

Analisis Digital Activisme di Sosial Media (Studi Etnografi Virtual Penggalangan Dana Akun @greenord27 pada Media Sosial Instagram)

(Maksimal 14 kata dan 16 pt Bold)

¹Bagus Alwannafi, ²Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, ³ Muchamad Rizqi

^{1,2,3}Asal Program Studi, Universitas

Email Korespondensi

Abstract

The internet has become a part of people's lives and has changed the way of interacting, making it more accessible to local people. With the internet, now fundraising can be done more easily. Like using social media. Fundraising on social media has become a dominating phenomenon in efforts to support various social initiatives, humanitarian and charitable projects. This study aims to investigate the impact of fundraising strategies on social media platforms in relation to success and community participation. Through a data analysis approach from successful campaigns, Exploring the key factors that contribute to the success of online fundraising. This research is entitled Analysis of Digital Activism on Social Media (Virtual Ethnographic Study of Fundraising Account @greenord27 on Instagram Social Media). The author aims to research the use of social media in raising funds on the @greenord27 Instagram account, as well as finding out the management and obstacles faced by @greenord27 in utilizing Digital Activism on Social Media. The author uses Computer Mediated Communication (CMC) theory. The approach used in this research is a qualitative approach with the Virtual Ethnography method. Data collection in research is by means of Observation, Documentation, Interviews which after data collection are processed through data collection, Data Reduction, Data Presentation, and Verification.

Keywords: : *Internet, Digital Activisme, Penggalangan Dana, Etnografi Virtual*

Abstrak

Internet sudah menjadi Sebagian kehidupan masyarakat dan merubah cara berinteraksi lebih mudah diakses oleh masyarakat sekitar. Dengan adanya internet, kini penggalangan dana bisa lebih mudah dilakukan. Seperti memanfaatkan media sosial. Penggalangan dana di media sosial telah menjadi fenomena yang mendominasi dalam upaya mendukung berbagai inisiatif sosial, kemanusiaan, dan proyek-proyek amal. Studi ini bertujuan untuk menyelidiki dampak strategi penggalangan dana di platform-media sosial terkait dengan kesuksesan dan partisipasi masyarakat. Melalui pendekatan analisis data dari kampanye-kampanye sukses, Mengeksplorasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi pada keberhasilan penggalangan dana online. Penulis bertujuan untuk meneliti pemanfaatan media sosial dalam penggalangan dana pada akun instagram @greenord27, serta mengetahui pengelolaan dan kendala yang di hadapi oleh @greenord27 dalam memanfaatkan Digital Activisme di Media Sosial. Penulis menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan Kualitatif dengan metode Etnografi Virtual. Pengumpulan data dalam penelitian adalah dengan cara Observasi, Dokumentasi, Wawancara yang setelah pengambilan data diproses melalui pengumpulan data, Reduksi Data, Penyajian Data, dan Verifikasi. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwasanya digital activisme

yang dilakukan oleh akun Instagram @greenord27 menggunakan media social dengan memanfaatkan kecepatan dan aksesbelitas informasi dalam menyebarkan pesan. Digital activism juga dapat menciptakan peluang kolaborasi antara pengikut dan pemilik akun. Hal ini berpengaruh besar dalam membentuk opini publik dan mobilitas massa dalam gerakan sosial. Sebagai platform berbasis visual, intagram memberikan kemampuan untuk memvisualisasikan isu-isu sosial yang kuat dan dapat memicu emosi dan meningkatkan daya Tarik.

