

Aktivitas Komunikasi Digital Inovasi Program Edukasi Pada Kantor Dompot Dhuafa Kota Makassar

Syarmilah

schila915@gmail.com

Universitas Muslim

Indonesia

Abd. Majid

Abd.majid@umi.ac.id

Universitas Muslim

Indonesia

Zelfia

zelfia.zelfia@umi.ac.id

Universitas Muslim

Indonesia

Abstrak: Penelitian ini membahas tentang Aktivitas Komunikasi Digital Pada Kantor Dompot Dhuafa Kota Makassar. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat dunia digital memberikan pengaruh bagi kehidupan kita baik dalam kehidupan pribadi maupun kehidupan dalam dunia pekerjaan. Tidak dapat dipungkiri dunia digital dapat memberikan manfaat bagi kita semua salah satunya dapat memudahkan dalam hal mencari informasi. Pesatnya penggunaan teknologi digital dimanfaatkan oleh lembaga amil zakat dompet dhuafa agar terus mengembangkan inovasi baru untuk mempermudah dan memperluas jaringan masyarakat dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktivitas komunikasi digital seperti apa yang digunakan dalam program edukasi pada kantor dompet dhuafa kota makassar dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi dompet dhuafa semenjak menggunakan komunikasi digital pada program edukasi yang diadakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti mendeskripsikan realita sosial yang terjadi dilapangan dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga amil zakat dompet dhuafa mengaplikasikan komunikasi digital untuk menginformasikan, mempromosikan, mengkampanyekan, atau mengedukasikan aktivitas program terkait ziswaf. Digital sangat berperan penting dalam perkembangan dan kemajuan dompet dhuafa. Dengan adanya teknologi digital dompet dhuafa lebih mudah mengedukasikan dan mengkampanyekan program yang terkait dengan ziswaf.

Kata kunci : Komunikasi Digital, Teknologi Digital, Aktivitas

Abstract: This study discusses Digital Communication Activities at the Dompot Dhuafa Office in Makassar City. With the rapid development of technology, the digital world has an impact on our lives both in personal life and life in the world of work. It is undeniable that the digital world can provide benefits for all of us, one of which can make it easier to find information. The rapid use of digital technology has been utilized by the amil zakat institution, Dompot Dhuafa, to continue to develop new innovations to simplify and expand community networks by utilizing existing technology. The purpose of this study was to find out what kind of digital communication activities are used in educational programs at the Dompot Dhuafa office in Makassar City and to find out the obstacles faced by Dompot Dhuafa since using digital communication in the educational

programs held. This study uses a qualitative descriptive research method. Researchers describe the social reality that occurs in the field by collecting data through interviews and documentation. The results of this study indicate that the amil zakat institution, Dompot Dhuafa, applies digital communication to inform, promote, campaign, or educate on program activities related to ziswaf. Digital plays an important role in the development and progress of the dhuafa wallet. With digital technology, the dhuafa wallet makes it easier to educate and campaign for programs related to ziswaf.

Keywords: Digital Communication, Digital Technology, Activity

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, dunia digital memberikan pengaruh besar bagi kehidupan kita baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam dunia pekerjaan. Tidak dapat dipungkiri dunia digital dapat memberikan manfaat besar bagi kehidupan kita. Salah satunya dapat memudahkan dalam hal mencari informasi. Dengan adanya teknologi digital masyarakat sekarang dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktivitas yaitu bersosialisasi, melakukan rapat kerja melalui online, melakukan pembelajaran melalui online, dan yang terpenting dapat memperoleh informasi yang sangat cepat melalui teknologi.

