

**Perencanaan Komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) dalam Membangun Citra Positif Program
Global Qurban di Sosial Media**

Adinda Choirizah, Fatimah Aini, Novi Miani, Najri Awla Wahab Nasution, Tien Apriliani

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Medan

Email: dindachoirija@gmail.com, fatimahaini24042002@gmail.com, novimiani1@gmail.com,
najriawla6934@gmail.com, dan tienaprilian@gmail.com

Abstrak

Pengaruh media sosial sangat signifikan di dalam kehidupan masyarakat modern saat ini, seluruh elemen sosial, baik itu kelompok maupun individu, seluruhnya menggunakan media sosial sebagai akses mereka untuk memberi dan memperoleh informasi sebanyak-banyaknya. Aksi Cepat Tanggap (ACT) di dalam pemberitahuan kepada khalayak tentang program mereka yang berorientasi pada distribusi hewan kurban atau yang dinamakan Global Qurban, ACT menjadikan media sosial sebagai platform mereka. Media sosial tersebut digunakan sebagai wadah penginformasian, kampanye, sosialisasi atas program-program yang mereka buat, khususnya pada program Global Qurban. Untuk menyalurkan sesuatu yang sesuai dengan yang ACT inginkan, maka diperlukan perencanaan sebelum distribusi pesan dilakukan kepada khalayak. Di dalam media sosial, tidak seluruhnya bersifat positif, ini juga menjadi hambatan bagi ACT, selain daripada itu, ACT juga dihadapkan dengan lembaga yang memiliki program serupa, dalam hal ini berarti ACT juga memiliki kompetitor dalam program tersebut. Untuk mencapai suatu tujuan maka ACT memerlukan perencanaan komunikasi kepada khalayak sehingga membuat bahwa ACT lebih menarik. Selain itu, pengguna dari media sosial tentu bersifat sangat luas, artinya ACT harus membangun citra positif atas program Global Qurban tersebut, hal ini bertujuan untuk menginformasikan kepada para pengguna tentang apa itu Global Qurban dan apa manfaatnya, ACT sebagai komunikator harus mengemas pesan sebelum diterbitkan di media, sehingga dampak yang timbul sesuai dengan apa yang ACT tuju. Untuk mencapai hal-hal tersebut maka diperlukannya Perencanaan Komunikasi dalam Membangun Citra Positif Global Qurban di Media Sosial.

Kata kunci: Perencanaan Komunikasi; Aksi Cepat Tanggap; Global Qurban

PENDAHULUAN

Sosial media menjadi peron informasi publik dan menjadi salah satu kebutuhan utama mereka dalam berinteraksi ataupun memperoleh informasi tanpa dibatasi. Sosial media juga melahirkan dampak yang signifikan di tengah-tengah kehidupan sosial masyarakat, dalam dampak yang dilahirkan, tentu tidak bersifat positif saja, melainkan juga menimbulkan dampak-dampak negatif. Kerap kali penggunaan sosial media ini tidak terkontrol, dalam aktivitas transaksi dalam sosial media, penipuan sering terjadi, di tambah *frame* yang disuguhkan menggunakan alasan-alasan untuk melakukan kedermawanan, ini mengakibatkan lahirnya rasa skeptis di tengah-tengah masyarakat, dan dengan demikian persoalan tersebut dapat menjadi stigmanisasi yang membuat individu maupun kelompok yang memiliki niat dengan sungguh-sungguh akan terkena dampaknya.

Cukup banyak organisasi yang berperan sebagai sinyal yang mengajak khalayak untuk berbuat kebaikan yang dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya adalah melalui sosial media, namun dengan dampak negatif seperti yang telah dijelaskan di atas, organisasi tersebut harus menghadapi dampak negatif yang telah lahir di sosial media, hal ini dilakukan untuk membangun kembali kepercayaan public terhadap organisasi yang berperan sebagai media perantara untuk berbuat kebaikan. Berikutnya Aksi Cepat Tanggap atau yang biasa dikenal dengan ACT, merupakan salah satu organisasi yang berorientasi membantu pihak-pihak yang membutuhkan, ACT memiliki sejumlah program kemanusiaan yang mereka usung dan di antaranya adalah program Global Qurban, namun ACT tidak bergerak secara mandiri, melainkan juga memerlukan keterlibatan donator yang berasal dari kelompok masyarakat, dalam hal ini, ACT melakukan promosi atas program mereka, bertujuan untuk menginformasikan tentang perihal yang akan disuguhkan kepada masyarakat luas.