Kata kunci: Internet, *Digital Activisme*, Penggalangan Dana, Etnografi Virtual

Pendahuluan

Seiring berjalannya waktu banyak perkembangan yang muncul, salah satunya adalah perkembangan teknologi internet. Kehadirannya memberi pengaruh besar terhadap mobilitas masyarakat, salah satunya pekerjaan dan aktivitas yang dilakukan manusia kini dapat lebih efektif dan efisien. Berbagai manfaat kegunaan internet antara lain memudahkan akses berkomunikasi, berkerja, berbelanja dan masih banyak yang lainnya (nuryama, 2022). Perkembangan teknologi ini dimanfaatkan oleh beberapa kalangan dalam mengkomunikasikan sebuah Gerakan-gerakan tertentu, baik oleh badan pemerintahan maupun swasta. Karena media internet adalah sebuah inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam perkembangannya. Salah satunya dalam dunia media social yang dilakukan oleh beberapa komunitas dalam menyampaikan informasi yang berbasis teknologi (digital activism) dalam bentuk berupa poster, flyer, brosur, dan video-video pendek (tiktok, reels Instagram, short youtube dan lain-lain). Saat ini social media seakan menjadi sebuah keharusan yang dimiliki oleh komunitas guna menyampaikan informasi-informasi terkini terkait segala aktivitas dan gerakannya. Dengan adanya social yang majemuk pada akhirnya membentuk sebuah pola baru dan tatanan baru budaya online komunitas, yang mana para individu ini dipertemukan karena adanya kesamaan visi, misi, kegemaran, pemikiran dan perasaan. Salah satu kegiatan yang memanfaatkan teknologi digital dan internet adalah kegiatan penggalangan dana dari masyarakat atau yang dikenal dengan istilah crowdfunding (Sitanggang, 2018). Jauh sebelum adanya crowdfunding secara resmi ada di Indonesia, budaya gotong royong dan saling tolong menolong dalam hal berdonasi atau iuran sudah di kenali oleh masyarakat. Budaya dalam hal iuran seperti ini sangat membantu untuk mempermudah kelompok atau individu yang sedang terkena musibah yang di hadapi. Kegiatan iuran ini terjadi jika di karenakan adanya sebuah kejadian, seperti bencana yang terjadi, masyarakat yang terimbas penyakit serius, sehingga bantuan ke masyarakat yang sedang bertahan hidup karena kurangnya kecukupan ekonomi yang didapat. Manusia sebagai makhluk sosial dengan cara melakukan penggalangan dana dengan berbagai cara dan kegiatan berbeda-beda demi untuk meringankan beban kelompok atau individu masyarakat (Said dan Rugaiya 2022). Selain itu Indonesia dikenal umum penduduknya menyukai olahraga sepak bola, baik sebagai atlet maupun suporter (pendukung). Keberadaan sepak bola dengan suporter tidak dapat dipisahkan, sehingga dapat dikatakan suporter merupakan pemain kedua belas Dari sebuah tim. Suporter disini tersebar luas dari berbagai tingkatan wilayah, desa, kecamatan, kota/kabupaten bahkan pada tingkatan Negara, Suporter disini memiliki rasa kecintaan tersendiri terhadap tim kebanggaannya. Bonek salah satunya, bonek adalah sebutan pendukung setia persebaya surabaya. Mereka dikenal sebagai

salah satu supporter militan yang menciptakan kultur tersendiri di Surabaya dan Jawa Timur. Dalam nama besar Bonek sebagai supporter terbagi lagi ke dalam komunitas-komunitas kecil yang menghuni di setiap tribunnnya, tribun utara salah satunya atau yang biasa dikenal dengan sebutan Green Nord. Selain aktif di tribun sebagai bentuk bagian dari tatanan sosial, Green Nord juga aktif dalam setiap aksi kemanusiaan, membantu dan hadir secara langsung ketika ada bencana alam, menggalang dana dan menyalurkannya bahkan mereka memiliki divisi khusus untuk hal ini. Dengan adanya social media misi dan visi ini bisa tersebar cepat dan tepat. Salah satu media sosial yang dimiliki oleh Green Nord adalah Instagram. Instagram adalah media sosial paling populer terhadap kalangan masyarakat. Instagram merupakan aplikasi sosial media komunikasi dan juga bisa digunakan sebagai tempat berbagi foto dan video dalam waktu yang terbatas, pengguna juga dapat memposting dan mengambil foto dan video. Instagram juga menyediakan pengguna dapat menggunakan filter digital dan membagikan ke berbagai jejaring sosial. Instagram juga menyediakan iklan yang aktif seperti dalam fitur postingan, story foto-video, reels ke individu atau kelompok pengguna Instagram tersebut. Instagram menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Menurut data We Are Social, pengguna aktif bulanan (monthly active user/MAU) Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022. Berdasarkan usianya, 31,6% pengguna Instagram di dunia merupakan kelompok umur 25-34 tahun. Sebanyak 30,1% pengguna Instagram berusia 18-24 tahun (Rizaty, 2022). Green Nord 27 memanfaatkan Instagram untuk menjadi tempat aksi sosial dengan memanfaatkan Instagram sebagai media penggalangan dana dan dibuat oleh penggalang yang bertujuan dapat dilihat oleh calon partisipasi penyumbang atau donator. Sehingga Green Nord 27 berhasil mengumpulkan jumlah donasi dengan memanfaatkan Instagram sebagai sarana penggalangan dana. Di tahun 2021 pada bulan Januari lalu, Green Nord 27 adalah salah satu komunitas yang juga melakukan penggalangan dana dan menggunakan Instagram sebagai sarana penggalangan dana untuk bencana alam Indonesia yang terjadi hampir di beberapa daerah yang terkena bencana alam pada bulan Januari, tahun 2021 lalu. Seperti bencana banjir, longsor dan erupsi gunung Merapi (Mainmain.id, 2021).

