfaatan sosial media oleh Organisasi Sedekah Rombongan yaitu dipergunakan untuk menyampaikan kegiatan dari Sedekah Rombongan dan pesan Islami melalui *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Media sosial yang menggunakan layanan internet tersebut merupakan salah satu bentuk dari media baru yang memiliki karakteristik cepat, fleksibel, interaktif, informatif dan dapat mudah digunakan. Oleh karena itu Sedekah Rombongan menggunakan ketiga layanan media sosial tersebut untuk saling melengkapi satu sama lain karena masing-masing memiliki keunggulan tersendiri. Berikut ini merupakan kegiatan sosial media yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan:

1. Organisasi Sedekah Rombongan memiliki akun *facebook* dengan nama “Sedekah Rombongan”. Penggunaan *facebook* dikarenakan media sosial ini yang pertama kali ada

dan banyak masyarakat yang dulunya mempunyai akun facebook sehingga informasi dapat tersebar dengan luas. Akun *facebokk* tersebut menampilkan pesan/kegiatan dari Sedekah Rombongan yang telah berlangsung dan akan dilaksanakan. Beberapa kegiatan yang diupload di facebook diantaranya adalah kegiatan penyaluran bantuan di rumah sakit, informasi perkembangan pasien, Selain itu *facebook* juga berisi *quote* tentang Islam, sedekah dan juga kesan dari tokoh nasional tentang Sedekah Rombongan. Melalui akun *facebook* tersebut *follower* dapat memberikan tanggapan, pertanyaan dalam kolom komentar dan mendapatkan *feedback* dari admin media sosial Sedekah Rombongan sehingga terjalin komunikasi yang interaktif.

2. Organisasi Sedekah Rombongan memiliki akun *twitter* dengan nama @SRbergerak. Media sosial tersebut digunakan karena *twiiter* memiliki keunggulan dengan postingan yang *real time* dan memfokuskan pada “*cuitan*” atau pesan secara tertulis yang singkat dan efisien. Melalui *twitter* jugalah organisasi Sedekah Rombongan mulai dikenal pada awal berdirinya. Akun tersebut berisikan informasi kegiatan dari kurir Sedekah Rombongan di lapangan secara *real time* seperti kegiatan tentang perjalanan dari kurir yang mengantarkan pasien, kurir yang sedang membantu pasien berobat di rumah sakit. Selain berisikan foto kegiatan juga dituliskan keterangan secara singkat tentang informasi foto, karena keterbatasan karakter tulisan pada akun *twitter*.
3. Organisasi Sedekah Rombongan memiliki akun *instagram* dengan nama *srupdate*. Penggunaan Instagram dimulai pada tahun 2014 dimana awal dari kemunculan media sosial Instagram. Instagram digunakan oleh Sedekah Rombongan karena pada saat ini media sosial tersebut telah banyak digunakan oleh masyarakat/pengguna Instagram sehingga informasi dapat tersebar luas. Pada akun *instagram* tersebut menampilkan foto dan poster kegiatan Sedekah Rombongan. Setiap foto dan poster yang ditampilkan berisikan keterangan yang lengkap sehingga *followers* dapat mengetahui makna dari foto atau poster yang diunggah. Beberapa foto yang diunggah diantaranya adalah penyampaian informasi keadaan pasien yang akan dibantu oleh Sedekah Rombongan dengan disertai foto pasien, kondisi pasien, penyakit yang diderita, alamat, identitas orang tua.

Penggunaan ketiga akun media sosial tersebut dapat secara aktif menyampaikan pesan atau kegiatan dari Organisasi Sedekah Rombongan sebagai organisasi sosial. berbagai bidang pendidikan seperti membantu biaya sekolah bagi yang tidak mampu, memberi bantuan membeli peralatan sekolah dll. Bidang kesehatan merupakan bidang yang paling banyak memberikan kegiatan bagi Sedekah Rombongan, di bidang ini selain diberi bantuan dana juga diberi pendampingan sampai benar benar sembuh. Dalam bidang sosial

kemasyarakatan, Sedekah Rombongan dengan membantu pembangunan masjid, membantu penyediaan sarana ibadah, yayasan sosial atau membantu penggalangan dana atau posko darurat untuk musibah bencana alam. Dalam penggunaan media sosial tersebut Sedekah Rombongan memiliki admin sehingga dapat *maintainance* akun media sosial sehingga berisikan informasi yang terbaru seperti *update* pemberian dana langsung, kegiatan kurir, dan bahkan kita melihat kegiatan kurir di Indonesia secara *realtime* di sosial media. Dengan konten-konten yang dibuat team social media sedekah rombongan dan keunggulan atau karakteristik media social media masing-masing dapat memberikan jawaban atas pertanyaan atau tanggapan dari *followers* sehingga tercipta komunikasi yang interaktif.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Sedekah Rombongan untuk ke depannya dapat melakukan posting pesan ataupun kegiatan yang sudah dilaksanakan pada jam-jam tertentu atau *primetime*, dimana *follower* banyak membuka media sosial *facebook* dan *instagram* seperti pada siang hari, malam hari sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada *followers* terkecuali pesan yang hendak disampaikan secara *real time* yang disampaikan melalui akun *twitter*.
2. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian terkait dengan komunikasi organisasi dari Sedekah Rombongan sehingga dapat bertahan sampai dengan saat ini dengan misi sosialnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, Komang, dkk. 2008. *Perilaku Keorganisasian*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Creeber G. dan Martin R. 2009. *Digital Cultures*. New York: Open University Press.
- Darsono. 2006. *Budaya Organisasi: Kajian Organisasi Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*. Jakarta: Diadit Media.
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, united The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons 53(1): 59–68.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.

Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia.

Richard, M. Steers. 1995. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga.

Sumber Internet:

Pengertian Filantropi, diakses melalui http://filantropis.ma.web.id/id3/1634-1523/Filantropis_22932_filantropis-ma.html, pada tanggal 18 Mei 2017.

Hari Budiyanto, dkk. 2008. Organisasi Sosial. Seminar FKIP UMS Surakarta. Tersedia dalam <http://www.scribd.com/doc/9406552/Organisasi-Sosial-Masyarakat>.