

## Peran Media Sosial Instagram dalam Membangun Kesadaran berdonasi di Lazis Darul Hikam

Ditha Nurul Fazrin, Iwan Sukoco  
Pascasarjana Sosiologi Universitas Padjadjaran

Email:  
*ditha20001@mail.unpad.ac.id*

### Abstract

This study aims to determine the social interaction of Lazis Darul Hikam and the community through Instagram social media and to find out the role of social media Instagram in building awareness of donation in Lazis Darul Hikam. The research uses symbolic interaction theory to photograph how people interact using social media, define the meaning of the symbols conveyed and ultimately lead to actions in this case giving donations. The method used is a qualitative method, the donor Lazis Darul Hikam, an active user of Instagram, is an informant in this study. The results showed that social media has the following roles: (1) Instagram is a medium for inter-institutional interaction with the community to introduce programs and reporting media, (2) Instagram social media is also able to build awareness of donations by collecting funds obtained through social media.

**Keywords:** : *Lazis, Instagram, symbolic interaction*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui interaksi sosial Lazis Darul Hikam dan masyarakat melalui media sosial Instagram serta untuk mengetahui peran media sosial Instagram membangun kesadaran berdonasi di Lazis Darul Hikam. Penelitian menggunakan teori interaksi simbolik untuk memotret bagaimana masyarakat berinteraksi menggunakan media sosial, mendefinisikan makna dari simbol-simbol yang disampaikan dan akhirnya bermuara pada perbuatan dalam hal ini memberikan donasi. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, donatur Lazis Darul Hikam pengguna aktif Instagram menjadi informan dalam penelitian ini. Hasil penelitian didapatkan bahwa media sosial memiliki peran sebagai berikut: (1) Instagram menjadi media untuk berinteraksi antar lembaga dengan masyarakat untuk memperkenalkan program dan media pelaporan, (2) Media sosial Instagram juga mampu membangun kesadaran berdonasi dengan terkumpulnya dana yang didapatkan melalui media sosial

**Kata kunci:** *Lazis, Instagram, Interaksi simbolik*

## A. Pendahuluan

Media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern. Media sosial diartikan sebagai sarana di internet yang digunakan untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, menjalin bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara di dunia maya (Nasrullah, 2015). Media sosial sudah menjadi kekuatan baru dalam ekonomi, politik maupun budaya. Secara sosial budaya media sosial memiliki kekuatan sebagai kontrol terhadap struktur yang mendefinisikan makna dan nilai-nilai moral dalam masyarakat, misalnya universitas, komunitas keagamaan (Nasrullah, 2015). Kehadiran media sosial telah mengubah cara berkomunikasi masyarakat di segala bidang contohnya pemasaran, komunikasi politik dan komunikasi dalam pembelajaran (Setiadi, 2016). Dengan demikian media sosial memiliki dampak yang sangat besar dalam komunikasi, membawa perubahan dari komunikasi yang konvensional ke komunikasi digital. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi menjadikan proses interaksi menjadi lebih efektif (Setiadi, 2016). Maka tak heran apabila banyak orang atau kelompok bahkan lembaga memanfaatkan media sosial sebagai saran komunikasi.

Media sosial yang paling populer di Indonesia adalah Instagram. Tercatat hingga Mei 2020, jumlah pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia dilaporkan telah mencapai 69.270.000 pengguna (Iman, 2020). Dengan banyaknya pengguna Instagram di Indonesia maka dapat menjadi potensi bagi berbagai pihak untuk dapat memanfaatkan media sosial Instagram untuk kepentingan individu, kelompok maupun lembaga. Penelitian yang dilakukan oleh

Global Web Index dari London menganalisa bahwa alokasi waktu setiap orang menggunakan media sosial rata-rata naik hampir 60% dari 90 menit per hari pada 2012 menjadi 143 menit perhari di tahun 2019 (BBC News Indonesia, 2019). Hal tersebut membuktikan bahwa saat ini masyarakat banyak menghabiskan waktu untuk media sosial dan tentu akan berpengaruh pada perilaku keseharian termasuk di dalamnya media sosial Instagram.