Teknologi digital merupakan media online yang setiap pengguna bisa berpartisipasi didalamnya baik itu berbagi informasi, meliputi, ataupun membuat serta mengunggah informasi. Media digital merupakan sebuah wadah yang mampu menampung berbagai informasi dan juga sebagai pemberi informasi bagi sebagian pengguna lainnya. Media digital adalah produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Dikatakan modern ini perkembangan media digital sangat pesat sebagai media komunikasi yang sangat dibutuhkan dalam bidang bisnis, pendidikan, industri dan lain sebagainya. Hal ini dibuktikan semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan informasi yang tidak dibatasi oleh jarak, ruang dan waktu sehingga memberi pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan kita. Digital adalah suatu bentuk modernisasi atau pembaharuan dari penggunaan teknologi yang sering dikaitkan dengan kemunculan internet yang dimana segala hal dapat dikerjakan melalui peralatan canggih untuk memudahkan urusan masyarakat. Dengan kemajuan dan perkembangan teknologi tentunya membuat perubahan besar diseluruh dunia. Pada era kemajuan teknologi saat ini, informasi merupakan hal krusial. Semua masyarakat berkembang dan memiliki hak untuk mendapatkan informasi, sehingga informasi menjadi salah satu kebutuhan manusia yang sangat penting sebagai sumber pengetahuan, pemahaman, dan pengertian akan segala hal yang terjadi disekitar.

Dengan adanya perkembangan teknologi digital, amil zakat domept dhuafa kota makassar memanfaatkan teknologi yang ada dan mengaplikasikan teknologi digital untuk menginformasikan, mempromosikan, atau mengkampanyekan aktivitas program terkait dengan zakat, infak, sedekah, dan wakaf kepada masyarakat yang kurang pemahamannya mengenai hal tersebut. seiring berjalannya waktu digital sangat berperan penting dalam perkembangan dan kemajuan dompet dhuafa, dengan adanya teknologi digital dompet dhuafa lebih mudah mengedukasikan dan mengkampanyekan program yang terkait dengan ziswaf. Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sehingga peneliti mengangkat

topik yang berjudul “Aktivitas Komunikasi Digital Inovasi Program Edukasi Pada Kantor Dompot Dhuafa Kota Makassar”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian ini diistilahkan dengan penelitian ilmiah yang menekankan pada karakter alamiah sumber data. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara langsung terhadap pihak yang bersangkutan dalam data peneliti. Menurut Ardianto (2016:60) menjelaskan dalam bukunya metodologi penelitian bahwa deskriptif kualitatif menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah peneliti terjun langsung sebagai pengamat.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Makassar tepatnya di JL.A.P Pettarani No.33, Tamammung, Panakkukang, Sulawesi Selatan 40115 samping gedung PWI. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan lamanya. Jumlah informan pada penelitian ini adalah 4 (empat) orang dan data yang disajikan diperoleh dari sumber-sumber data yang terdiri dari data primer dan data skunder.

Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik observasi

Peneliti mengamati sehari-hari obyek penelitian, karakteristik fisik, situasi sosial dan perasaan waktu menjadi bagian dari situasi tersebut.

2. Teknik wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, proses pengumpulan data dan informasi dengan melakukan tanya jawab dengan beberapa informan yang dianggap dapat memberikan informasi yang relevan terhadap permasalahan.

3. Teknik dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan dokumen yang ada, dokumen dalam arti sempit, dokumentasi hasil penelitian dan sebagainya. Metode ini akan digunakan untuk memperoleh data-data melalui dokumentasi dicatat dalam format rekaman dan gambar.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Teknik analisis model interaktif Miles dan Huberman (dalam Denzin dan Lincoln, 1994) yaitu terdapat empat proses yang berlangsung secara interkati. Berikut adalah penjelasannya

1. Pengumpulan data

Peneliti harus mampu mengumpulkan data yang sebanyak banyaknya untuk dapat memberikan jawaban dari permasalahan yang sedang dikaji dalam sebuah

penelitian. Peneliti mencatat semua data secara obyektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan interview di lapangan.

2. Reduksi Data

Dalam proses ini data telah dipilih-pilih dan disedrahanakan pada pokok- pokok permasalahan yang relevan, memfokuskan pada masalah yang penting. Dengan cara susunan data lebih sistematis dan memberikan gambaran realita. Sedangkan data yang tidak diperlukan disingkirkan untuk memberi kemudahan dalam menyajikan kesimpulan sementara.

3. Penyajian Data

Secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dalam penelitian, data yang telah dipilih-pilih dan disisihkan tersebut telah disusun sesuai kategori yang sejenis untuk ditampilkan selaras dengan permasalahan yang dihadapi. Disamping itu dapat dipergunakan sebagai dasar pembuatan matrik, grafik, termasuk pembuatan kesimpulan yang diperoleh pada saat data direduksi.