Metode Penelitian

- Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman lebih mendalam mengenai fenomena Penggalangan Dana melalui akun @Greenord27 di platform media sosial Instagram (Moeleong, 2010). Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data yang mencakup deskripsi ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media terkait penggalangan dana. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan instrumen wawancara mendalam dan pengamatan, seperti yang dijelaskan oleh Birowo (2004). Pemilihan metode penelitian ini didasarkan pada keinginan peneliti untuk mengkaji fenomena yang terjadi secara langsung di lapangan, dengan mempertimbangkan fleksibilitas dan perubahan yang mungkin terjadi sesuai dengan fakta yang ada. Studi kasus dipilih untuk fokus pada komunikasi yang dideskripsikan oleh komputer, di mana media baru yang bersifat online dapat berperan sebagai wadah untuk kampanye sosial di dunia nyata, khususnya dalam mengajak masyarakat untuk berdonasi secara online (Salim 2006). Dengan mengambil Akun @Greenord27 pada Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai studi kasus atau fenomena kontemporer, peneliti perlu mengumpulkan data dari berbagai sumber untuk memahami secara komprehensif apa yang

tengah terjadi. Pendekatan ini menekankan pentingnya hubungan interaktif antara peneliti dan objek penelitian, di mana peneliti dapat menjaga sikap netral selama interaksi tersebut. Penulis memilih paradigma post-positivist, yang menekankan tindakan manusia sebagai ekspresi dari keputusan yang diambil. Dengan demikian, penelitian pada Akun @Greenord27 di Media Sosial Instagram dilakukan untuk menjelajahi fenomena ini dengan fokus pada tindakan-tindakan konkret yang muncul dalam pemanfaatan media sosial tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana digital aktivisme media sosial memiliki peran dalam penggalangan dana di Instagram. Hasil penelitian ini peneliti menemukan beberapa kemajuan dari penggalangan dana secara langsung dengan penggalangan dana online di Instagram. Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap aksi penggalangan dana online. Dengan menggunakan fitur-fitur khusus seperti Instagram Stories, IGTV, dan fitur penggalangan dana sendiri, platform ini memberikan sarana yang kuat untuk memobilisasi dukungan finansial dari komunitas pengguna. Instagram memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, yang membuatnya menjadi platform yang sangat potensial untuk mencapai audiens yang luas. Hal ini memungkinkan penggalangan dana Anda mendapatkan perhatian dari banyak orang di berbagai lokasi. Melalui fitur-fitur dan penggunaan yang kreatif dari Instagram, penggalangan dana online dapat menjadi lebih efektif dan terjangkau oleh lebih banyak orang. Penting untuk merencanakan kampanye dengan baik dan memastikan bahwa pesan Anda mencapai audiens target dengan cara yang efektif.



Postingan aksi kampanye @greenord27

<https://www.instagram.com/p/Cj3Isx5hHj9/?igsh=YmxiM3l6MzQ0eWt5>

Aktivisme Digital juga menciptakan jalur baru untuk penggalangan dana. Kampanye crowdfunding dan platform penggalangan dana online memberikan cara mudah bagi gerakan untuk mendapatkan dukungan keuangan dari pendukung dan pengikut mereka. Aktivisme Digital memungkinkan pengorganisasian tanpa memandang batas geografis. Aktivist dari berbagai belahan dunia dapat berkolaborasi dan mendukung satu sama lain dalam waktu nyata tanpa harus berada di tempat yang sama. Aktivitas Digital membuka pintu bagi partisipasi publik yang lebih besar. Individu yang sebelumnya mungkin merasa sulit untuk terlibat secara langsung kini dapat berkontribusi melalui dukungan online, tanda tangan petisi, atau kampanye sosial media. Meskipun Digital Aktivisme memberikan manfaat besar, juga penting untuk diingat bahwa tidak semua orang memiliki akses internet atau teknologi yang diperlukan. Selain itu, aktivisme digital juga dapat menimbulkan tantangan, seperti penyebaran informasi

palsu atau risiko keamanan bagi aktivis. Namun, seperti kekuatan besar lainnya, digital aktivisme juga membawa tantangan dan risiko, termasuk disinformasi dan potensi manipulasi.