Tahun 2020 Lazis Darul Hikam yang merupakan lembaga sosial berbasis Islam di Kota Bandung memanfaatkan sosial media Instagram melalui akun @lazisdarulhikam. Pemanfaatan sosial media oleh lembaga sosial menjadi sesuatu yang baru menarik untuk dikaji. Melalui Instagram Lazis Darul Hikam berbagi melalui foto, video maupun tulisan dalam *caption* yang dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan profil lembaga, program dan sebagai sarana bentuk pelaporan kepada donatur. Akun @lazisdarulhikam menyajikan konten-konten secara berkala mengenai program, pelaporan dan kajian keislaman. Selain itu juga upaya memperkenalkan lembaga dilakukan melalui lembaga pengiklan dan juga berkolaborasi dengan lembaga-lembaga lainnya.

Program dan pendekatan lembaga sosial kemanusiaan yang tuntas dan berkelanjutan dapat membantu pengentasan masalah kesejahteraan sosial (Abidin, 2016). Untuk itu sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat maka perlu membangun kepercayaan antara lembaga dengan masyarakat. Salah satu lembaga sosial paling berpotensi adalah lembaga yang berbasis Islam karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Upaya-upaya yang dilakukan melalui media sosial tentu saja dilakukan untuk

memperluas jaringan dan jangkauan lembaga dan bermuara pada pengumpulan donasi.

Terdapat banyak kajian terdahulu yang menunjukkan bahwa media social iinstagram memiliki peranan dalam berbagai hal mulai dari interaksi social, mempengaruhi persepsi ekonomi, media alternating, media informasi, promosi, dan lain sebaigainya (Andes & Sunaryanto, 2020; Cania & Heryani, 2020; Erningdyah K & Rahmawati, 2018; Lyna & Ditiolobiet, 2021; Suwart, 2014). Berbeda dengan kajian terdahulu tersebut, kajian ini berusaha melihat bagaimana sebuah media sosial Instagram menjadi saran berkomunikasi dan membangun kesadaran berdonasi pada sebuah lembaga sosial dalam hal ini Lazis Darul Hikam.

Dalam penelitian ini teori interaksi simbolik digunakan sebagai pisau bedah bagaimana simbol-simbol yang dibuat oleh Lazis Darul Hikam melalui akun Instagram @lazisdarulhikam dapat diterima oleh masyarakat yang selanjutnya membangun kesadaran besedekah. Interaksi simbolik melihat individu dapat ditelaah dan dianalisis berdasarkan interaksi dengan individu lain. Menurut Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes (West, 2008), interaksi simbolik mencoba menjelaskan dan memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lain, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia. Teori Interaksionisme Simbolik menjelaskan beberapa konsep yaitu pikiran (Mind), diri (Self) dan masyarakat (Society). Mind secara sederhana diartikan sebagai ide dasar dalam membangun makna yang berasal dari pikiran manusia. Self diartikan sebagai hubungan interaksi yang bertujuan untuk menginterpretasikan makna di tengah masyarakat atau disebut Society

dimana individu tersebut menetap. Hal tersebut juga dijelaskan oleh Douglas (Ardianto, 2007), bahwa makna terbentuk dari interaksi dan untuk membentuk makna maka harus ada hubungan dengan individu lain melalui interaksi.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain (Moleong, 2007). Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena penggunaan media sosial Instagram dalam membangun kesadaran berdonasi di Lazis Darul Hikam. Metode ini juga digunakan untuk memahami subjek penelitian seperti motivasi, persepsi dan tindakan setelah berinteraksi di Instagram @Lazisdarulhikam. Subjek dalam penelitian ini adalah para donatur Lazis Darul Hikam dengan kriteria aktif menggunakan Instagram, mengikuti akun Instagram @Lazisdarulhikam dan pernah berdonasi ke Lazis Darul Hikam. Adapun Teknik pengambilan data yaitu dengan wawancara, observasi, studi literatur yang relevan.