4. Menarik kesimpulan

Merupakan proses untuk menarik dari berbagai kategori data yang telah direduksi dan disajikan untuk menuju pada kesimpulan akhir yang mampu menjawab, menerangkan tentang berbagai permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Hasil penelitian ini dilakukan melalui pendekatan observasi, wawancara, dan dokumentasi secara langsung dengan beberapa informan yang telah ditentukan dan memenuhi kriteria. Penelitian ini yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisa fenomena dan peristiwa yang ada. Dihasil dan pembahasan inni terdapat dua rumusan masalah yang akan dibahas.

1. Aktivita komunikasi digital yang digunakan dompet dhuafa

Aktivitas komunikasi digital yang digunakan dompet dhuafa yaitu melalui perangkat computer, handphone, dan internet yang disertai dengan aplikasi atau situs sosial media, seperti Instagram dan aplikasi lainnya. Aktivitas komunikasi digital dilakukan melalui proses komunuikasi yang didominasi oleh komunikasi tertulis, mulai dari email, whatsapp, Instagram dan yang semacamnya. Aktivitas komunikasi digital dilakukan dengan cara membuat konten atau postingan yang terkait dengan program yang di adakan dompet dhuafa. Aktivitas komunikasi digital dilakukan oleh kak megawati selaku digital campaign (komunikator) yang menyampaikan informasi, melakukan kegiatan, atau proses kampanye melalui teknologi (jaringan digital) atau melalui sistus Instagram (channel). Melalui Instagram kak megawati melakukan intraksi dan menyampaikan pesan atau menyebarkan informasi dalam bentuk konten edukasi atau memposting yang terkait dengan ziswaf (zakat, infak, sedekah, dan wakaf) ke donatur maupun calon donatur (komunikasikan) mengenai program-program yang diadakan dompet dhuafa. Biasanya Donatur atau calon donatur menanggapi postingan melalui kolom komentar yang ada di akun Instagram dompet dhuafa atau menghubungi secara langsung/DM (Feedback) admin Instagram dompet dhuafa makassar. Komunikasi digital disebut juga dengan komunikasi online yang artinya komunikasi berbasis personal computer untuk mengirim serta mendapatkan pesan atau bertukar fakta lewat paltfrom. Konsep komunikasi digital selalu berkembang tergantung pada inovasi penemuan indera berbasis teknologi internet. Dengan berkembangnya paltfrom digital, kita dengan mudahnya dapat melakukan aktivitas sosial melalui digitalisasi. Sarana digital menjadi bagian dari kehidupan masyarakat saat ini hal tersebut dikarenakan media digital sangat mudah digapai oleh masyarakat modern.

Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa di dompet dhuafa semenjak menggunakan komunikasi digital sangat memudahkan dalam mengkampanyekan atau mengedukasikan program-program yang terkait ziswaf. Komunikasi digital di dompet dhuafa lebih mencakup beberapa paltfrom seperti situs Instagram dan situs lainnya. Paltfrom ini lebih sering digunakan untuk menyampaikan informasi dan interaksi ke masyarakat (khalayak) yang akan dituju dan semenjak dompet dhuafa menggunakan paltfrom Instagram komunikasi ke donatur dan calon donatur lebih mudah dan efisien.

2. Kendala yang dihadapi dalam menggunakan komunikasi digital

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi dompet dhuafa dalam menggunakan komunikasi digital seperti yang dikemukakan oleh informan penelitian yaitu “Kendala dalam melakukan komunikasi digital yang pertama dompet dhuafa tidak memiliki data

base donatur digital melalui sosial media, dan dompet dhuafa juga tidak memiliki landing page untuk kampanye yang dicanangkan sehingga donasi masih dilakukan secara manual”