Dengan sejumlah hambatan yang dilahirkan dari beberapa aktivitas negatif yang telah merusak rasa percaya publik, maka ACT menggunakan Perencanaan Komunikasi untuk Membangun kembali Citra Positif di Sosial Media, salah satunya adalah Program Global Qurban. Tindakan tersebut bertujuan agar lahir kembalinya kepercayaan publik terhadap organisasi yang bersedia menjadi wadah dalam menyalurkan kebaikan, dan dapat memikat para donatur. Perencanaan komunikasi ini disusun sebagai upaya konseptual dari desain informasi yang akan diberikan kepada publik. Perencanaan komunikasi ini berperan sebagai strategi pesan ACT kepada publik, digunakan untuk meninjau tentang kelayakannya sehingga diharap mampu menstimulus publik dengan baik.

Perencanaan komunikasi merupakan hal dasar yang diperlukan untuk penginformasian, terutama pada saat melaksanakan atau memasarkan gagasan. Setelah memahami proses perencanaan dan elemen komunikasi suatu organisasi, dapat ditemukan banyak hal yang dapat menjadi masalah ketika merencanakan komunikasi. (Hidayat, 2015; 76). Perencanaan komunikasi dalam internet biasanya dirancang untuk mengkampanyekan dan mensosialisasikan penggunaan dengan cara yang baik dan sehat untuk publik, seperti masyarakat luas, untuk menjaga segala sesuatunya teratur dan mencapai tujuan yang diinginkan. khalayak sasaran, apa

tujuannya, apa strateginya, apa pesannya, apa salurannya dan siapa komunikatornya dan bagaimana memonitor dan mengevaluasi pelaksanaan program komunikasi. (Hamad, 2014; 1).

Dalam komunikasi, perencanaan memerlukan sarana untuk melaksanakannya, agar tidak gagal mencapai tujuan pelaksanaan. Salah satu sumber tersebut adalah komunikasi. Di sini, komunikasi diatur sebagai aspek yang menyebarkan informasi tentang setiap rencana yang disiapkan dan dilaksanakan. Salah satu upaya untuk mencegah atau meminimalkan inkonsistensi di internet adalah dengan melakukan kegiatan perencanaan komunikasi daripada suatu bentuk kegiatan komunikasi yang dimulai dengan perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan di lapangan sekitar yang memantau dan mengevaluasi komunikasi kegiatan. Dapat dipahami bahwa tujuan perencanaan komunikasi adalah proses mempengaruhi khalayak dengan mengoptimalkan segala sarana komunikasi dengan menentukan kebijakan komunikasi yang akan dilaksanakan. Sementara khalayak bukan hanya orang-orang yang berada di luar organisasi, hal terpenting dalam proses perencanaan komunikasi adalah fokus pada khalayak internal organisasi. Karena orang-orang dalam organisasi internal merupakan simbol yang mempengaruhi citra organisasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian terhadap Perencanaan Komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) dalam Membangun Citra Positif Program Global Qurban di Sosial Media, menggunakan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan penelitian kualitatif. Dengan menggunakan metode penelitian ini, penulis berbicara langsung dengan informan untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan tentang tempat dan peristiwa yang terjadi ketika peneliti melakukan penelitian. Setelah mengumpulkan data dengan informasi yang dibutuhkan, peneliti segera menguraikan data yang telah diolah dengan menganalisis hasil penelitian. Penelitian kualitatif sebagai proses untuk mengidentifikasi masalah sosial dan menulis laporan yang detail tentang informasi oleh informan yang kemudian dikompilasikan di dalam karya-karya ilmiah. Penelitian dilakukan pada Juni 2023 di Kantor ACT Cabang Sumut yang berlokasi di Jalan Abdullah Lubis, No. 52, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan. Peneliti memperoleh data melalui sumber data primer yang merupakan responden langsung dari penelitian, dalam sumber data primer peneliti memperoleh data yang di dapat dari direktur, manajer program, dan sekretaris ACT. Dan sumber data dukungan yang diperoleh peneliti dalam penelitian berupa sumber data sekunder, peneliti memperoleh data secara tidak langsung baik dalam lokasi penelitian ataupun di luar dari lokasi penelitian dalam bentuk dokumen yang terhubung dengan ACT. Dan dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Peneliti melakukan teknik analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman, yaitu melakukan reduksi data, penyajian data hingga membuat kesimpulan. (Sugiyono, 2008; 341). Untuk mengabsahkan data yang diperoleh, peneliti menggunakan teknik member check. (Sugiyono, 2008; 129).