## **C. Pembahasan**

### **1. Interaksi masyarakat dan Lazis Darul Hikam melalui media sosial Instagram**

Instagram Lazis Darul Hikam (@lazisdarulhikam) mulai diaktifkan bulan Januari 2020 dan mulai aktif beraktivitas secara rutin pada bulan Maret 2020. Adapun kondisi Profile Instagram sampai tanggal 17 Desember 2020 adalah sebagai berikut, kiriman berjumlah 587 kiriman. Jumlah pengikut sebanyak 1.238 akun dan mengikuti 785

akun. Profil Instagram ditulis sebagai Yayasan Filantropi Sosial Kemanusiaan dalam Pendayagunaan Zakat, Infak, dan Sedekah untuk Pemberdayaan dan Sinergi Umat. Profil juga memuat *link website* untuk berdonasi yang dapat digunakan pengguna Instagram untuk melakukan donasi melalui link tersebut. Informasi tersebut adalah hal pertama yang dilihat apabila membuka profil akun Instagram Darul Hikam. Adapun foto profile dipilih adalah logo dari Lazis itu sendiri. Selain itu ada juga beberapa sorotan yang berisi program-program unggulan Lazis Darul Hikam.

Berdasarkan data statistik akun @lazisdarulhikam yang didapatkan dari pengurus bidang sosial media, didapatkan data Pengikut akun @lazisdarulhikam berasal dari berbagai kota mulai dari Bandung, Jakarta, Bogor, Surabaya sampai Medan, Adapun yang paling banyak berlokasi di Bandung. Berdasarkan rentang usia pengikut sangat variative dari 13 tahun sampai di atas 65 tahun, namun usia terbanyak ada direntang 25-34 tahun. Dilihat dari jenis kelamin pengikut didominasi oleh perempuan sebanyak 60% dan laki-laki sebanyak 40%. Dilihat dari rentang usia, pengikut akun @lazisdarulhikam didominasi oleh usia dewasa yang masih produktif. Hal ini menjadi modal yang baik dan tentu saja penting untuk dianalisis sebagai dasar pembuatan konten Instagram agar lebih bisa tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan.

Secara terjadwal @lazisdarulhikam menampilkan konten yang telah disiapkan. Ada lima konten yang secara rutin dipublikasikan. Pertama adalah konten sedekah yang berisi tentang ajakan untuk bersedekah. Konten sedekah biasanya merupakan program *incidental* yang membantu masyarakat dengan kebutuhan mendesak misalnya

kebutuhan biaya kesehatan. Seperti yang dimuat di akun Instagram pada tanggal 17 November 2020, berisi program sedekah untuk Nadia seorang balita dari keluarga tidak mampu yang mengidap penyakit *Hydrocephalus*. Konten yang dimuat juga berisi foto Nadia dan keluarga disertai penjelasan tentang kondisi kesehatan dan ekonomi dari keluarga Nadia. Dana yang didapatkan dari program tersebut digunakan untuk kebutuhan pengobatan dan kebutuhan sehari-hari.

Kedua adalah konten penyaluran yang berisi tentang foto tim Lazis Darul Hikam yang sedang menyalurkan donasi dari para donatur. Sebagai contoh publikasi tanggal 04 Desember 2020, publikasi berupa enam foto penyaluran bantuan 10 pasang sepatu kepada anak kampung Pering, Desa Satarpunda Kecamatan Lamba Leda, Kabupaten Manggarai Timur, Nusa Tenggara Barat. Foto tersebut sebagai bentuk laporan program sepatu untuk anak pelosok yang diinisiasi oleh Lazis Darul Hikam. Dalam foto digambarkan lima orang anak usia SD ditemani dua orang tua dan tim Lazis melakukan kegiatan serah terima berupa sepatu. Foto dilengkapi dengan spanduk penyaluran bantuan dari Lazis Darul Hikam. Keterangan foto menuliskan alamat penyaluran dan ucapan terima kasih kepada para donatur.