Bagi perusahaan atau organisasi keberadaan database dan landing page memiliki fungsi dan peran penting dalam mendukung proses atau memudahkan berjalannya kegiatan yang akan dilakukan, sebab data base merupakan salah satu komponen utama dalam sistem informasi yang merupakan dasar dalam menyediakan informasi bagi para pemakai (user). Data base sangat berpengaruh dalam dunia perusahaan dikarenakan dengan adanya penggunaan sistem informasi yang dibutuhkan dalam meningkatkan produktivitas dalam perusahaan atau instansi. Sama halnya dengan dompet dhuafa. Dompet dhuafa harus memiliki database agar meningkatnya produktivitas seluruh program yang akan diadakan dan terutama agar mempermudah pengelolaan data melalui data base donatur digital melalui sosial media. Sedangkan landing page merupakan sebuah halaman situs yang di buat khusus dengan mindset marketing campign. Biasanya pengunjung akan mengklik link dari sebuah email, google ads, media sosial, atau sumber-sumber lainnya kemudian halaman yang terbuka dari link tersebut dikenal sebagai landing page. Halaman inilah yg ditampilkan Ketika pengunjung mengakses website dari hasil pencarian.

Landing page menjadi kesempatan berharga bagi Lembaga amal zakat untuk mendapatkan informasi pengunjung melalui landing page. Melalui landing page dompet dhuafa juga bisa dengan mudahnya mengirim informasi mengenai program-program yang di adakan dompet dhuafa dan sekaligus dompet dhuafa juga bisa mengkampanyekan terkait ziswaf. Disini landing page juga berfungsi untuk meningkatkan conversion rate (persentase yang menunjukkan seberapa jauh sebuah situs bisa menarik pengunjung melakukan sebuah Tindakan). Pentingnya landing page bagi dompet dhuafa agar lebih memudahkan masyarakat atau calon donatur untuk mengetahui program apa saja yang ada di dompet dhuafa dan tentunya memudahkan kampanye yang dicanangkan melalui kegiatan donasi. Karena di kegiatan donasi tersebut dompet dhuafa masih melakukan donasi secara manual. Sedangkan fungsi landing page bisa di pakai untuk mengumpulkan data pengunjung dan memudahkan masyarakat, calon donatur, maupun para donatur untuk melakukan donasi dimasa mendatang melalui sistem landing page.

Pembahasan

Peranan media digital sangat berfungsi untuk memberikan informasi kepada masyarakat pada umumnya mengenai program-program yang dijalankan dompet dhuafa, baik itu yang terealisasi maupun yang sedang berjalan dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari muzakki yang telah berzakat di dompet dhuafa maupun masyarakat luas pada umumnya, dan memotivasi masyarakat untuk mempercayakan zakatnya di dompet dhuafa. Tidak hanya itu dompet dhuafa juga memanfaatkan media digital untuk mengedukasi masyarakat agar lebih peduli lagi terhadap saudara-saudara kita yang kurang mampu (kaum dhuafa).

Peranan Media Digital dalam membantu Dompet Dhuafa mengedukasikan ziswaf itu sangat berpengaruh karena dengan melihat perkembangan teknologi saat ini. Teknologi memudahkan kita dalam berbagi informasi dan inilah yang di manfaatkan Dompet Dhuafa dalam mengklaim produk mereka baik berupa program ataupun lain

sebagainya. Salah satu teknologi yang digunakan untuk mengiklankan program yang di adakan oleh Dompot Dhuafa yaitu Instagram yang dimana instagram tidak familiar lagi di setiap kalangan, baik itu orangtua, orang dewasa maupun remaja dibandingkan media sosial lainnya. Dan inilah yang melandasi bahwa iklan di instagram sangat membantu Dompot Dhuafa dalam mengedukasi Ziswaf. Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori konvergensi yang dikembangkan oleh teori informasi yang merupakan teori klasik. teori ini mengarah pada komunikasi sebagai transmisi pesan dan bagaimana transmitter menggunakan media dalam berkomunikasi. dan peneliti juga menggunakan teori perencanaan yang dicetuskan oleh Charles R. Berger (Littlejohn, 2014), teori ini menjelaskan bahwa proses dari rencana-rencana merupakan gambaran dari langkah-langkah yang di ambil seseorang dalam memenuhi sebuah tujuan, perencanaan pesan merupakan perhatian utama karena komunikasi sangat penting dalam mencapai tujuan. Maka peneliti berusaha melihat makna dari teori yang berhubungan dengan penelitian ini. yaitu semenjak Dompot Dhuafa merealisasikan aktivitas komunikasi digital sebagai suatu alat untuk menghadirkan serta mentranslasikan cara berkomunikasi dengan teknologi yang sama sekali berbeda dengan media sosial tradisional.