PEMBAHASAN

Perencanaan Komunikasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) dalam Membangun Citra Positif Global Qurban

Menurut Jonathan H. Turner, teori adalah proses pengembangan gagasan atau ide yang membantu dalam menjelaskan bagaimana suatu peristiwa terjadi. (West, 2013; 49). Menurut Kerlinger, seperangkat konsep atau konstruksi yang memiliki relevansi dengan hal lain, seperangkat proporsi yang memiliki pandangan sistematis tentang peristiwa. (Nazir, 2013; 19). Schramm melihat bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang menciptakan koherensi (keselarasan), pemahaman antara sumbernya (*source*) dan penerimanya (*audience*). Menurutnya, komunikasi benar-benar menjadi efektif ketika pendengar menerima pesan, pemahaman, dan lain-lain tetap sama dengan apa yang dikehendaki oleh pengirim. (Suprpto, 2009; 5). Sedangkan menurut Carl I. Hovland, komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Sedangkan ilmu komunikasi adalah upaya sistematis untuk menciptakan dasar yang kokoh bagi transmisi informasi dan pembentukan opini dan perilaku. (Effendy, 2002; 10). Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat dikatakan bahwa suatu perencanaan merupakan konsep yang sudah terbukti yang telah melalui tahapan penelitian. Model perencanaan komunikasi Cultip dan Center digunakan dalam penelitian ini. Perencanaan merupakan bagian penting untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi dalam program yang mereka buat, dalam pendistribusian pesan ke khalayak diperlukan peninjauan pesan yang ingin disalurkan, sehingga dampak yang ditimbulkan sesuai sasaran. Untuk mengemas suatu pesan, maka diperlukan perencanaan komunikasi oleh komunikator sebelum pesan tersebut disampaikan ke khalayak.

Ketika mempertimbangkan gagasan perencanaan komunikasi, ada dua hal penting, yaitu perencanaan dan komunikasi. Menurut Waterston, perencanaan adalah upaya yang bijaksana, terorganisir dan berkelanjutan untuk memilih alternatif terbaik untuk mencapai tujuan tertentu. (Cangara, 2013; 22). Menurut Scoot M.Cultip dan Allen H. Center, terdapat empat proses kunci yang menyatakan bahwa proses perencanaan merupakan dasar atau tujuan pelaksanaan, antara lain pencarian fakta, perencanaan, komunikasi, dan pengembangan. (Ruslan, 2006; 148). Untuk Membangun Citra Positif Global Qurban di Media Sosial, Aksi Cepat Tanggap (ACT) melakukan perencanaan di dalam komunikasi sehingga dampak yang dilahirkan sesuai dengan apa yang telah ACT inginkan, perencanaan komunikasi ini dapat menjadi tolok ukur keberhasilan atas Program Global Qurban yang dibuat ACT.

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Media adalah alat komunikasi, perantara atau sarana. (KBBI, 2008; 1002). Menurut Van Dijk, "Media sosial adalah peron media yang memiliki fokus yang memfasilitasi aktivitas dan interaksi khalayak. Oleh sebab itu, media sosial dapat dianggap sebagai media, yang memperkuat hubungan antar pengguna. serta ikatan sosial. (Nasrullah, 2016; 11). Cara sosial berhubungan dengan masyarakat atau memperhatikan kepentingan umum. Dengan demikian, media sosial merupakan media yang dengannya pengguna dapat bersama-sama melakukan aktivitas sosial melalui internet tanpa dibatasi oleh jarak, ruang dan waktu. Jejaring sosial telah menjadi hal yang penting bagi publik. Namun saat menggunakannya, masih banyak pengguna yang tidak bisa menggunakan media sosial di wilayahnya untuk memberikan dampak positif bagi kehidupan mereka. Munculnya jejaring sosial memiliki berdampak besar pada situasi tersebut. Di era modern seperti sekarang ini, media sosial bukan hanya sekedar sarana komunikasi, tetapi sudah menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat. Peneliti melakukan studi dengan Aksi Cepat Tanggap (ACT) cabang

Sumatera Utara untuk mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi terkait dengan pembangunan citra positif program media sosial Global Qurban.