Gambar 1: Konten Penyaluran  
Sumber: Instagram @lazisdarulhikam

Ketiga adalah konten zakat, konten ini berisi tentang pengetahuan tentang zakat dan diakhiri dengan ajakan berzakat. Misalnya seperti yang dimuat pada tanggal 30 Oktober 2020, @lazisdarulhikam menampilkan informasi mengenai makna zakat dengan disertai foto seorang bapak tua yang sedang mengangkat jempol sambil tersenyum. Pada keterangan foto juga dijelaskan lagi lebih mendalam mengenai makna zakat sebagai media membersihkan harta, mencari keberkahan dan sebagai tanda bersyukur.



Gambar 2: Konten Zakat  
Sumber: Instagram @lazisdarulhikam

Keempat adalah inspirasi yang berisi tentang kata hadits dan kata-kata mutiara, pada tanggal 18 Desember 2020 @lazisdarulhikam menampilkan foto keluarga muslim disertai dengan hadits tentang “orang tuamu pintu surgamu.” Keterangan foto menjelaskan lebih banyak mengenai isi hadits di dalam foto yakni “Kedua orang tua itu pintu surga yang paling tengah. Kalau kalian mau memasukinya



jagalah orang tua kalian. Kalau enggan memasukinya, silahkan menyia-nyiaakan mereka” (HR. At Tirmidzi).



Gambar 3: Konten Inspirasi  
Sumber: Instagram @lazisdarulhikam

Kelima adalah keilmuan Islam yang berisikan kisah sahabat dan fiqih. Salah satu publikasi tentang keilmuan islam dipublikasi tanggal 18 september 2020. Foto berisi tentang kisah Az-Zahrawi sang dokter bedah.



Gambar 4: Keilmuan Islam  
Sumber: Instagram @lazisdarulhikam

Dalam foto dijelaskan tentang tokoh Az-Zahrawi yang merupakan seorang dokter bedah yang lahir pada tahun 936 Masehi di Andalusia. Kemajuan kedokteran bedah menjadi simbol kedigdayaan Islam di Eropa di bawah kekhilafahan Dinasti Umayyah.

Konten dimuat sehari tiga kali yakni pagi pukul 06.00-07.00, siang pukul 12.00-13.00 dan sore dari pukul 16.00-21.00, waktu tersebut dipilih karena melihat jam istirahat masyarakat yang biasanya digunakan untuk membuka Instagram (Hasil Wawancara, 2020). Konten-konten tersebut dipublikasi secara konsisten setiap hari, hal tersebut dilakukan agar Lazis Darul Hikam baik sebagai lembaga maupun program yang tawarkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Frekuensi publikasi diatur agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat dengan baik seperti waktu-waktu yang memang sedang senggang sehingga dapat lebih tepat sasaran.

Selain memuat konten yang terjadwal akun Instagram @lazisdarulhikam juga memuat informasi untuk penggalangan donasi yang sifatnya gawat darurat seperti bencana alam. Seperti yang dipunggah pada tanggal 13 Oktober 2020, yakni penggalangan donasi untuk korban banjir Bandang di Garut Selatan. Dalam keterangan gambar tertulis jelas nomor rekening dan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh para korban bencana banjir bandang tersebut.



Gambar 5: Konten Gawat Darurat  
Sumber: Instagram @lazisdarulhikam

Akun Instagram @lazisdarulhikam juga menjadi sarana membangun relasi antara masyarakat dan lembaga, keduanya membangun kerjasama untuk memberikan bantuan kepada masyarakat yang dimediasi oleh akun Instagram. Seperti yang diunggah pada 05 November 2020 yakni foto seorang pemulung yang masih anak-anak di salah satu jalan di kota Bandung yang sedang membaca Al-Qur'an. Pada keterangan foto tertulis bagi siapa saja masyarakat yang mengetahui pedagang lansia atau siapapun yang membutuhkan bantuan dapat menghubungi Lazis Darul Hikam atau menandai (*tag*) akun Instagram @lazisdarulhikam.

