

ABSTRAK

Mochamad Labieb Abieza : "Kreativitas Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Donasi Program Filantropi Yatim Mandiri Bandung"

Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pergeseran dalam penggalangan dana filantropi Islam dari metode konvensional menuju pemanfaatan media digital. Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan juga telah menjadi alat strategis untuk menyebarkan pesan-pesan kemanusiaan, membangun kepercayaan publik, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berdonasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Yatim Mandiri Bandung mengelola dan menyampaikan pesan-pesan filantropi Islam melalui media sosial, mendeskripsikan bentuk-bentuk kreativitas dalam pesan-pesan filantropi Islam yang disebarluaskan di berbagai platform media sosial, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan ajakan donasi kepada para pengikut media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Narasumber penelitian terdiri dari kepala cabang Yatim Mandiri Bandung, tim program, serta pihak yang terlibat dalam pengelolaan media sosial organisasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Landasan teori penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Harold D. Lasswell untuk menganalisis proses komunikasi yang digunakan organisasi dalam menyampaikan pesan filantropi Islam, serta konsep kreativitas Munandar yang menekankan dimensi proses dan media dalam menghasilkan pesan komunikasi yang kreatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yatim Mandiri Bandung mengelola media sosial secara terstruktur melalui kolaborasi antara pimpinan cabang, tim program, staf internal, dan relawan mahasiswa. Pesan filantropi Islam yang disampaikan berfokus pada ajakan berbagi, kepedulian terhadap anak yatim dan dhuafa, serta transparansi program sebagai upaya membangun kepercayaan publik. Bentuk kreativitas pesan diwujudkan melalui penggunaan konten video, foto, infografis, storytelling, visual yang menarik, gaya bahasa yang persuasif, pemanfaatan tren media sosial, serta penyisipan nilai-nilai keislaman dalam setiap publikasi. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan publikasi donasi meliputi tingkat keterlibatan audiens (engagement), daya tarik konten, kejelasan informasi, transparansi penyaluran dana, kredibilitas lembaga, penggunaan storytelling yang menyentuh emosi dan kemudahan akses donasi, serta konsistensi publikasi konten. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas penggunaan media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas partisipasi donasi masyarakat terhadap program Yatim Mandiri Bandung.

Kata kunci: Kreativitas, Media Sosial, Donasi, Filantropi Islam