Masyarakat yang hidup di era digital tidak terlepas dari pengaruh media sosial, meski sebagian besar masih belum memahami fungsi dasar dan manfaat dari media sosial, namun dalam hal ini ACT menggunakan media sosial sebagai platform untuk menginformasikan setiap program mereka. Saat menggunakan media sosial, ACT, mereka harus memahami perencanaan komunikasi sebagai rangkaian kegiatan dan upaya berkelanjutan untuk menggunakan dan mempromosikan tujuan mereka kepada khalayak, serta sebagai upaya untuk menciptakan hubungan antara organisasi dan masyarakat. Peran perencanaan komunikasi sangat penting, baik bagi organisasi maupun perorangan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin berkembang, serta bagi organisasi profesional yang memiliki program kurban.

Tentang Global Qurban, merupakan program kurban yang dijalankan secara profesional oleh salah satu unit di bawah Yayasan Aksi Cepat Tanggap (ACT). ACT yang berdiri sejak 2005 secara konsisten menjalankan program kurban. Namun, sebagai unit profesional khusus, Global Qurban mulai menerapkan Hijrah pada 2011 M/1432 H. Kurban global ini menawarkan kemudahan, mulai dari seleksi hewan hingga kurban, sebagai jaringan kemaslahatan, yang bergerak dari pelosok Indonesia hingga ke ranah internasional. Global Qurban juga selalu memastikan bahwa hewan yang ditawarkan mencapai yang benar-benar dibutuhkan. Secara total, ACT memperluas Global Qurban ke lebih dari 40 negara yang terkena bencana kelaparan dan kemiskinan akibat bencana alam dan konflik manusia.

Mulai dari pelosok Indonesia hingga ke seluruh penjuru dunia. Pada Idul Adha 1442 Hijriah tahun 2021Masehi, Global Qurban mengusung tema "Berkurban Tanpa Batas". Di mana niatnya adalah untuk selalu melakukan kurban tanpa batas wilayah (dalam dan luar negeri), tanpa batasan kuantitas (bisa lebih dari 1 hewan kurban) dan tanpa batasan manfaat (meluas di mana-mana). Global Qurban memasok hewan kurban berkualitas dari peternak lokal dan mitra terpercaya. Selain masyarakat yang mengamalkan ibadah kurban, masyarakat juga bisa membantu peternak lokal. Hewan kurban yang dititipkan akan dikirimkan kepada mereka yang membutuhkan di berbagai negara. Global Qurban ACT selalu siap mengirimkan pesanan Qurban dari seluruh Indonesia ke seluruh dunia. (ACT, 2022) Tentunya untuk memikat donatur, ACT menggunakan media sosial sebagai wadah untuk membangun citra positif atas program mereka. Untuk memaksimalkan fungsi dan peran ACT agar citra positif, khususnya dalam program Global Qurban tercapai, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah informasi mengenai untuk mempromosikan program-program yang ada. telah diproduksi, khususnya program Global Qurban. Tentu saja ada hambatan dalam penggunaan media sosial, di mana seringkali ada pengaruh negatif yang menyebabkan masyarakat salah memahami maksud dan tujuan program Global Qurban yang dibuat oleh ACT.

Teknologi internet jelas memberikan ruang baru bagi warga, mempercepat ruang komunikasi dan memungkinkan warga untuk mengekspresikan pandangan mereka. Situasi ini diberikan oleh karakteristik dari internet itu sendiri, yang mewakili proses komunikasi dan distribusi sirkulasi pesan berupa teks, gambar, audio, visual dan audio-visual. Saat ini penggunaan Internet telah menjangkau banyak daerah, media massa tradisional seperti surat kabar, majalah, radio, bahkan televisi perlahan-lahan bersaing dengan Internet dan menyebarkan iklan untuk menjangkau pembeli potensial. informasi dan data bisa lebih cepat

dari services.pos, perpustakaan yang dapat melakukan pencarian data dalam waktu singkat, transaksi keuangan dapat dilakukan secara daring melalui internet. (Nasrullah, 2012; 55).