Akun @lazisdarulhikam berlangganan *facebookads* yang memungkinkan untuk muncul pada akun-akun yang tidak mengikuti akun Lazis. Hal tersebut dilakukan untuk memperluas jangkauan dari akun Instagram itu sendiri. Rata-rata dalam seminggu jangkauan akun berjumlah 59.394 akun. Impresi yang didapatkan sebanyak 89.746 dan tindakan berupa suka, komentar dan lain-lain sebanyak 268. Adapun kunjungan ke profil sebanyak 263 akun dan kunjungan ke situs sebanyak 5 akun. Pengikut juga selalu bertambah rata-rata sebanyak 10 akun setiap minggunya. Dengan berlangganan *facebookads* memungkinkan Lazis Darul Hikam menerima donasi dari seluruh Indonesia baik yang mengikuti akun Instagram maupun yang tidak sehingga jangkauan wilayah lebih luas (Hasil Wawancara, 2020).

Akun Instagram @lazisdarulhikam terus bertumbuh dengan munculnya pengikut-pengikut baru setiap minggunya. Penggunaan *facebookads* menjadi strategi yang tepat dalam memperkenalkan lembaga. Dapat dilihat dari jangkauan akun yang berkali-kali lipat dari jumlah pengikut. Meskipun demikian apabila dilihat dari tindakan

seperti memberikan suka dan komentar masih rendah dibanding dengan jangkauan dari akun itu sendiri. Arti Interaksi dua arah masih jarang terjadi, pengguna hanya sebatas melihat informasi yang disajikan oleh akun Instagram @lazisdarulhikam.

Tampilan konten yang akan dimuat juga diperhatikan secara estetika, dengan dominasi warna putih dan biru. Setiap kiriman diatur berupa flyer berwarna dominasi putih dan biru lalu publikasi kedua berupa foto dan ketiga kembali flyer. Warna putih dan biru disesuaikan dengan warna logo dari Lazis Darul Hikam itu sendiri. Selain itu pengaturan juga dilakukan agar tampilan lebih menarik dan nyaman saat dikunjungi dan tentunya informatif. Pengaturan seperti diatas juga dibuat sebagai simbol untuk memperkuat identitas dari Lazis Darul Hikam sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Pengumpulan donasi Lazis Darul Hikam bekerjasama dengan *fundraising* seperti *kitabisa.com*, gerakan ahli sedekah, pemuda hijrah, amal *sholeh.com* dan *Qur'an Base*. Adapun jumlah donatur yang berasal dari sosial media berjumlah 16.112 donasi untuk berbagai program. Donasi disesuaikan dengan program yang ditawarkan oleh Lazis Darul Hikam berkisar antara tiga puluh ribu rupiah sampai dengan lima puluh ribu rupiah. Di bulan Januari 2020 Lazis Darul Hikam berencana membuat aplikasi *fundraising* sendiri agar lebih efektif dalam pengumpulan donasi (Hasil Wawancara, 2020).

Apabila dilihat dari perjalanan akun @lazisdarulhikam yang umurnya belum genap satu tahun sudah mengalami perkembangan yang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari terus bertambahnya pengikut dan jangkauan akun yang luas. Selain itu donasi yang terkumpul juga tidak sedikit. Sinergi dengan lembaga lain juga menjadi

strategi Lazis Darul Hikam untuk menyasar lebih banyak pengguna internet. Dasar agama juga menjadi daya tarik tersendiri dari akun @lazisdarulhikam, keilmuan islam yang disajikan secara berkala memberikan nilai tambah dari sekedar akun lembaga sosial kemanusiaan yang memperkenalkan dan program serta menggalang donasi.