Dompot Dhuafa menggunakan media digital sebagai sarana memperomosi, mengkampanyekan atau membagikan beragam informasi serta kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa. Melalui platform media digital instagram, muzakki atau masyarakat umum lebih mudah untuk memantau kegiatan apa saja yang telah dilakukan Dompot Dhuafa di setiap harinya. Tidak hanya itu, melalui media digital masyarakat umum juga dapat berinteraksi langsung dengan pengurus Dompot Dhuafa untuk menanyakan hal-hal yang terkait dalam program atau kegiatan pemberdayaan. Agar lebih mudah dijangkau dan mengenalkan lembaganya kepada masyarakat yang lebih luas, Dompot Dhuafa memperkenalkan lembaganya melalui media digital instagram dan facebook. Dompot dhuafa membuat tampilan profil instagram dan facebook semenarik mungkin dan ini sebagai salah satu upaya Dompot Dhuafa agar dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Aktivitas komunikasi digital yang digunakan dalam program edukasi pada kantor Dompot Dhuafa Kota Makassar ialah mencakup beberapa platform akan tetapi dompet dhuafa lebih fokus di satu platform saja yaitu situs Instagram baik untuk edukasi ataupun kampanye terkait ziswaf agar komunikasi dan interaksi ke donatur dan calon donatur lebih mudah dan efisien. platform ini sangat membantu Dompot dhuafa dalam mencapai target yang diinginkan.
2. Kendala yang dihadapi Dompot Duafa dalam menggunakan komunikasi digital ialah dompet dhuafa sama sekali belum mengoperasikan database dan landing page untuk mempermudah sistem pengelolaan data melalui data base donatur digital dan tentunya memudahkan kampanye dalam melakukan kegiatan donasi dimasa mendatang. dua website tersebut sangat berpengaruh dalam dunia digital marketing. database dan landing page adalah kebutuhan wajib bagi sebuah perusahaan agar data dan sistem informasi lebih mudah untuk dijangkau. Di lihat lagi dengan banyaknya Lembaga amal zakat yang bermunculan tentunya dompet dhuafa harus lebih meningkatkan

dalam hal kapasitas sistem teknologi informasi yang inovasi

REFERENSI

- Abrar, Ana Nadya. 2003. Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: LESFI.
- Alo Liliweri. Komunikasi Srba Ada Serba Makna (kencana: Jakarta: 2011) hlm. 460
- AntonMulyono, (2001) Aktivitas (Online)(<http://tria.wordpress.com-aktivitas>)
- Arni, Muhammad. 2005. Teori Komunikasi. Jakarta: Bumi Aksara
- Arni, Muhammad, 2014. Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara, Jakarta
- Asep Saeful Muhtadi. 2015 Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Brent D. Rube, Lea P. Stewart. 2014 Komunikasi Dan Prikaku Manusia, Edisi 5 Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Eko Subiyantoro dkk, Simulasi digital jilid I, (Jakarta: Kementrian Pendidikan dan kebudayaan, 2013)
- Effend(2007) dalam bukunya “Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktik”
- Effendy, Onong Uchjana. “Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi, Edisi 26.”Bandung, PT. Citra Aditia Bakti, 2019) hal 38
- Hamidi.2007. Metode Penelitian dan Teori Komunikasi. Malang. UMM
- Hafied Cangara, Haji, "Perencanaan dan Strategi Komunikasi"(Jakarta: Rajawali Pers, 2017) hal 247
- Hamidati, Anis, Junaedi, "Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi."Yogyakarta, Aspikom Bekerja Sama Dengan Buku Litera, (Fajar 2011) hal 137.
- Kadir, Abdul. 2007. Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta: Yudistira.
- Kurnia, Novi. (2005). “Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi”
- Mulyana, Dedy (2000). Ilmu Komunikasi. Remaja Rosdakarya. hlm. 41-42.
- Munarfah, Hasan, A. (2009). Metode Penelitian. Jakarta : Cv Praktika Aksara Semesta.
- Majid, Abd dan Budi, Rayudaswati 20013. Pedoman penulisan proposal dan skripsi. Makassar: PT leutika Noiivvalitera
- Nasrullah, Ruli. 2021 Komunikasi Digital. Jakarta: Kencana