Aksi Cepat Tanggap (ACT) dalam Membangun Citra Positif Global Qurban di Sosial Media

Untuk mencapai tujuan ACT dalam Membangun Citra Positif Global Qurban di Media Sosial, sejumlah perencanaan komunikasi harus dilaksanakan sebagai pengelolaan pesan sebelum sampai ke publik. ACT harus memahami isi pesan berupa teks atau konten dan menyesuaikannya dengan kebutuhan khalayak masa kini, atau mengemas sesuatu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Saat merencanakan komunikasi, ACT harus memahami mengapa pesan tersebut dikomunikasikan kepada publik, apa dampaknya, mengacu pada perencanaan Waterston, yang mendefinisikan perencanaan sebagai upaya yang matang, terorganisir dan berkelanjutan untuk memilih alternatif terbaik yang akan dicapai secara spesifik. (Cangara, 2012; 22). Dan proses komunikasi menurut Laswell, yang menyatakan bahwa penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media menghasilkan efek tertentu. Komunikasi terdiri dari lima unsur, yaitu: komunikator, pesan, media, komunikan dan umpan balik. (Mulyana, 2008; 10).

Perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh ACT dalam Membangun Citra Positif Global Qurban di Sosial Media, yaitu dengan mengadakan sejumlah rancangan pesan yang telah didesain khusus untuk memperkenalkan tentang Program Global Qurban kepada khalayak melalui sosial media, upaya-upaya perencanaan komunikasi tersebut dilakukan untuk mendapat respon yang sesuai dari audiensi sesuai dengan yang diinginkan oleh ACT. Dalam pelaksanaan perencanaan komunikasi tersebut, ACT meninjau segala aspek masyarakat, dimulai dari bagaimana mempengaruhi khalayak, hingga sampai ke timbulnya efek dari komunikasi tersebut. Sosial media menjadi platform ACT dalam memperkenalkan Program Global Qurban yang mereka usung, ACT menginformasikan sejumlah manfaat yang diberikan dan apa timbal baliknya, sehingga khalayak yang notabenehnya adalah pengguna sosial media dapat terpengaruhi dan mulai meminati program ACT, sebelum sampai ke tahap tersebut, ACT menyusun serangkaian rancangan yang dis

KESIMPULAN

Di era modern ini, sosial media menjadi sarana yang kerap kali banyak diakses oleh masyarakat sebagai wadah interaksi atau sebagai wadah informasi mereka. Sosial media saat ini berhasil melahirkan pengaruh yang membuat setiap penggunanya merasa berketergantungan, sosial media sebagai akses komunikasi massa, tentu tidak hanya memiliki sisi positif sesuai dengan yang diharapkan, namun juga terdapat sisi negatif. Dalam poros sosial media sebagai platform komunikasi modern, Aksi Cepat Tanggap (ACT) memanfaatkan sosial media sebagai alat untuk menyalurkan kepada khalayak mengenai program-program mereka, namun perjalanan ACT dalam memanfaatkan sosial media tidak terus berjalan sesuai dengan yang diinginkan, efek negatif yang lahir dari sosial media merupakan hambatan yang dapat menimbulkan kecanggungan dari pengguna terhadap sesuatu yang ada di dalam sosial media, dalam menghadapi permasalahan tersebut ACT berupaya membangun citra positif atas program yang mereka usung, terkhusus pada program Global Qurban. Dalam mengupayakan tindakan yang mereka usung, ACT menggunakan perencanaan komunikasi sebagai upaya untuk

membangun citra positif atas program Global Qurban di Sosial Media. Perencanaan komunikasi berfungsi sebagai suatu konsep atau rancangan mengenai suatu informasi sebelum disalurkan kepada khalayak, atau dalam arti lain informasi yang ingin disampaikan telah bersifat matang sehingga dapat melahirkan respon sesuai dengan yang diinginkan ACT. Upaya ini dilakukan sebagai upaya ACT dalam membangun citra positif program Global Qurban di sosial media.

BIBLIOGRAFI

- ACT. (2022). *Global Qurban*. <https://globalqurban.com/tentang-kami>. Diakses pada 24 Juni 2022, Pukul. 15.37 Wib
- Cangara, Hafied. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchana. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hamad, Ibnu. (2014). *Pengertian Perencanaan Program Komunikasi (PKK)*. Modul Ilmiah.
- Hidayat, Amri Syarif. (2015). *Perencanaan Komunikasi Hakekat dan Implementasinya*. Solo: Pustaka Iltizam.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Mulayana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian cetakan kedelapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2012). *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rosady Ruslan. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- West, Richard. 2013. *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.