Berdasarkan wawancara dengan empat orang pengikut akun @lazisdarulhikam, mengetahui profil dan program lembaga melalui media sosial. Rata-rata informan sudah mengikuti akun selama enam bulan. Informan mengetahui Lazis Darul Hikam melalui sosial media. Adapun konten yang paling disukai adalah konten sedekah yang mengajak masyarakat bersedekah dengan program tertentu. Konten sedekah dianggap konten yang paling menyentuh karena memberikan informasi tentang seseorang yang sedang kesulitan, sehingga menimbulkan pemaknaan yang mendalam kepada yang melihat.

Penyajian konten baik foto maupun video memunculkan makna dan pemahaman bagi yang melihat. Pemaknaan atas konten yang ditampilkan oleh media sosial mendorong seseorang yang melihat untuk berinteraksi melalui media Instagram, meskipun tidak bertatap muka secara langsung interaksi tetap terjalin melalui respon seperti komentar dan pesan. Interaksi yang terjalin juga dua arah, hal tersebut dapat dilihat dari balasan komentar yang dilakukan oleh admin @lazisdarulhikam sehingga terjalin interaksi. Hasil wawancara dengan Ibu Diana menjelaskan bahwa:

*“Saya mengikuti akun @lazisdarulhikam dan juga mengikuti berbagai publikasi di Instagram, saya juga memberikan reaksi terhadap apa yang dipublikasi berupa memberikan like (suka) dan terkadang*

*memberikan komentar. Menurut saya konten sedekah adalah konten yang paling menyentuh bagi saya”.*

Instagram menjadi media yang digunakan oleh Lazis Darul Hikam untuk berinteraksi dengan masyarakat guna memperkenalkan lembaga dan menggalang donasi dan disalurkan kepada yang membutuhkan. Instagram menjadi media dalam membentuk pikiran masyarakat. Pembentukan pikiran memberikan pemahaman mengenai berbagai program. Hasil wawancara dengan Muhammad Riki Hidayat salah seorang pengikut akun @lazisdarulhikam menjelaskan bahwa:

*“Ya dari Instagram, saya jadi lebih tahu tentang Lazis Darul Hikam, seperti program-programnya dan juga cakupan wilayahnya. Dari Instagram saya tahu kalau cakupan Lazis ini sangat luas sehingga bisa dapat lebih tepat sasaran dalam memberikan donasi”.*

Penjelasan mengenai penggunaan akun Instagram oleh Lazis Darul Hikam dan juga hasil wawancara dengan informan menggambarkan bahwa sebuah akun Instagram dapat digunakan sebagai media oleh sebuah lembaga sosial untuk memperkenalkan lembaga, program maupun melakukan pelaporan. Lazis Darul Hikam memaksimalkan semua fitur-fitur pada Instagram termasuk mengiklankan program dan juga berkolaborasi dengan berbagai media. Meskipun tidak tatap muka secara langsung tapi melalui Instagram memberikan pemahaman dan pemaknaan dari berbagai program serta dapat terjalin interaksi antara lembaga dan masyarakat menggunakan fitur-fitur yang tersedia di Instagram.

## **2. Peran media sosial Instagram membangun kesadaran berdonasi di Lazis Darul Hikam**

Media sosial Instagram @lazisdarulhikam mampu berperan dalam membangun kesadaran berdonasi di Lazis Darul Hikam. Dengan melihat jumlah donasi yang mencapai 16.112 dapat dilihat

bawah media sosial dapat menjadi media interaksi, sosialisasi dan berujung pada tindakan. Semua informan yang diwawancara mengaku pernah menyumbangkan donasi melalui Lazis Darul Hikam. Mereka menyumbang karena tergugah oleh konten Instagram yang di pos oleh akun @lazisdarulhikam. Seperti berdasarkan wawancara dengan seorang pengikut akun Instagram yang pernah berdonasi yakni ibu Elis Fuji Astuti menjelaskan bahwa:

*“Alasan saya menyumbang di Lazis Darul Hikam karena kemudahan yang diberikan oleh. Saya dapat menyumbang kapan saja dimana saja secara online. Cakupan dari penyaluran donasi juga dinilai luas sehingga bisa lebih tepat sasaran kepada yang membutuhkan”.*

Selain itu dokumentasi laporan penyaluran dana juga menjadi indikator kepercayaan informan kepada Lazis Darul Hikam, sehingga informan menilai lembaga ini sebagai lembaga amanah. Ibu Elis dalam wawancara juga menambahkan keterangan bahwa:

*“Saya mempercayai Lazis Darul Hikam sebagai lembaga yang menyumbang dari hasil dokumentasi atau hasil laporan tentang pemberitaan donasi kepada siapa saja yang dimuat melalui Instagram”.*

Adapun tujuan dari para informan menyumbang yaitu tujuan sosial dan keagamaan. Secara sosial donasi diberikan agar dapat membantu sesama yang membutuhkan. Secara spiritual atau keagamaan agar mendapatkan pahala dari Allah SWT. Melalui pemaknaan dan interaksi yang terjalin melalui akun Instagram @lazisdarulhikam, muncul kesadaran masyarakat untuk berdonasi. Kesadaran juga didukung oleh konten-konten yang disajikan diantaranya berbagai pelaporan hasil donasi. Selain itu juga kemudahan yang diberikan dan informasi yang berkala memberikan

pengaruh terhadap tindakan seseorang untuk berdonasi di lembaga Lazis Darul Hikam.

Berdasarkan data analisis dan hasil wawancara maka dapat dilihat bahwa penggunaan sebuah akun Instagram oleh lembaga sosial keagamaan dapat membangun kesadaran berdonasi di masyarakat. hal tersebut terbangun melalui poin-poin sebagai berikut:

- 1) Konten-konten yang disajikan secara konsisten baik itu konten zakat, sedekah, inspirasi maupun keilmuan Islam menambah wawasan dan pemahaman masyarakat. Foto, video dan deskripsi pada akun Instagram mampu menyampaikan makna dan menguatkan persepsi masyarakat.
- 2) Konten yang disajikan pada akun @lazisdarulhikam yang berdasarkan pada keilmuan Islam menjadi menguatkan persepsi dan pemahaman masyarakat yang menjadi target dari Lazis Darul Hikam.
- 3) Instagram juga menjadi media masyarakat dan Lazis Darul Hikam untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang baik melalui kolom komentar maupun pesan langsung membangun kedekatan antara lembaga dengan masyarakat. Interaksi juga dapat membangun relasi kerjasama antara masyarakat dan lembaga. Hal tersebut dapat dilihat dari terbukanya Lazis Darul Hikam untuk menerima informasi masyarakat yang membutuhkan bantuan. Pertukaran informasi tersebut dimediasi oleh akun Instagram sehingga dapat terbangun kerjasama dan hubungan antara lembaga dengan masyarakat.
- 4) Akun Instagram @lazisdarulhikam memberikan kemudahan yang dengan memuat tautan-tautan untuk berdonasi. Melalui



media sosial seperti Instagram kegiatan berdonasi tidak terbatas ruang dan waktu, sehingga kapan saja dan di mana saja dapat melakukan donasi.

- 5) Penggunaan media sosial Instagram sebagai media untuk melaporkan program. Setiap ada program yang diluncurkan oleh Lazis Darul Hikam maka akan di sosialisasikan melalui Instagram, begitupun saat program berjalan dan selesai kembali dilaporkan melalui akun Instagram. Pola-pola tersebut membangun persepsi masyarakat sebagai lembaga yang amanah. Selain itu juga membangun kesadaran dan kepercayaan masyarakat untuk berdonasi
- 6) Lazis Darul Hikam juga menggunakan media sosial secara maksimal dengan berbagai strategi seperti menggunakan *facebookads* berbayar dan berkolaborasi dengan lembaga-lembaga lainnya. Penggunaan layanan pengiklan seperti *facebookads* memberikan keuntungan untuk memperluas jaringan. Meskipun secara lokasi lembaga berada di Bandung namun dapat menjangkau pengikut dari seluruh Indonesia.