Penutup

Digital aktivisme memanfaatkan kecepatan dan aksesibilitas informasi melalui platform media sosial untuk menyebarkan pesan, membangkitkan kesadaran, dan menggalang dukungan secara global dengan cepat. Aktivisme digital menciptakan peluang bagi partisipasi demokratis yang lebih luas. Individu dapat berkontribusi pada perubahan sosial tanpa memandang batasan geografis. Instagram memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan memobilisasi massa. Melalui platform ini, @greenord27 dapat dengan cepat menyebarkan informasi, menggalang dukungan, dan membangkitkan kesadaran terhadap isu-isu sosial. Kecepatan penyebaran informasi di Instagram memungkinkan kampanye aktivisme mencapai audiens yang luas dalam waktu singkat. Pergeseran opini publik dan dukungan dapat terjadi dengan cepat karena viralitas konten. Sebagai platform berbasis gambar dan video, Instagram memberikan kemampuan untuk memvisualisasikan isu-isu sosial dengan kuat. Gambar dan video dapat memicu emosi dan meningkatkan daya tarik, membantu menyampaikan pesan dengan lebih efektif. Fitur cerita dan IGTV di Instagram memungkinkan @greenord27 untuk menyampaikan pesan secara langsung dan lebih personal. Mereka dapat menggunakan platform ini untuk menceritakan kisah, memberikan informasi, atau mengajak tindakan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembang Ilmu Komunikasi mengenai bagaimana cara kerja aktivitas digital di media social Instagram. Dengan jaman yang semakin maju di harapkan semua pengguna media sosial bisa melakukan kemajuan teknologi digital dengan bermanfaat, bijak dan bertanggung jawab. Karena dari hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih banyak dampak positif terhadap aktivitas digital di media social khususnya pada @greenord27 di Instagram.

Daftar Pustaka

- nuryama, r. (2022, jun 14). *Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia Pada Tahun 2022*. Retrieved 9 28, 2022, from TiNewss: <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617810/jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-tahun-2022/>
- Sitanggang, M. H. (2018, jun 23). *MEMAHAMI MEKANISME CROWDFUNDING DAN MOTIVASI BERPARTISIPASI DALAM PLATFORM* *Kitabisa.com*. Retrieved 10 04, 2022, from interaksi online: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/20859>
- Said, I. M., dan R. Rugaiya. 2022. “Zakat Produktif Pengelolaan Dan Upayanya Terhadap Peningkatan Ekonomi Micro (Studi Kasus Di Baznas Sulawesi Tengah).” *AL-MASHADIR: Jurnal Ilmu Hukum dan ...* 4(23):55–72.
- Mainmain.id. (2021, january 27). *Donasi Bonek Peduli Bencana Tembus Rp 190 Juta Lebih*. Retrieved 10 17, 2022, from Mainmain.id: <https://www.mainmain.id/r/9796/donasi-bonek-peduli-bencana-tembus-rp-190-juta-lebih>
- Rizaty, M. A. (2022, agustus 3). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. Retrieved oktober 14, 2022, from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Moeleong, L. J. (2010). *metode penelitian kualitatif*. bandung: PT Remaja rosda karya.

birowo, a. (2004). metode penelitian komunikasi. In a. birowo, *teori dan aplikasi* (p. 2). yogyakarta: gintayani .

Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma*. Agus Salim. Yogyakarta: Tiara Wacana.

rahayu, s. (2020, 04 21). *Bonek, Sebuah Identitas Kultur Sepak Bola Surabaya*. Retrieved 10 3, 2022, from kompas.com: <https://www.kompas.com/sports/read/2020/04/21/11200098/bonek-sebuah-identitas-kultur-sepak-bola-surabaya?page=all>

Satyani, N. I. (2013). penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi bagi komunitas . *studi deskriptif kualitaitaif penggunaan media sosial twitter, facebook, dan blog sebagai sarana komunikasi bagi komunitas akademi berbagi surakarta*, 6.