Penggunaan akun media sosial secara maksimal dapat berperan dalam membangun kesadaran berdonasi di masyarakat. Konsisten dan ketepatan dalam mengelola konten media sosial juga dapat disebut sebagai kunci dalam membangun kesadaran. Selain itu yang tidak kalah penting adalah membangun jaringan dengan memaksimalkan kolaborasi dan iklan sehingga cakupan wilayah dapat lebih luas. Pemanfaatan Instagram oleh lembaga sosial secara berkelanjutan dan menjadi solusi dalam menjangkau donasi. Dengan demikian lebih

banyak donasi yang terkumpul maka akan lebih banyak masyarakat yang terbantu.

#### **D. Penutup**

Media Sosial Instagram digunakan oleh Lazis Darul Hikam untuk sosialisasi program, media interaksi dan pelaporan kegiatan. Aku Media sosial Instagram @lazisdarulhikam menyajikan konten-konten secara konsisten tentang berbagai hal yang dikaitkan dengan keilmuan Islam. Konten-konten tersebut mampu membangun persepsi di masyarakat dan penambah pemahaman masyarakat khususnya terkait donasi seperti Zakat, infak dan sedekah. Instagram juga dijadikan sebagai media interaksi antara Lazis Darul Hikam dan masyarakat. Berbagai upaya juga dilakukan untuk memperluas jaringan diantaranya berlangganan *facebookads* dan berkolaborasi dengan berbagai Lembaga lainnya. Hal-hal tersebut kemudian berimplikasi pada munculnya kesadaran masyarakat untuk berdonasi kepada Lazis Darul Hikam. Dengan demikian penggunaan media sosial Instagram berperan dalam membangun kesadaran berdonasi pada lembaga sosial keagamaan Lazis Darul Hikam.

\*\*\*

## Daftar Pustaka

- Abidin, Z. (2016). Paradoks dan Sinjutas (Sinergi-Keberlanjutan-Ketuntasan) Gerakan Filantropi Di Indonesia. *Share : Social Work Journal*, 6(2), 183. <https://doi.org/10.24198/share.v6i2.13201>
- Andes, R. J., & Sunaryanto, L. T. (2020). Peran promosi penjualan melalui instagram terhadap penjualan sayur organik di po. Sayur organik merbabu (som). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1), 27. <https://doi.org/10.20956/jsep.v16i1.10244>
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung. Simbosa Rekatama Media.
- BBC News Indonesia. (2019, September 9). *Berapa banyak waktu yang dihabiskan rakyat Indonesia di media sosial? - BBC News Indonesia*. <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-49630216>
- Cania, N., & Heryani, R. D. (2020). Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di Smk Plus Pelita Nusantara. *Research and Development Journal of Education*, 1(1), 91. <https://doi.org/10.30998/rdje.v1i1.7562>
- Erningdyah K, N., & Rahmawati, D. (2018). Peran Media Sosial Instagram Exploreponorogo Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Media Wisata*, 16, 757-766.
- Iman, M. (2020, June 14). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Lyna, L., & Ditiolibiet, H. (2021). Peranan Media Sosial Instagram, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Masker.Solopunya. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(02), 84-89. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i02.206>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Simbiosa Rekatama Media.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16(2), 1-7.

- Suwart, F. L. S. & C. H. D. (2014). Instagram Dan Fashion Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram terhadap Trend Fashion Remaja dalam Akun @ootdindo Tahun 2014). *Pontificia Universidad Catolica Del Peru*, 8(33), 44.
- West, T. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Salemba Humanika.